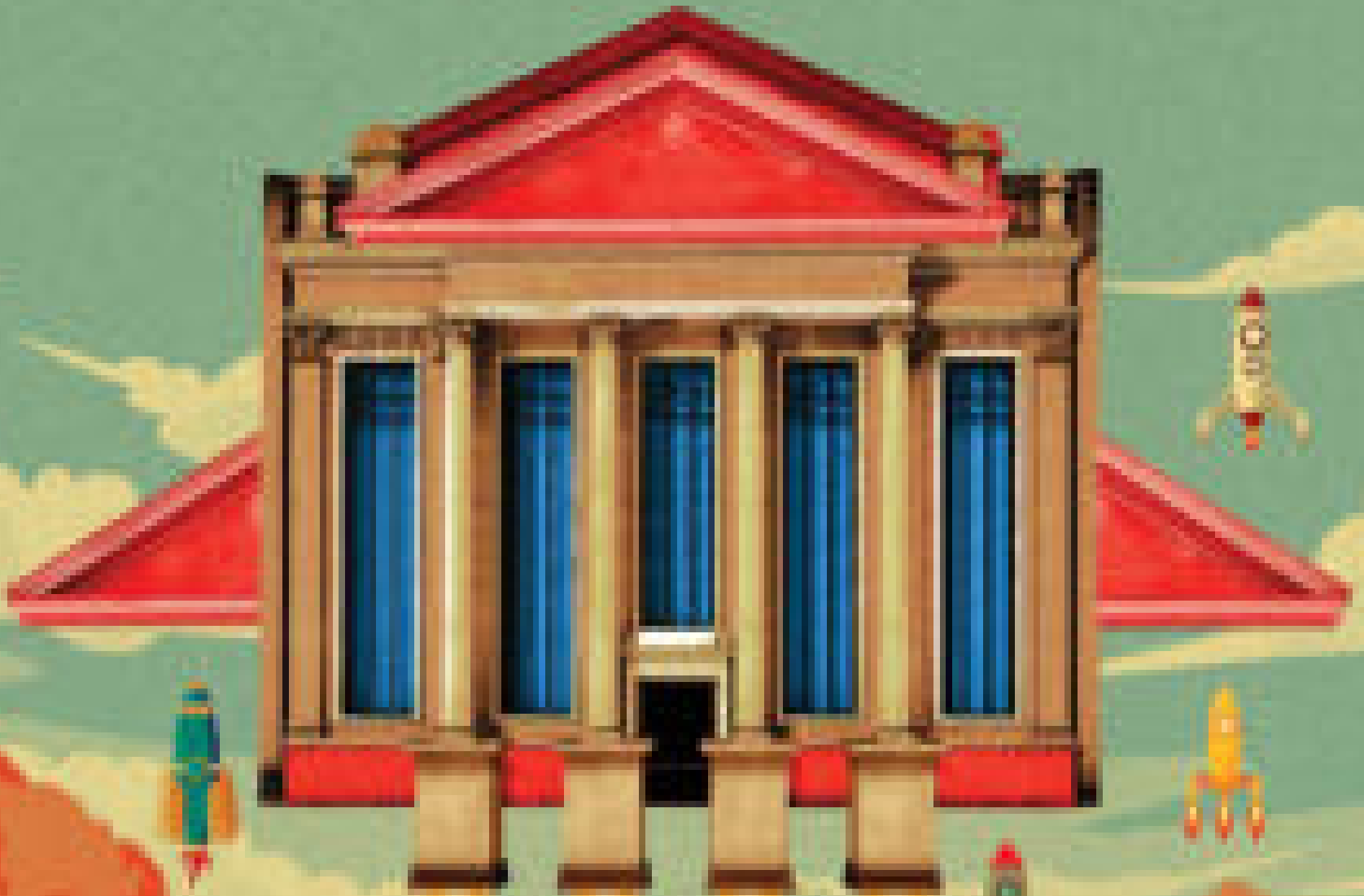


عصر تراکتش

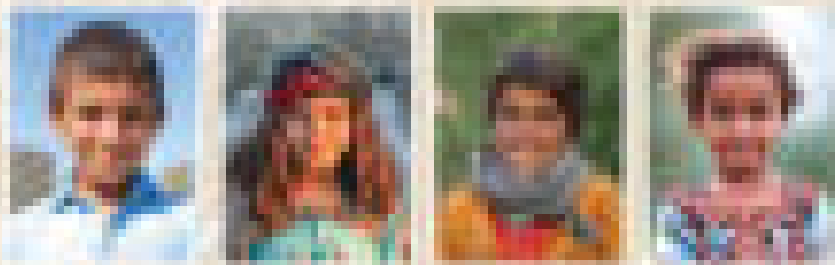


فصل دیگر

سال آسانی نخواهد بود، ولی احتمالاً نقطه عطف مهمی در دنیای فناوری های مالی باشد
فصل دیگری که در آن **بازی بزرگان** جدی ترمی شود
شاید **بانک ها** بتوانند به بازیگران جدی نوآوری در فناوری های مالی تبدیل شوند

بہ سہا جتنوں کے لیے شکر

سہیلہ بیگم



میں نے اپنے بچوں کو تعلیم دینا چاہتا تھا، لیکن ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔ ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔ ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔

میں نے اپنے بچوں کو تعلیم دینا چاہتا تھا، لیکن ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔ ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔ ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔

میں نے اپنے بچوں کو تعلیم دینا چاہتا تھا، لیکن ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔ ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔ ان کے والدین نے ان کی تعلیم کو روک دیا۔

www.tosan.org



www.tosan.org
www.tosan.org
www.tosan.org



www.tosan.org
www.tosan.org
www.tosan.org



یه کارت جدید رو کن!



abankapp.ir e e



مجلس أمناء جامعة القاهرة
مركز بحوث وتطوير الفنون التطبيقية





سالانہ نمبر



نیشنل بک ٹرسٹ پاکستان

پبلسٹریز

www.nbt.org.pk

سریع ترین درگاه پرداخت کشور

نسخه همراه محبوب گنبد و کاربرهای آنلاین



بازی بزرگترین به زندگی...

بازی بزرگترین به زندگی...



H



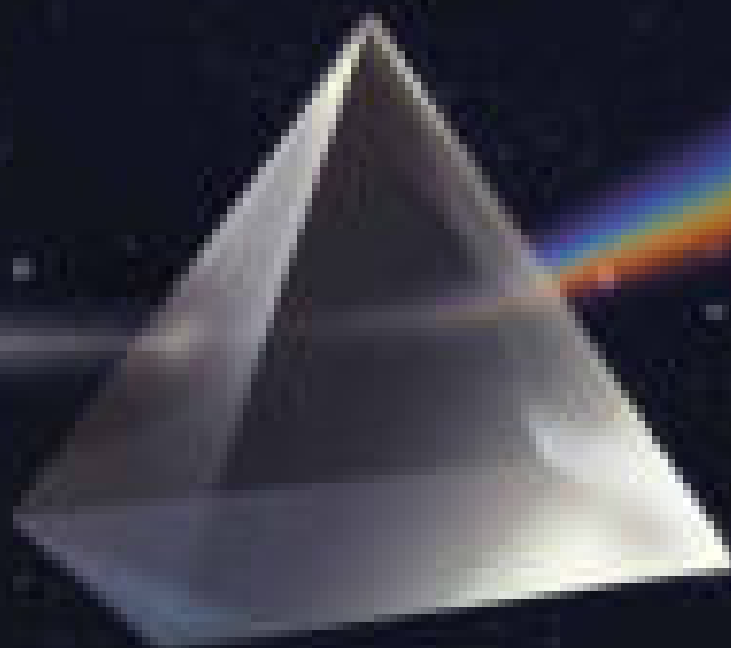
اعتبار با دارایی

ست شد!

شما می‌توانید به کمک دارایی‌های خود با سرمایه‌گذاری در صندوق سهامی H، به سودهای قابل توجهی دست یابید. با سرمایه‌گذاری در صندوق سهامی H، شما می‌توانید به سودهای قابل توجهی دست یابید.



سکوی ارزش آفرینی در صنعت بیمه



بنیاد تنظیم امور بیمه ایران
بنیاد تنظیم امور بیمه ایران
بنیاد تنظیم امور بیمه ایران

نوبتگیر یکپارچه
پارسیسن استار

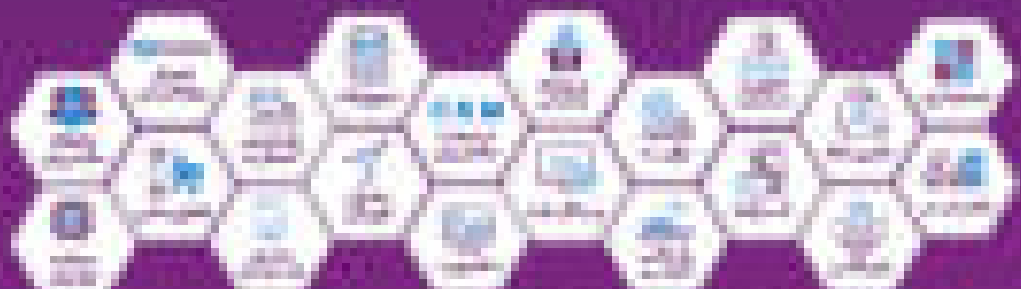


با کارتخوان اندرویدی فاکتور صادر کن!



با امکان اتصال به دستگاه نوبتگیر پارسیسن

اولین و کاملترین نرم افزار حسابداری، مدیریت فروش و گزارش روز فروشگاهی با قابلیت پرداخت



دانلود نرم افزار پارسیسن ستار از فروشگاه نرم افزار ایرانی برای توسعه کسب و کار

روی ابرها قدم بگذار!

راهکارهای رنگارنگه ابری، متناسب با نیاز سازمان شما



معاونت دیجیتال ایران

جمهوری اسلامی ایران
وزارت تحول دیجیتال

دریس DORSAL



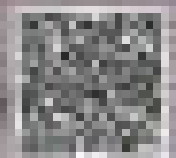
خلق فضای سازمانی خود را به ما بسپارید.

dorsal.net
021-769821370

تجربه ارتباطی بدون مرز با

سرویس موبایل سازمانی ایرانسل!

Enterprise Business Solutions

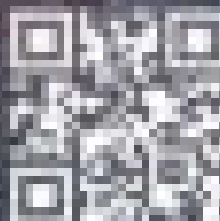


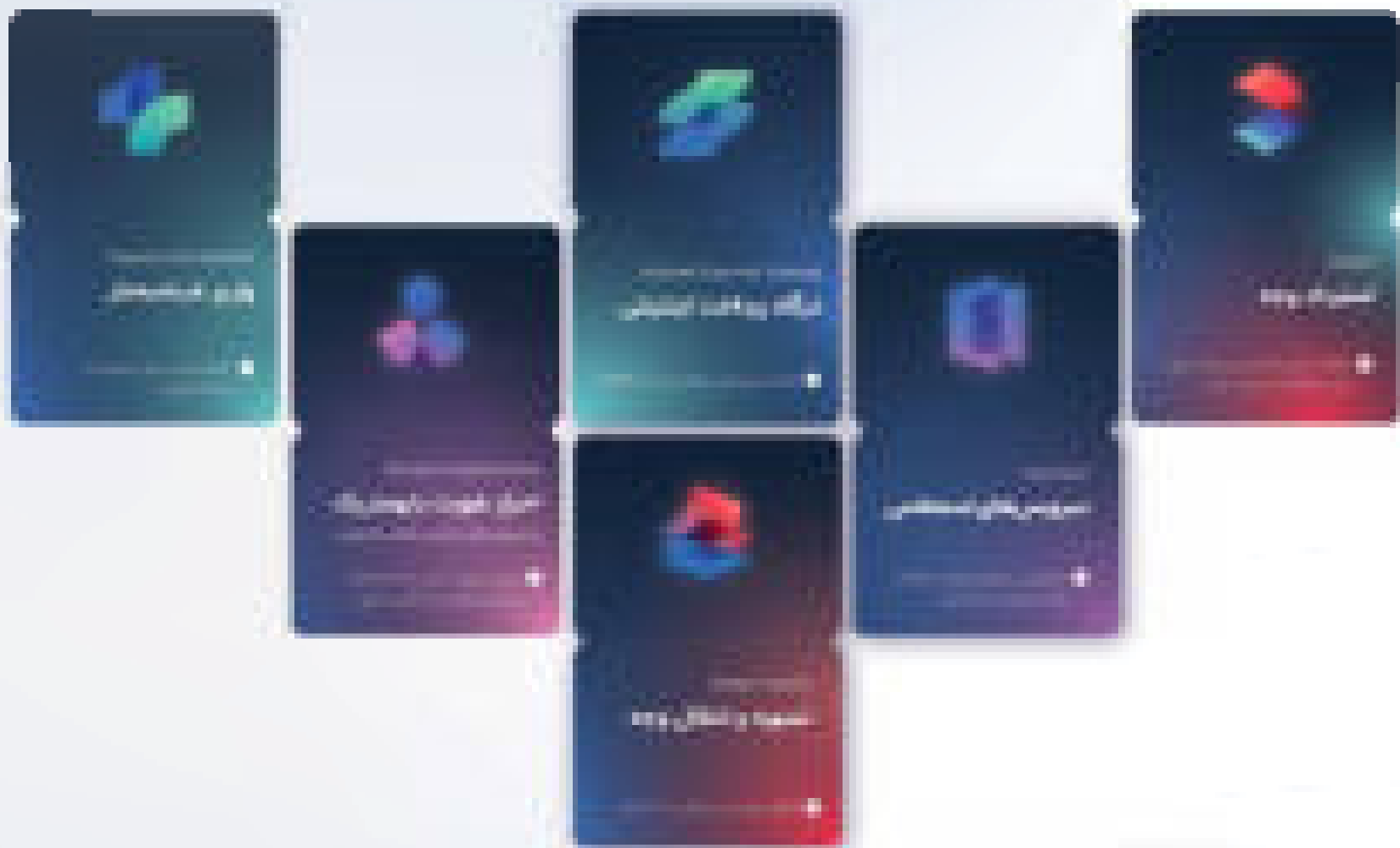
www.iranسل.com
021-88888888

سنة الفواكه



مركز البحوث الزراعية
مستشفى الزراعة
مركز البحوث الزراعية
www.barc.gov.eg





جیبیت؛ راهکارهای یکپارچه بانکی و پرداخت

• بانکداری در کنار سایر خدمات بانکی

• پرداخت ۲۴ ساعته از طریق اپلیکیشن

• ارائه خدمات بانکی به مشتریان

• استفاده از خدمات بانکی



افتتاح حساب بین المللی اروپا به نام شما قانونی و رسمی در نیک پرداخت

همراه با **ویزا کارت فیزیکی** با اعتبار ۵ ساله
دارای IBAN و سوئیفت ۱۱ ارز رایج دنیا



www.nikpardakht.com

تسپس



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

راهکار ویژه
مودیان حقوقی
و اصناف

ارسال صورتحساب الکترونیکی

مودیان حقوقی و اصناف

با مشتریان شرکت همکاری کنید



- راهکار ویژه اصناف
- صنف طلا، جواهر و بلاتین
- پزشکان و وکلا
- مشاورین حقوقی و خانواده

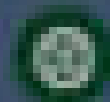


۹۰۰۰۱۵۱۵

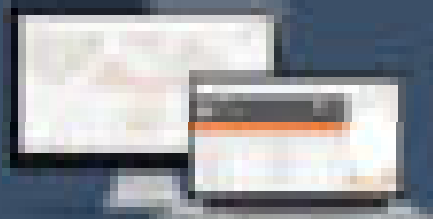
ایمیل: info@tisstsp.ir وبسایت: www.tisstsp.ir



@tisstsp



www.tisstsp.ir



خط اختصاصی تماس مودیان حقوقی و اصناف – فقط در ساعات اداری

با آرزوی سالی سرشار از:

prompt: Hope, Happiness, Health, Spring, Rain

تولید تصویر



Powered by AI



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران
سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

۱۴۳۸

یک‌هزار و چهارصد و
سال نو مبارک



کیش
آفتاب خلیج فارس
هلدینگ



www.gss.ir
1988 - NOW

شرکت‌های گرایش تازه کیش
فناوری اطلاعات

دانش بنیان



J U S T I N N O V A T I O N

فقط نوآوری

گشت گرداگرد مهر تابناک، ایران زمین روز نو آمد و شد شاد برین زنده کمین



AnyZar
Smart Gold



آنی زار

طلای هوشمند

پلتفرم «آنی زار» یک فضای آنلاین هوشمند است که امکان خرید و فروش آسان طلا را به صورت ۲۴ ساعته، بدون مراجعه حضوری، با فاکتور رسمی و گارانتی اصالت برای مشتریان فراهم می‌کند. این پلتفرم دارای چندین کانال ارتباطی با مشتریان است که شامل دستگاه، اپلیکیشن و وب می‌باشد.



www.anyzar.ir



www.gss.ir
1988 - NOW

Powered by GSS

آسی تو یزدان، آسی تو گرداننده‌ی مهر و سپهر برتریش کنج برایم این زمان و این زمین



آیستیلن آیری مانیا
Aksai Purifier Mania
www.aksai.com.tr



ایستیلن آیری مانیا، آبیروکسیژن و یونهای مضر را حذف می‌کند



+



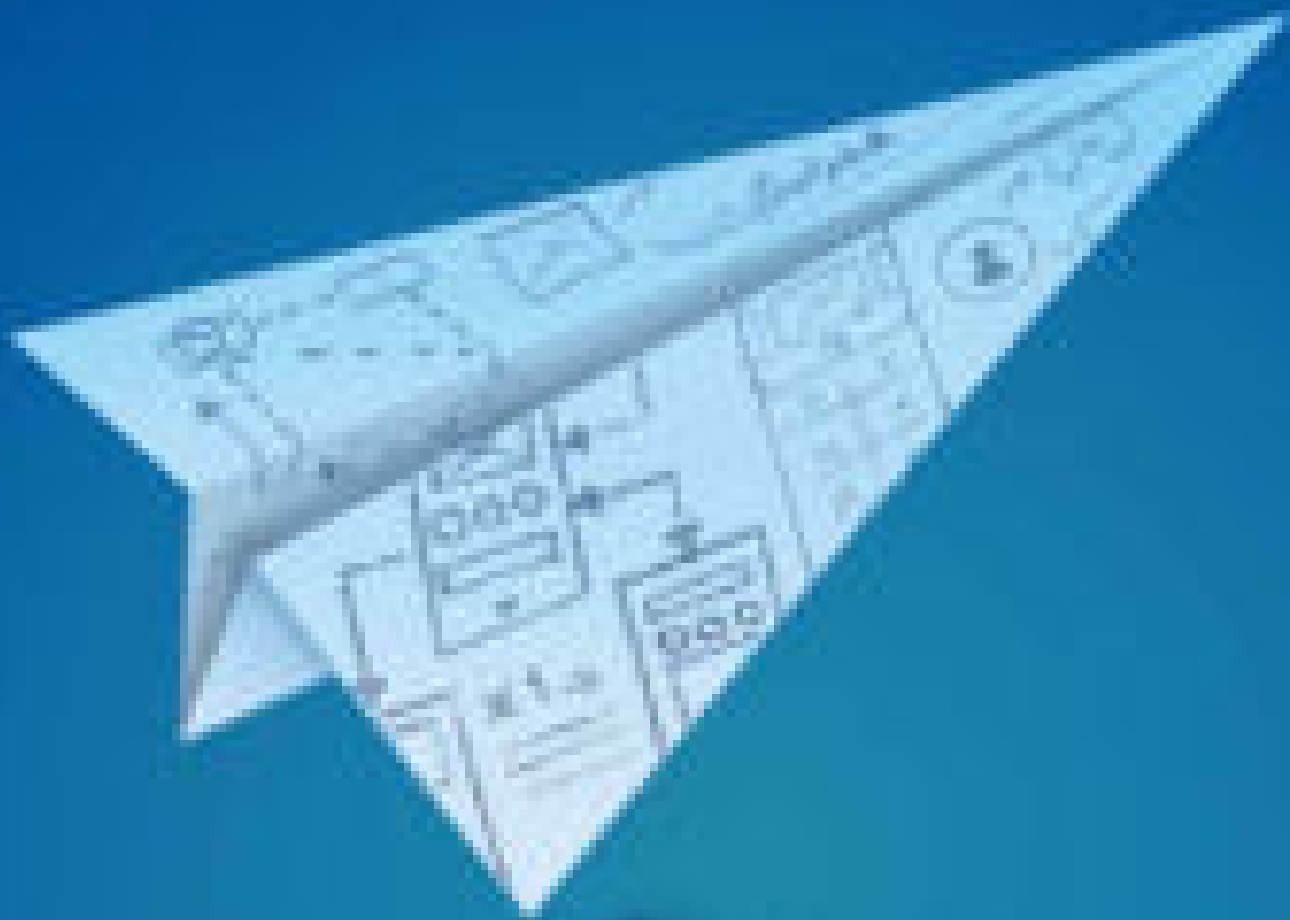
MANIA MANIA

www.aksai.com.tr | 0212 408 4079 | 0212 408 4079 | 0212 408 4079

www.aksai.com.tr

www.aksai.com.tr

www.aksai.com.tr



همراه
Hamraah board is
available on IT



همراه



فروشگاه‌های زنجیره‌ای
اقساط مارکت
تعاونی رفاه بازنشستگان میهن

آرزوهای بزرگ با اقساط کوچک در اقساط مارکت

قسطی بفروش
نقدی بگیر
اعطای نمایندگی
به کلیه اصناف



تسهیلات سازمانی

عقد قرارداد با کلیه سازمان‌ها جهت خرید اقساطی کالا و خدمات

بدون نیاز به ضامن و پیش پرداخت
با ضمانت درآمدتان خرید اقساطی کنید

اقساط بلند مدت
از ۶ ماه تا ۲۴ ماه

تسهیلات فوری و غیر حضوری
تسهیلات سازمانی در کمتر از ۸ دقیقه

راهکارهای امن

زیرساخت بانکداری دیجیتال

SDN * SDS * IBN



FORNINET JIPAC



راهکارهای دیجیتال

 jipac.com

 www.jipac.com

 www.informatics-group.com

 info@jipac.com

 **تورگیا** +9831-39635085-0

 **اسفنجیا** +9831-39635085-1



سامانه کاریز

زیرساخت مدیریت کانال

Channel Manager

Omni Channel

Open Innovation

Service Layer



ADANIC

www.adanic.ir

«همراه چابک شما در سفر نوآوری»



سامانه کیلید
نئوبانک شرکتی

Digital Signature

Biometrics

Corporate Banking

Video Banking



ADANIC

www.adanic.ir

«همراه چابک شما در سفر نوآوری»

سامانه گمانیک

زیر ساخت تشخیص ناهنجاری

Anomaly Detection

Machine Learning

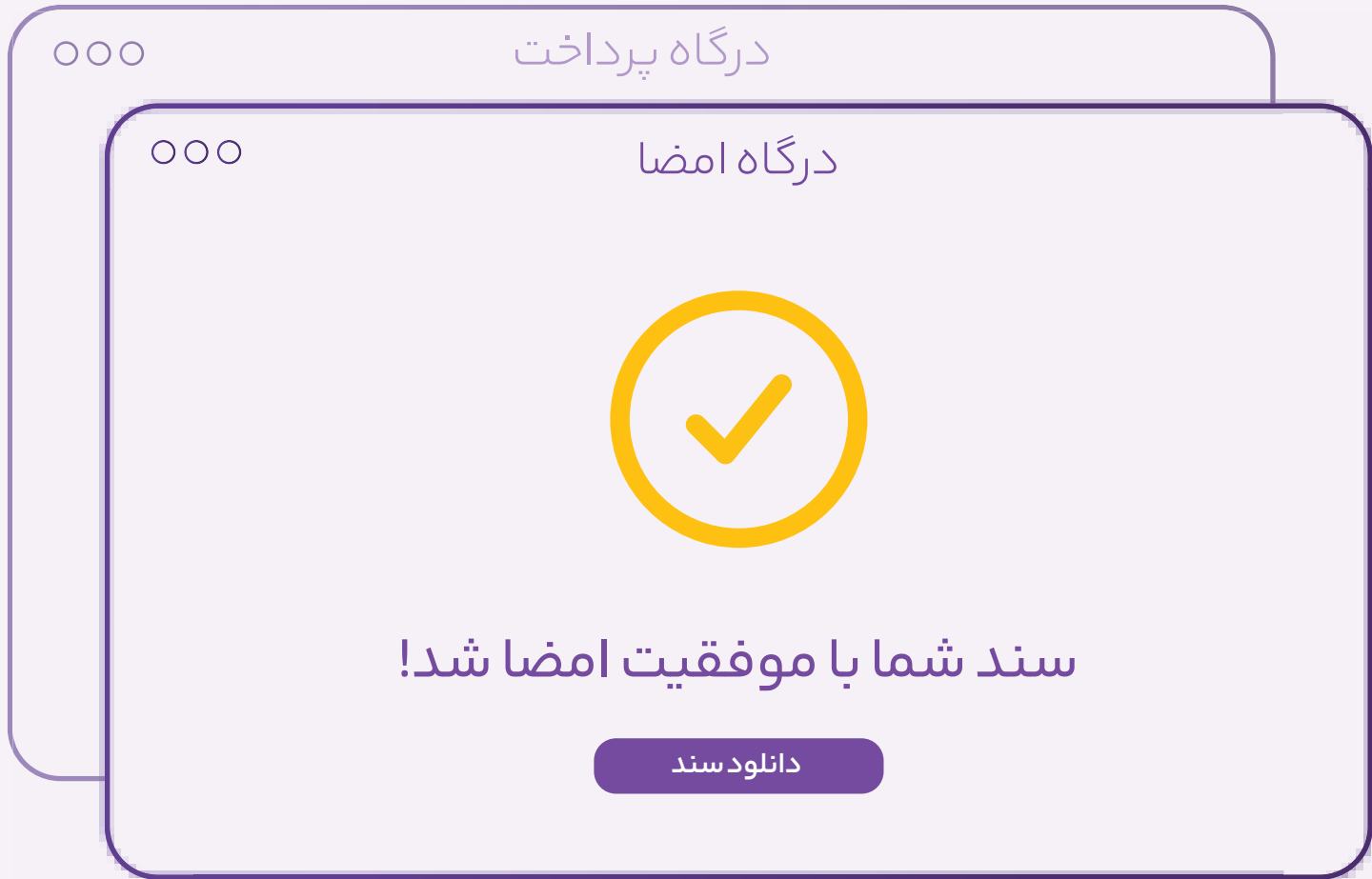
Fraud Detection



ADANIC

www.adanic.ir

«همراه چابک شما در سفر نوآوری»



درگاه امضای دیجیتال

یکپارچه سازی آسان با دیگر سامانه ها

○ سفته دیجیتال ○ خدمات ثبت من



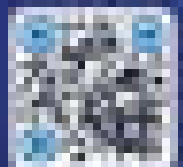
www.emza.me

قابل استفاده در وب، اندروید و iOS



پرداخت، این بار لذت بخش

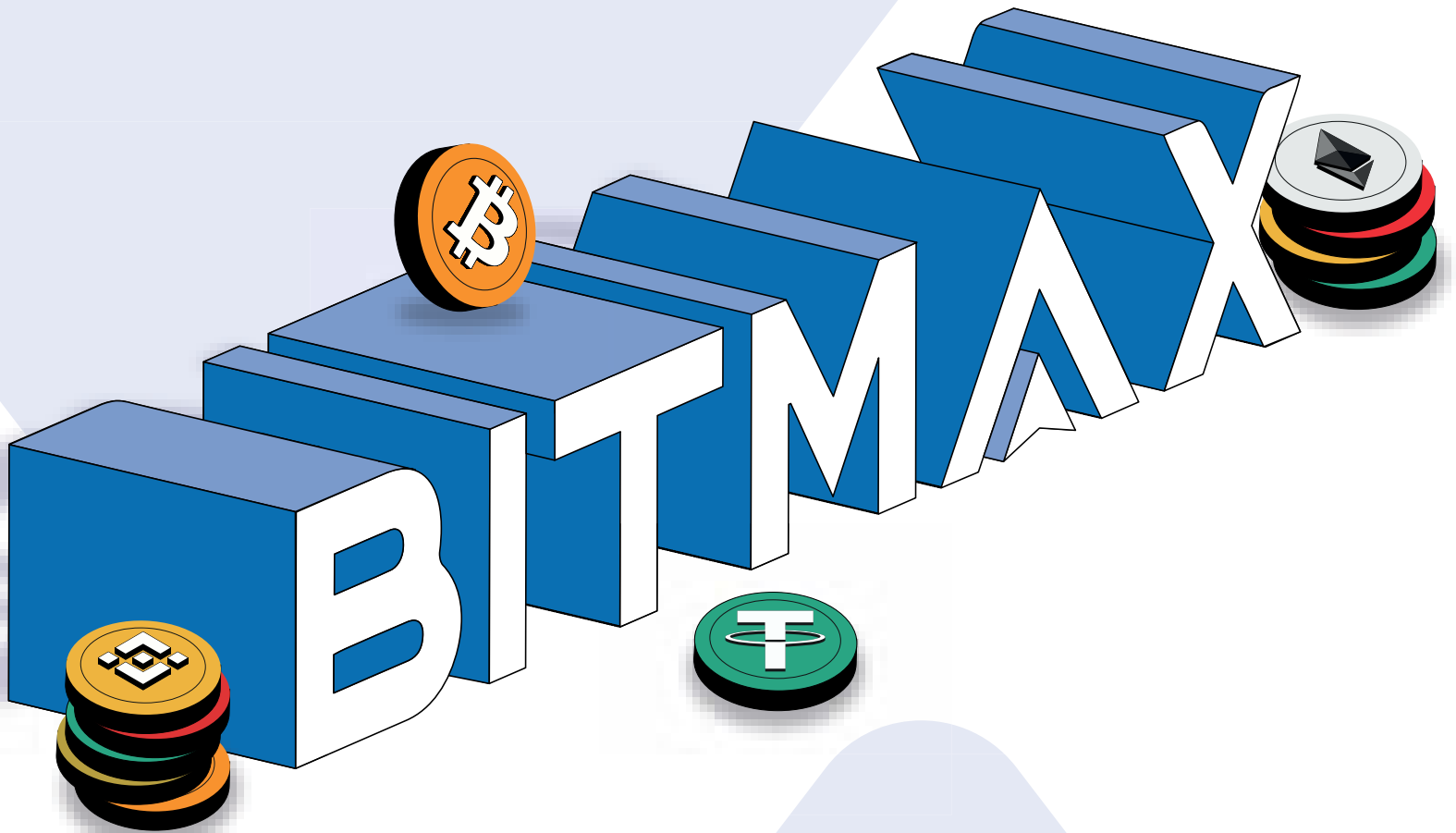
پیمان، نخستین ارائه‌کننده راهکار پرداخت مستقیم



www.peyman.ir



www.peyman.ir



صرافی رمز ارز بیتمکس

معامله‌ای ارزان، آسان و سریع



مأموریت‌ها و اهداف گسترده سازمان تامین اجتماعی

ارزیابی عملکرد، اعتبارات، گزارش، فرآیند نظارت، آگهی، پول، بانک، اعتبارات، بانک، اعتبارات، بانک

سازمان تامین اجتماعی و خدمات



مأموریت‌ها و اهداف گسترده

- سازمان تامین اجتماعی خدمات
- سازمان تامین اجتماعی خدمات
- سازمان تامین اجتماعی خدمات
- سازمان تامین اجتماعی خدمات
- سازمان تامین اجتماعی خدمات

سایبان بی آر ایل: گسترده خدمات تسهیل گری (الکترونیک)



راه کارهای ساده و آسان

- راه کار خدمات ارائه دهنده به مشتریان پرداخت حقوقی اعتباری، گرانگرو و ارائه آزمون الکترونیکی
- راه کار خدمات تسهیل گری (الکترونیک)
- راه کار راه کارهای اعتباری (بانکی، اعتباری، سرمایه گذاری)
- راه کارهای خدماتی و امور دولتی
- راه کار راه کارهای خدمات اعتباری (بانکی، اعتباری، سرمایه گذاری)

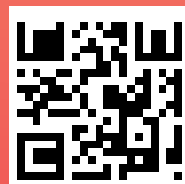
www.saban.ir

info@saban.ir

تلفن: 021-88888888 | 021-88888888

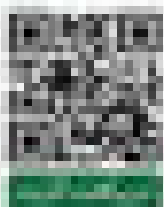
سایبان بی آر ایل: گسترده خدمات تسهیل گری (الکترونیک)

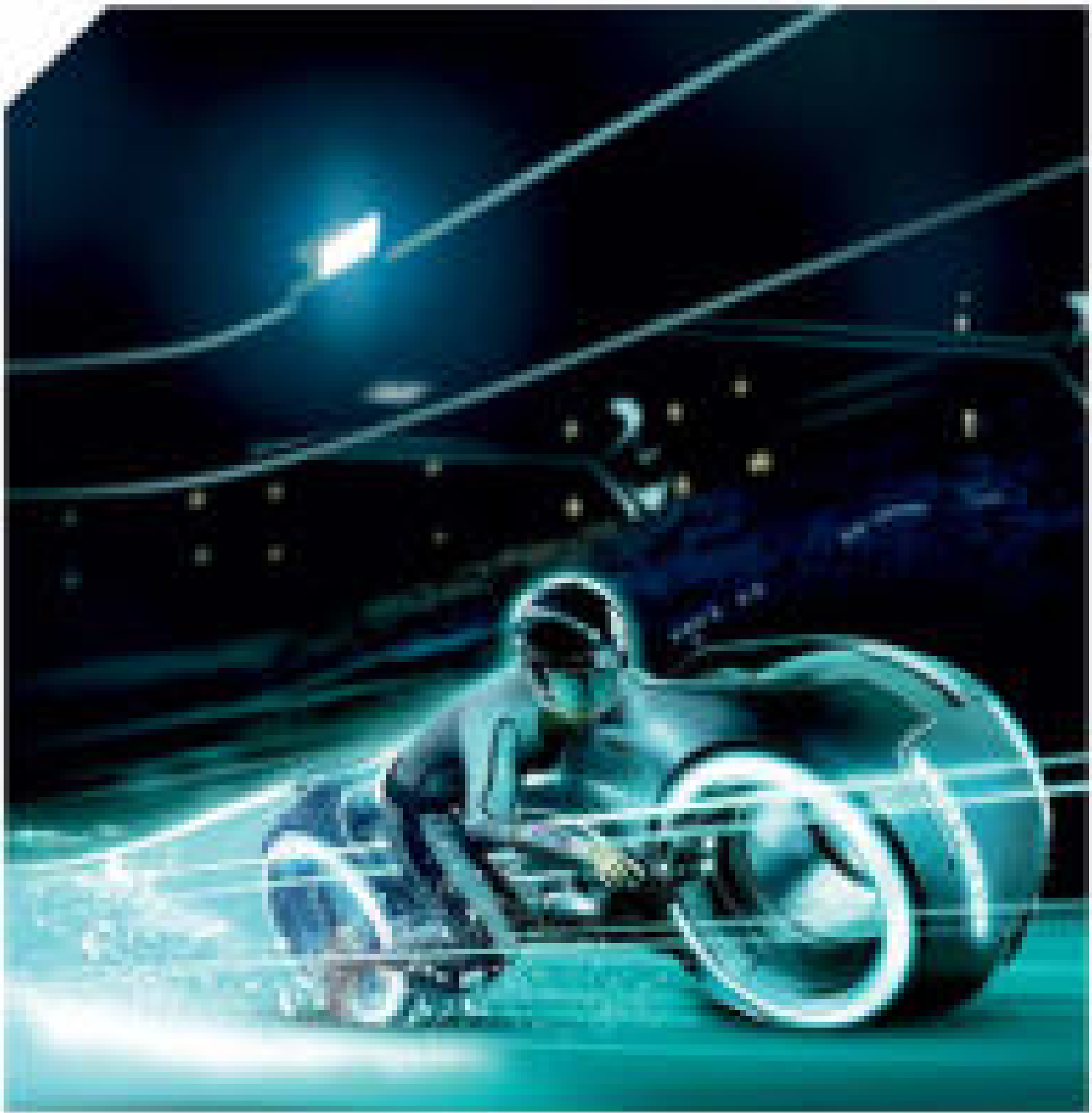
اولین بازار معاملات عمده تتر در ایران



گارت ویژه نکسبو

اسود روز شمار ۲۳ تا ۲۶ درصد





REMIS

پروژه‌های دیجیتال و فناوری

تیم تخصصی مشاوره و راه‌اندازی
 راه‌اندازی و پشتیبانی
 راه‌اندازی و پشتیبانی
 راه‌اندازی و پشتیبانی

www.remis.com



انتخاب بهترین راه‌حل هم‌راهِ با شما


- بهترین تیم برای ارائه ایده‌ها و اجرای پروژه‌های دیجیتال در ایران
- Infrastructure Solution Provider (ISP) در کشور
- بهترین راه‌حل برای مدیریت منابع سازمان و بهینه‌سازی هزینه‌ها
- امنیت و قابلیت اطمینان در تمام مراحل و به‌ویژه در استفاده از ابر
- بهترین تیم برای مدیریت و بهینه‌سازی پروژه‌های دیجیتال در ایران
- همکاری با تیم‌های تخصصی در تمام مراحل و به‌ویژه در استفاده از ابر
- تیمی برای راه‌اندازی و پشتیبانی از پروژه‌های دیجیتال در ایران
- راه‌اندازی و پشتیبانی از پروژه‌های دیجیتال در ایران
- کیفیت بالا در زمینه خدمات و پشتیبانی از مشتریان


فینوتک

نوآوری بدون مرز



ضمانت در لحظه با سرویس
سفته الکترونیکی فینوتک

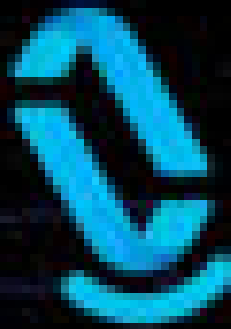
 <https://finnotech.ir>

 +91 - 9741500000

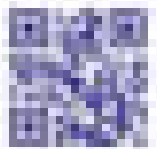
 [finnotech-ir](https://www.linkedin.com/company/finnotech)

پاسینو

PASINNO



پاسینو پرائیویٹ لمیٹڈ
پاسینو پرائیویٹ لمیٹڈ



پاسینو پرائیویٹ لمیٹڈ

پاسینو پرائیویٹ لمیٹڈ

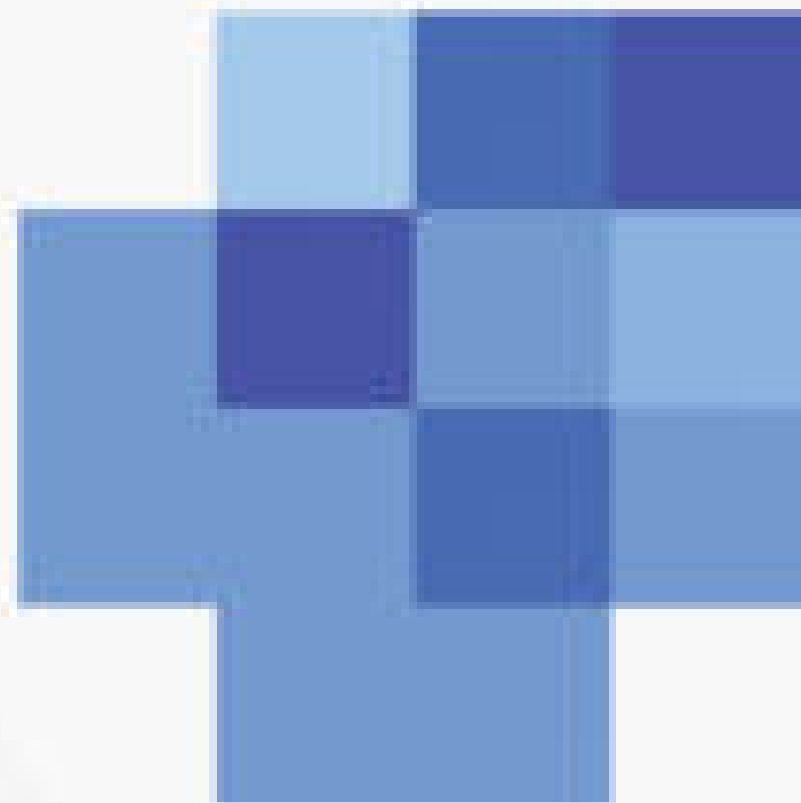


شرکت ملی انفورماتیک

آهنگ تحول با هاب نوآوری بانکی

مرکز راهبردی هوش مصنوعی در نظام بانکی

مرکز تخصصی مشاوره، تحقیقات و آینده‌پژوهی



021-22222222
www.mib.ir



021-22222222
www.mib.ir





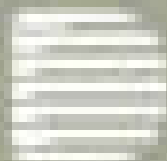
More than

80

Million people are our employers!

به یاد کوشش‌های بی‌شمار، چالش‌های کهن ایرانی، نیازهای روزهای ایران و خانواده‌ها، سخت‌کوشی و پایداری، شکست خردنیان ایران، افکار و سینه‌دستی، آرزو، بلوغ‌های بی‌شمار و آرزو، خردمندی ایرانیه و همه یورشنگ‌های تجلی‌خوران که دنیا ایستادگی به آنها استوار است.

سال نو مبارک!



دانا ۳۶۵
به شبکه بی‌سیم ایران‌های
ایرانی‌ها

www.dena365.ir



طرح تسهیلاتی امیدآفرین

جهت کسب اطلاعات بیشتر با ما در تماس باشید



بنیاد ملی توسعه
1397-1398



سلامی نو

به بانکداری دیجیتال

بهره‌مندی بیشتر
از خدمات بانکی
با استفاده از
تکنولوژی نوین
مجموعه حساب‌ها
و انواع خدمات

تأمین خدمات به
مشتریان با
توجه ویژه
بر روی مسائل

ایجاد بانکداری
مستدام

توانایی مدیریت
مشاوره مشتری

افتتاح حساب
از راه دور



مجموعه حساب‌های دیجیتال
لطفاً ایمنان فرودانید

Hibank.ir

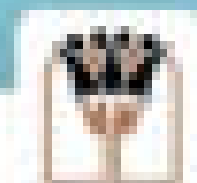




کیالت، بستری بر پایه‌ی اتصال سرویس‌های بانکداری باز

www.parsian-bank.ir

مرکز تخصصی و مشاوره‌ی بانکداری باز



بانک پارسیان



٢٠٢٠

مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للأداء الرياضي والرياضة

COMING SOON

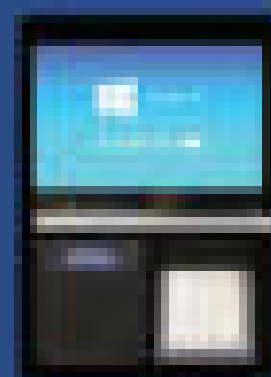
کیوسک‌های شرکت توسعه خدمات الکترونیکی آذونیس در مسیر تحول دیجیتال



AD7300



AD8200

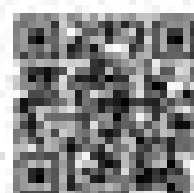


AD7000

طراحی روزآمد با هدف بهبود تجربه کاربری
ارائه خدمات متعدد و متنوع
سفارشی‌سازی مطابق درخواست مشتریان

تلفن: ۰۲۱۳۳۳۳۳۳۳۳

www.adonistech.ir





Strategi Baru

2023-2025





شرکت داده پردازی کیسان
ارائه دهنده خدمات معتمد مالیاتی

رایگان مشاوره بگیرید، آموزش بسازید و صورت حساب های الکترونیکی خود را ارسال کنید.



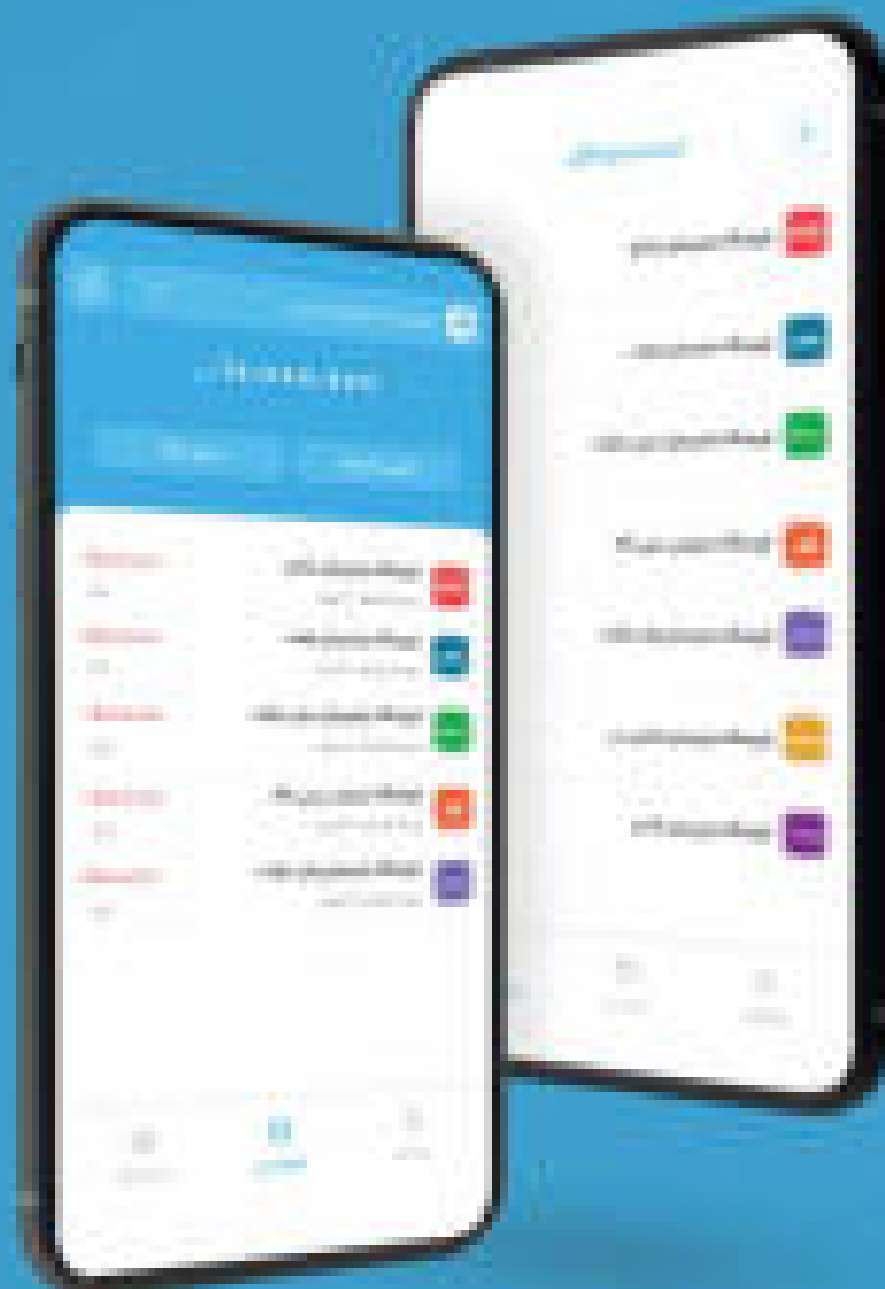
WWW.KEYSUNDP.IR

[T.ME/KEYSUNDP](https://t.me/KEYSUNDP)

021 - 91009610

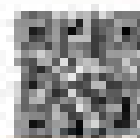
ارائه درگاه و وب سرویس اعتباری

به فروشگاهها و مجموعه های فین تک و لندتک

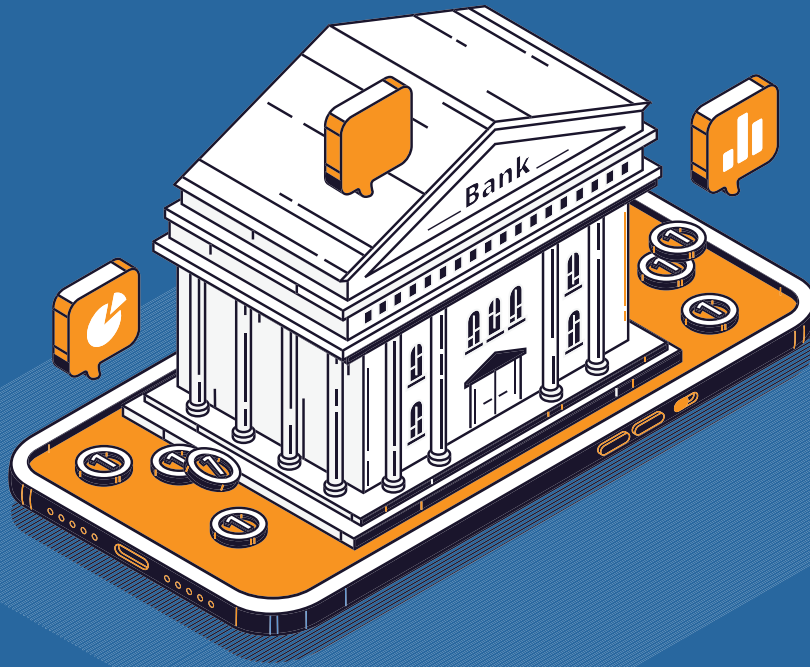


BNPL

با نصب اپلیکیشن فین تک
در فروشگاههای فین تک و لندتک
توانید از خدمات اعتباری فین تک استفاده کنید



CREDIT



پلتفرم تامین مالی زنجیره ای یکپارچه

انتقال تعام یا بخشی از دستورپرداخت ✓

امکان تنزیل دستورپرداخت ✓

فرآیندهای تعام دیجیتال ✓

پوشش کامل زنجیره تامین ✓

tejaratshayan.com

۰۲۱-۹۱۰۰۲۲۳۰

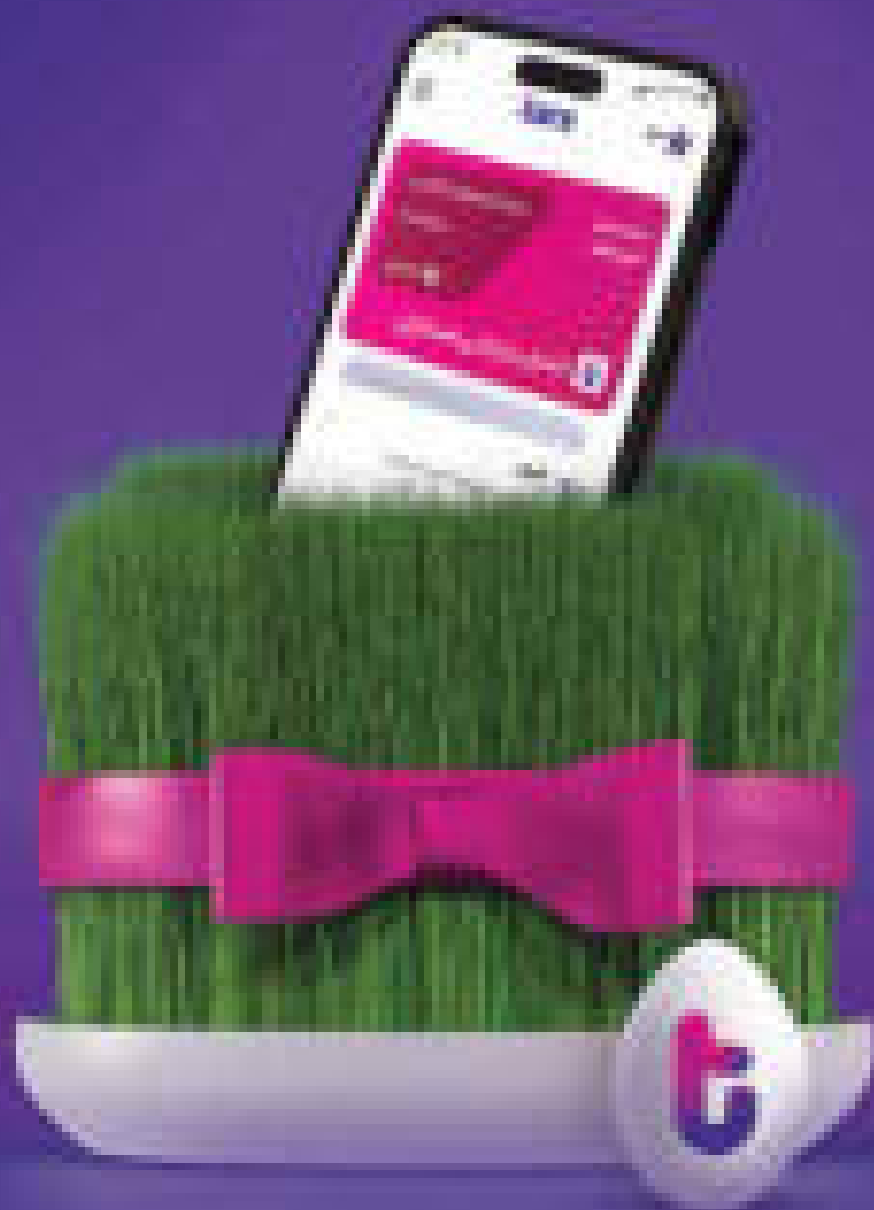


یک عیدی برای تمام فصول

با انتخاب سازهایی از طلا به گنجینه ارزتان هر ماه عیدی بدهید.

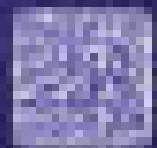
بدون سود - بدون ضامن

با ۷ هزار فروشنده طرف قرارداد



عید نو مبارک

Tara360.ir



عصر تراکنش

ماهنامه اختصاصی
مدیران فناوری های
مالی ایران
سال هفتم
شماره ۷۹ و ۸۰
اسفند ۱۴۰۲
فروردین ۱۴۰۳



صاحب امتیاز: مؤسسه شبکه عصر تراکنش

مدیر مسئول و مدیر عامل: مینا والی

سردبیر: مینا حاجی

مشاور سردبیر: رسول قربانی

تحریریه: نیلوفر نادری، فاطمه شایگان

مرضیه امیری، زهرا قربانی

مهسا نجاتی، راضیه مینایی

رضا امیرزاده، نسیم بنایی، محمد رهبان

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد

مدیر فنی: علیرضا کیوان

صفحه آرا: حمید ابراهیمی، محمد قربانی

ویراستار: سمیرا امیری

عکس: نسیم اعتمادی، حامد خورشیدی

۵۴

تغییر را درک کنید
و سوار امواج شوید
چرا سال ۱۴۰۳ فصل تازه یا به تعبیری فصل دیگر است؟

۵۶

گاهی غرق شدن در پیش بینی ها و فناوری های نو ما را از
هدف اصلی دور می کند
تمرکز بر روندها یا شناخت نیاز واقعی مردم؟

۵۷

۱۴۰۲ قرار بود سال تاب آوری باشد، ولی به توسعه رسید
۱۴۰۳ چطور خواهد بود؟
بفرمایید بیمه، مالیات و کمی هم برند کارفرمایی

۵۸

مروزی بر یاد داشت های دریافتی ماهنامه عصر تراکنش
در سالی که گذشت
آنچه متخصصان نوشتند

۷۰

بررسی مهم ترین اخبار صنعت فناوری های
مالی کشور در سال ۱۴۰۲
یک گام رو به جلو و ۱۰ گام رو به عقب رگولاتور

۷۴

نگاهی به روندهای مهم صنعت فناوری های مالی کشور
در یک سال گذشته و اهمیت توجه به آنها در سال جدید
۱۴۰۳ سال هم افزایی بین صنایع است

۸۶

میزگردی درباره نقش کلیدی هلدینگ های فناوری
اطلاعات به عنوان پیشران های تحول دیجیتال بانک ها
ورود به حوزه سرمایه گذاری خطرپذیر اجتناب ناپذیر است

۹۴

در میزگرد «داریی های دیجیتال» اتفاق های مهم
اکوسیستم رمزارز کشور در یک سال گذشته بررسی شد
رفتارهای غلط حاکمیت و به بن بست رسیدن رگولاتوری

۱۰۲

در میزگرد «تحول، نوآوری
و بهره وری در سازمان ها» مطرح شد
کجای طیف بهره وری آکواریمی و بهره وری نوآورانه ایستاده ایم؟

ASRE TARAKONESH.IR



۲۴۲



۱۷۲



۱۹۰



۲۱۴



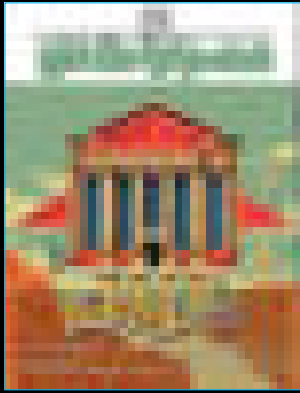
۲۱۸

مسعود وکیلی نیا، مدیر عامل
ارتباط فردا درباره برنامه های این
هلدینگ در سال ۱۴۰۳ می گوید
تکمیل فرایند
بورسی شدن مان را
پیگیری خواهیم کرد

گفت و گو با محمد صادقی
مدیر عامل شرکت به سازان ملت
به بهانه ۲۹ سالگی این شرکت
۱۴۰۲؛ سال
شکوفایی مجدد
و برگشت به
مسیر موفقیت

۱۷۴





طرح جلد: روح الله گیتی نژاد

@AsreTarakonesh

@Asretarakonesh

@AsreTarakonesh

@Asretarakonesh

AsreTarakonesh.ir

Way2Pay.ir

وبسایت: AsreTarakonesh.ir

ایمیل: mag@way2pay.ir

چاپ: واژه (۸۸۳۱۶۶۱۳)

صحافی: واژه

ناظر چاپ: قادر شهبازی

شبکه های اجتماعی: محمد حسین صیادی نژاد

حائیه همتی

نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، بلوار لاله غربی

کوچه حدیث، بن بست حدیث ۲، پلاک ۸

تلفن تحریریه: ۴۴۴۳۹۶۶

۱۶۵

مروری بر ۳۹ کسب و کاری که طی سال ۱۴۰۲ در ماهنامه عصر تراکنش با مدیرانشان گفت و گو کردیم قدم گذاشتن در مسیر توسعه

۲۷۲

مروری بر زندگی شخصی و حرفه ای ۱۰ مدیر صنایع مالی کشور که در سال ۱۴۰۲ از زندگی شخصی و حرفه ای آنها گفتیم بازیکنان تأثیرگذار

۳۲۰

معرفی منتخب های ۱۴۰۲ عصر تراکنش در ۲۲ دسته گوناگون ترکیب طلایی صنعت فین تک

۱۴۶

در میزگرد «از تجربه کارکنان در سازمان تا شکل گیری برند کارفرمایی» مطرح شد عملکرد و ارتباطات دو بال برند کارفرمایی

۱۵۳

بررسی یک سال چالش های فناوری اطلاعات بانک ها در ایران تاب آوری در روزهای سخت

۱۶۲

نگاهی به گفت و گوهای جلد ماهنامه عصر تراکنش در سال ۱۴۰۲ آینده در دستان مدیران

۱۰۹

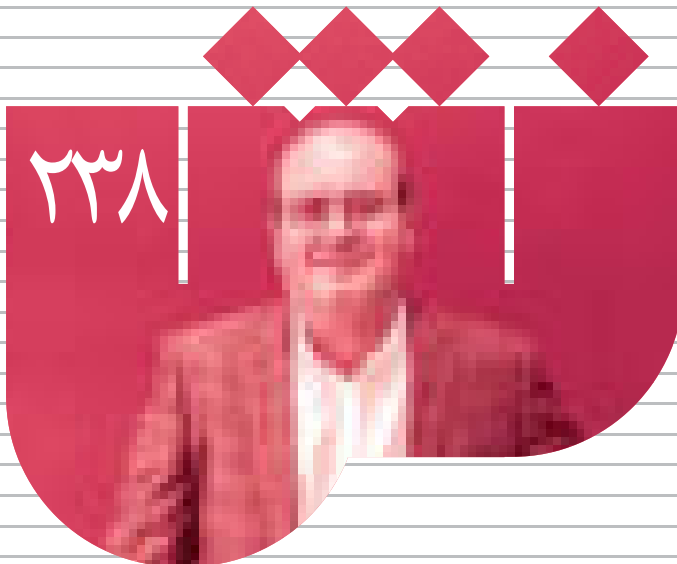
مروری بر مهم ترین رویدادهای صنعت فناوری های مالی کشور در سال ۱۴۰۲ تبدیل مباحث چالشی به رویدادهای علمی

۱۳۲

بررسی یک سال رگ تک ایران در میزگردی با حضور حمید حسن آبادی، نیما شمسپور و علی حاجی زاده مقدم بازی رگ تک تازه شروع شده است

۱۳۸

در میزگرد «لندن تک در ایران و عبور از سدها» مطرح شد لندن تک با بازیاب بانک ها نیستند



۳۳۸



۱۷۹



۲۵۲



۲۵۷



۲۵۴

گفت و گو با هومن سپهری
مدیرعامل تندرنورد درباره نگاه این شرکت به آینده صنعت پرداخت الکترونیک کشور
مسیر دشوار توسعه بدون همراهی رگولاتور



۲۴۸

گفت و گو با محمد رضوان مدنی
درباره دستاوردهایش در بانک صادرات ایران و هلدینگ صاد
فتح قله های جدید در خدمات الکترونیک

ساز و ساز

گروه شرکت‌های
هلدینگ فناوری‌ها هوشمند بهسازان فردا

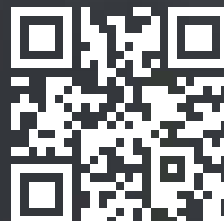


تهران، بزرگراه صدر، خیابان دیباجی

جنوبی، خیابان مژگان، پلاک ۲، طبقه ۹

۰۲۱۲۷۳۱۴۴۴۴ ☎ ۰۲۱۲۷۳۱۵۰۰۰ 📞

www.behsazanfarda.ir 🌐



چرا سال ۲۰۲۳ فصل تازه یا به تعبیری فصل دیگری است؟



رضا قربانی
مؤسس کارخانه
نوآوری رسانه
راه کار

مهرتراکتس



۵۴

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

اثر یک بیماری همه‌گیر شده بود، ولی کووید ۱۹ روند رشد بسیاری از کسب‌وکارها و حتی صنایع را متوقف و در برخی موارد نابود کرد؛ از آن سو زمینه رشد صنایع دیگر و کسب‌وکارهای متعددی را فراهم کرد، یا مثلاً این روزها که درباره هوش مصنوعی هایپ شدیدی شکل گرفته؛ وضعیت درباره هوش مصنوعی به شکلی شده که برخی آن را معادل فناوری می‌دانند و ممکن است با این عبارت مواجه شویم: بررسی روندهای فناوری و هوش مصنوعی! گویی هوش مصنوعی و فناوری در یک سطح قرار می‌گیرند. این روزها آنچه درباره هوش مصنوعی گفته می‌شود از نظر برخی به تمامی معادل فناوری است، در حالی که هوش مصنوعی هم بخشی از دنیای فناوری است.

◀ روندهای فناوری در دنیای فین‌تک و بانک به ما چه می‌گویند؟

اگر در گوگل عنوان Fintech Trends for 2024 را جست‌وجو کنیم، گوگل بر مبنای هوش مصنوعی چندین کلیدواژه را به ما معرفی می‌کند: بانکداری باز، Embedded Finance، بلاکچین، یادگیری ماشین، بیومتریک، نئوبانک‌ها، هوش مصنوعی، Blockchain Integration، امنیت سایبری، کلارنا، رگ‌تک، Virtual Cards Enhance Digital Banking، AI Personal Finance Assistants، پرداخت بدون تماس، Robotic Process Automation، Autonomous Finance، Data، شمول مالی، اینترنت اشیا، بانکداری موبایلی، شخصی‌سازی و تطبیق. این فهرست قابل بسط دادن است، ولی تا همین جا هم نکته‌های مهمی دارد؛ شاید مهم‌ترین نکته‌اش این باشد که به‌راستی در ذهن مدیر ایرانی کدام یک از این روندها برجسته است؟ به‌راستی مسئله کدام مدیر ایرانی حول پیاده‌سازی محصول با کمک این روندها است؟

مدیر ایرانی امروز درگیر بیمه، مالیات، آیین‌نامه‌های خلق‌الساعه، تغییرات ناگهانی و بسیاری از امور روزمره است. مدیر ایرانی چندان فرصتی برای محصول ساختن بر مبنای این روندها ندارد. ممکن است در رویدادها و برای انتخاب سوژه برای گفت‌وگو به این

۵۴

وضعیت درباره هوش مصنوعی به شکلی شده که برخی آن را معادل فناوری می‌دانند و ممکن است با این عبارت مواجه شویم: بررسی روندهای فناوری و هوش مصنوعی در یک سطح قرار می‌گیرند. این روزها آنچه درباره هوش مصنوعی گفته می‌شود از نظر برخی به تمامی معادل فناوری است، در حالی که هوش مصنوعی هم بخشی از دنیای فناوری است.

مدتی است که ما از مفهومی صحبت می‌کنیم با عنوان فصل تازه یا فصل دیگر. ممکن است برای برخی این پرسش ایجاد شود که در روزهایی که بسیاری از پایان صحبت می‌کنند، گفتن از فصل تازه به چه معناست؟ چند سال قبل که بسیاری از امید صحبت می‌کردند، ما از پایان گفتیم؛ پس چرا حالا که بسیاری از آن امیدها ناامید شده‌اند و پایان از هر زمان دیگری ملموس‌تر است، ما از فصل تازه می‌گوییم؟ و اینکه آیا فصل تازه به معنای تأیید شرایط موجود است؟ آیا ما تصور می‌کنیم پوست‌اندازی و خلق فضاهای تازه بدون درد است؟ یا اینکه این فصل تازه که از آن سخن می‌گوییم به معنای پایان همه گرفتاری‌ها است؟ آیا قرار است در پیچه و روزنه‌ای به سوی بهبود حاصل شود؟

مشابه بسیاری از پدیده‌های طبیعی، توسعه نیز فرایندی آهسته و پیوسته است. ما نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم، توسعه ناگهانی و یک‌باره رخ دهد. هرچند مدل ذهنی ما با فرایندهای آهسته و پیوسته هماهنگ نیست. بسیاری از ما منتظریم فردی ناگهان هدایت امور را در دست بگیرد و همه چیز را دگرگون کند. در حالی که هر پدیده کسب‌وکاری در بستری رخ می‌دهد که عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حقوقی بر آن تأثیر می‌گذارند. ما نمی‌توانیم روندهای کسب‌وکاری را بدون توجه به پنج نیروی گفته‌شده درک کنیم. برای اینکه بدانیم فصل تازه در چه بستری رخ می‌دهد باید بتوانیم تصویری نسبتاً شفاف از وضعیت موجود و چشم‌اندازی روشن در آن پنج حوزه داشته باشیم.

ولی در تمام این مسیر تحلیلی باید حواسمان باشد که با دانستن تمام روندهای پیشین و داشتن چشم‌اندازی از مسیر پیش‌رو هم باید آماده هرگونه پیچ ناگهانی در مسیر واقعی امور باشیم. به عبارتی ما نمی‌توانیم نقاط عطف را در هیچ تحلیلی داشته باشیم، نهایتاً بتوانیم با کمک گرفتن از مدیریت ریسک، اندکی از آثار منفی پدیده‌های تصادفی کم کنیم. بسیاری از پدیده‌ها در طبیعت رخ می‌دهند که ما درکی از آنها نداریم. برای نمونه کووید ۱۹ در پنج سال گذشته یکی از این پدیده‌ها است. ویروسی که تاحدودی جریان همه‌چیز را تغییر داد؛ پیش از همه‌گیری کرونا در کمتر تحلیلی اشاره‌ای به



واژه‌ها متوسل شود، ولی خودش هم خوب می‌داند که وقت، حوصله و توانی برای پیشرو بودن در این عرصه‌ها ندارد. او در وضعیت آچمز قرار دارد و باید پاسخ‌گوی هزاران موضوع ریزودرشت باشد.

این در حالی است که هم‌اکنون در دنیای بانکداری جهان یادگیری ماشین به یک روند جدی تبدیل شده است. برای نمونه BloombergGPT، DocLLM و FinGPT فقط سه نمونه از محصولات توسعه‌یافته در این فضا هستند. در میان واژه‌هایی که گوگل به ما پیشنهاد داده بود نام یک کسب‌وکار هم دیده می‌شد: کلارنا. کسب‌وکاری سوئدی که امسال قرار است وارد بازار سرمایه شود، ولی کلارنا تنها کسب‌وکار فین‌تکی نیست که وارد بازار سرمایه می‌شود. اگر نگاهی بیندازیم به فهرست کسب‌وکارهای فین‌تک جهان که در آستانه IPO قرار دارند نام‌های آشنایی می‌بینیم؛ نام‌هایی که در سال‌های گذشته، از زمان شکل گرفتن و رشد کنارشان بوده‌ایم تا امروز که قرار است وارد بازار سرمایه شوند. فقط بگذارید نام چند استارت‌آپ معروف فین‌تک را که در آستانه ورود به بورس قرار دارند فهرست کنیم: کلارنا، یونیکورن پرداخت سوئدی؛ استرایپ، غول پرداخت آمریکایی؛ رولوت، نئوبانک بریتانیایی؛ چایم، نئوبانک آمریکایی؛ بیت‌پاندا، یونیکورن رمزآرزی اتریش؛ سیرکل، استیبل‌کوین‌ساز آمریکایی و Zilch، کسب‌وکار BNPL بریتانیایی. این فهرست کوتاه نشان می‌دهد که فین‌تک در جهان، دوران کودکی را پشت سر گذاشته است و حالا کسب‌وکارهای استارت‌آپی به بازیگران جدی دنیای مالی تبدیل شده‌اند.

در شرایطی هستیم که بانک‌ها به‌طور خاص و نهادهای مالی به‌طور عام بیش از هر زمان دیگری آغوششان را رو به بیت‌کوین باز کرده‌اند؛ همه این تغییرات و پذیرش‌های فناوری هم باعث شده که رگ‌تک بیش از هر زمان دیگری در جهان مهم شود.

این فهرست را به شکل‌های گوناگون می‌توان توسعه داد، ولی به هر شیوه‌ای که آن را بسط دهیم تقریباً همین است. یک نتیجه‌گیری واضح از این فهرست‌ها و روندها این است که فین‌تک‌های بانکی و پرداختی بیش از هر زمان دیگری به بازیگران قدیمی بانک و پرداخت نزدیک و شبیه شده‌اند؛ یا اگر بخواهیم جور دیگر بگوییم: بانک‌ها و پرداختی‌ها بیش از هر زمان دیگری شبیه رقبایشان در دنیای فین‌تک شده‌اند. حالاً مرز بین بانک و پرداخت و فین‌تک کم‌رنگ‌تر از هر زمان دیگری شده است. به‌راستی چه تمایز برجسته‌ای بین ویزا و مسترکارت با پی‌پال و استرایپ وجود دارد؟ با اینکه استارت‌آپ‌ها بازی تغییر و توجه به مشتری نهایی را شروع کردند، ولی امروز کمتر جایی پیدا می‌شود که این تغییر را نفهمیده باشد. در دنیای کسب‌وکار حق با مشتری است و فین‌تک‌ها باعث شدند که مشتری حق بیشتری پیدا کند. هیچ بانک پیشرویی در جهان امروز پیدا نمی‌کند که در برابر روندهای فناوری ایستاده باشد؛ کاری که در ایران برخی نهادهای سنتی با توسل به آیین‌نامه‌های پوسیده انجام می‌دهند.

در جهان وضع برخی قوانین و مقررات حمایتی از



**مدیر ایرانی
امروز درگیر
بیمه، مالیات،
آیین‌نامه‌های
خلق‌الساعه،
تغییرات ناگهانی
و بسیاری از امور
روزمره است. مدیر
ایرانی چندان
فرصتی برای
محصول ساختن بر
مبنای این روندها
ندارد. ممکن است
در رویدادها و برای
انتخاب سوژه برای
گفت‌وگو به این
واژه‌ها متوسل
شود، ولی خودش
هم خوب می‌داند
که وقت، حوصله و
توانی برای پیشرو
بودن در این
عرصه‌ها ندارد.
او در وضعیت
آچمز قرار دارد و
باید پاسخ‌گوی
هزاران موضوع
ریزودرشت باشد**

استارت‌آپ‌ها و نوآوری سبب شد بانک‌ها نتوانند زمینه رشد فین‌تک‌ها را محدود کنند. با اینکه آنچه را در جهان رخ داده است می‌توانیم مستقل از آنچه در ایران رخ می‌دهد بدانیم، ولی اجازه دهید بگوییم دیر یا زود این روند تغییر به ایران هم می‌رسد. این همان فصل دیگر است؛ همان فصل تازه. همان جایی که بانک‌هایی که تغییر را درک کرده‌اند در آینده نزدیک به بازیگران اصلی دنیای بانکی ایران تبدیل می‌شوند. همین امروز هم برخی بانک‌ها با محصولات نوآورانه‌ای که عرضه کرده‌اند توانسته‌اند در این میدان به بازیگری مهم تبدیل شوند.

◀ تاریخ کسب‌وکار در آمریکا به ما چه می‌گوید؟

اگر بخواهیم تاریخ کسب‌وکار در آمریکا را مرور کنیم چند دوره قابل تشخیص است:

دوره اول: ۱۶۰۰ تا ۱۷۷۰؛ ریشه‌های کسب‌وکارهای آمریکایی

دوره دوم: ۱۷۸۰ تا ۱۸۳۰؛ تجارت در ملت تازه شکل گرفته

دوره سوم: ۱۸۳۰ تا ۱۸۵۰؛ اولین کارخانه‌ها

دوره چهارم: ۱۸۵۰ تا ۱۸۸۰؛ خطوط ریلی و توزیع گسترده

دوره پنجم: ۱۸۸۰ تا ۱۹۱۰؛ یک کشور صنعتی

دوره ششم: ۱۹۱۰ تا ۱۹۳۰؛ کمپانی‌های مدرن

دوره هفتم: ۱۹۳۰ تا ۱۹۴۵؛ بحران و جنگ

دوره هشتم: ۱۹۴۵ تا ۱۹۸۰؛ یک تمدن کسب‌وکاری

دوره نهم: ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۸؛ کارآفرینان و اقتصاد جهانی

این تقسیم‌بندی که بر مبنای یکی از کتاب‌های انتشارات دانشگاه آکسفورد است به ما نشان می‌دهد که اولاً کسب‌وکار در آمریکا تاریخی حدوداً چهارصدساله دارد و تاریخ مفاهیم کارآفرینی چیزی حدود چهل سال از آن است. بنابراین نباید به اشتباه کل تاریخ کسب‌وکار را در کارآفرینی خلاصه کرد یا بدتر از آن در استارت‌آپ‌ها و برخی فعالیت‌های نوآورانه.

در ایران هم روند کلی همین است. کسب‌وکار ریشه‌ای تاریخی دارد و ممکن است با آنچه از آمریکا می‌شناسیم متفاوت باشد؛ تاریخ استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوآورانه و کارآفرینی هم در ایران نسبت به کل تاریخ کسب‌وکارها کوتاه‌تر است. همان‌طور که تاریخ کسب‌وکار در آمریکا نشان می‌دهد هیچ روندی برای همیشه ادامه نمی‌یابد و در طول زمان تغییر و تحول پیدا می‌کند. چنانکه در سال‌های اخیر زمزمه‌هایی از تغییر روندهای کلان کسب‌وکاری در جهان شنیده می‌شود؛ در ایران نیز دیر یا زود شاهد این تغییر خواهیم بود.

اینکه چیزی را که پیش روی ما قرار دارد با عنوان فصل تازه یا فصل دیگر می‌خوانیم، لزوماً به این معنا نیست که تغییر درک می‌شود، ولی قاعداً آنهایی که تغییر را درک کنند بهتر از بقیه می‌توانند سوار امواج آن شوند. ♦

عمر تراکتس

یادداشت

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



گاهی غرق شدن در پیش بینی ها و فناوری های نو ما را از هدف اصلی دور می کند

تمرکز بر روندها یا شناخت نیاز واقعی مردم؟



مینا والی
مدیر مسئول

فناوری های دنیا ما را به بیراهه می برد. ما در بسیاری از محصولات و خدمات مالی از دنیا عقبیم و شرایط خاص خود را داریم.

برای شناخت نیازهای واقعی مردم باید جور دیگری نگاه کنیم. باید از برج عاجمان پایین بیاییم و میان مردم عادی زندگی کنیم تا نیازهای آنها را بهتر بشناسیم. این کاری است که خوشبختانه برخی از ارائه دهندگان خدمات مالی در کشور انجام داده اند؛ تسهیل دریافت وام ازدواج توسط بانک تجارت، ارائه وام در نقطه فروش و خدمات BNPL توسط کسب و کارهای لندتک، غیرحضوری کردن احراز هویت و ده ها خدمت دیگر. همه اینها خدمات و محصولات ارزشمندی هستند، ولی مردم همچنان نیازهای دیگری دارند که امیدوارم کسب و کارهای فعال در صنعت مالی کشور با درک این نیازها و ترسیم مدل کسب و کاری مناسب بتوانند آنها را رفع کنند.

قطعاً استفاده از فناوری های جدید و روندهای روز دنیا می تواند به ما در ارائه خدمات و محصولات جدیدی که نیاز مردم کشورمان است کمک کنند، ولی آنچه مهم است ابتدا تمرکز بر شناخت این نیازهاست؛ نه تمرکز بر استفاده از جدیدترین فناوری های روز جهان. جدیدترین و به روزترین محصولات فناورانه و نوآورانه تنها زمانی ارزشمند هستند که پاسخگوی نیاز مشتریان باشند و مردم از آنها استقبال کنند، وگرنه به زباله دان تاریخ می پیوندند و فقط سرمایه، وقت و انرژی ما را هدر می دهند.

من نیز مشتاق آزمایش و استفاده از فناوری های نو هستم و دوست دارم در کشوری زندگی کنم که در آن امکان استفاده از به روزترین فناوری ها وجود داشته باشد، اما پیش از آن معتقدم باید نیازهای اولیه مردم پاسخ داده شود. توسعه ما امکان پذیر نیست، مگر با بالا بردن دسترسی مردم به خدمات مالی حتی در دورافتاده ترین نقاط کشور. امیدوارم در سال ۱۴۰۳ تمرکز ما روی استفاده از فناوری های جدید برای شناخت و رفع نیازهای مردم باشد و نه تمرکز بر خود فناوری ها و ابزارها

پیش بینی هایی درباره آینده می شود؛ برخی خوش بینانه و برخی بدبینانه. معمولاً این پیش بینی ها جذاب اند، چون برای ما اغلب دانستن درباره آینده جالب است، مگر اینکه آینده روشنی را پیش روی خود نبینیم. خود فعل پیش بینی، هم سهل است و هم دشوار؛ سهل است چون چیزی که امروز درباره ۱۰ سال دیگر می گوئیم مربوط به آینده اندکی دور است و کمتر کسی بررسی می کند که پیش بینی اشتباه از آب درآمده یا درست و دشوار است، چون درباره تجربه های نزیسته و احتمالات ندانسته است.



تحلیل و پیش بینی درباره آینده، کسب و کار برخی شرکت های مشاوره است که به ما تلنگر می زند از روندها عقب نمانیم. در این پیش بینی ها و سیل روندها که غرق شویم آینده ترسناک تر می شود؛ مثلاً وب ۳.۰، متاورس، تحول دیجیتال و هوش مصنوعی که به عنوان یک فناوری همه جانبه (General Purpose Technology) گویا قرار است به سرعت تمام جنبه های زندگی ما را دگرگون کند. برخی از این روندها از چندین سال پیش مدام تکرار شده اند و نوید این را می دهند که به طور قطع زندگی ما را متحول خواهند کرد؛ از نحوه تعاملمان با جهان گرفته تا شکل پولی که خرج می کنیم. ما انسانیم و مواجهه با ناشناخته ها، بزرگ ترین ترسمان است. در رویدادی درباره هوش مصنوعی شنیدم که استاد پیش کسوتی در حوزه ای غیرفناوری می گفت: «با شنیدن این حجم از پیش بینی درباره تأثیر هوش مصنوعی بر تخصص هایمان احساس پوچی به من دست داده است.» صادقانه این احساسی است که بسیاری از ما یا انکارش می کنیم یا در تلاشی مذبحانه در حال فرار از آن هستیم و فقط تعداد کمی از ما واقعاً به استقبال آن رفته ایم.

مک کینزی اخیراً در گزارشی، وضعیت بانک ها و بانکداری در سال ۲۰۲۳ را ترسیم کرده و از روندهای مهم بانکداری در سال ۲۰۲۴ گفته است. در گزارشی دیگر کی پی ام جی نیز به مهم ترین روندهای بانکداری در سال ۲۰۲۴ پرداخته. آنچه در هر دو گزارش تکرار شده خوش بینی درباره وضعیت بانک ها در سال ۲۰۲۴ است؛ البته همه می دانیم که تمرکز این نوع گزارش ها بر بانک های کشورهای بزرگ دنیا و اقتصادهایی است که به واسطه ارتباط تنگاتنگی که با یکدیگر دارند به شدت بر یکدیگر تأثیرگذارند و ناگفته پیداست که در دستگاه مختصات ارائه دهندگان این نوع گزارش ها ما جایی نداریم. با این حال از آنجایی که نیازهای مشتری با تغییرات سریع فناوری در حال تغییر است ما نیز باید نیم نگاهی به روندهای مهم دنیا داشته باشیم.

یکی دیگر از نقاط مشترک گزارش ها که سال ها شاهد آن بوده ایم، تأکید بر استفاده از «فناوری» های روز در خدمت «نوآوری» است؛ از جمله هوش مصنوعی که در یک سال گذشته در کانون توجه صنایع قرار گرفته است و جایگاه ویژه ای در میان پیش بینی ها و توصیه های گزارش های این چنینی دارد. تحول دیجیتال نیز همچنان به عنوان یکی از موضوعات مهم مورد توجه صنعت مالی در گزارش ها دیده می شود.

تأکید چنین گزارش هایی شناسایی نیازهای مشتری و پاسخ به آن است، اما صادقانه اگر بگوئیم نسبت به این پیش بینی ها و ردیف کردن روندها خوش بین نیستیم. تصور می کنم تمرکز بیش از حد بر روندهای جهانی در یک صنعت ما را از تمرکز بر شناخت نیازهای واقعی مردم بازمی دارد. ژست پیشرو بودن در استفاده از به روزترین

مهرتراکتس



۵۶

ASAE.TARAKTAS.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

۱۴۰۲ قرار بود سال تاب آوری باشد، ولی به توسعه رسید؛ ۱۴۰۳ چطور خواهد بود؟

بفرمایید بیمه، مالیات و کمی هم برند کارفرمایی



می‌دانید سال گذشته، دقیقاً همین موقع، یعنی اسفندماه ۱۴۰۱ مدیران کسب و کارهای حوزه فناوری‌های مالی ایران سال ۱۴۰۲ را چگونه

می‌دیدند و رویکردشان چه بود؟ و حالا که این سال به آخر رسیده است آن را چطور توصیف می‌کنند؟ در اسفندماه ۱۴۰۱ پیش‌بینی کلی ما درباره سال ۱۴۰۲ در تحریریه عصر تراکنش از مجموع گفت‌وگوهایی که با بیش از صد مدیر در شماره ویژه پایان سال داشتیم، این بود که مدیران بر بقا و تاب‌آوری متمرکز خواهند بود و امیدی به توسعه نخواهند داشت، اما حالا که سال ۱۴۰۲ رو به پایان است و ما دوباره با بیش از صد مدیر در شماره ویژه پایان سال ۱۴۰۲ عصر تراکنش گپ‌وگفت کردیم، متوجه شدیم که کسب و کارهای حوزه فناوری‌های مالی در سال ۱۴۰۲ برخلاف تصورشان که فکر می‌کردند فقط روی بقا و تاب‌آوری متمرکز کنند، از این مرحله عبور کرده‌اند و اتفاقاً به توسعه هم پرداخته‌اند. اتفاقی که برآیندش در مجموع، این بود که سال ۱۴۰۲ به‌رغم تمام پیش‌بینی‌های مایوسانه و غیرتوسعه‌ای که درباره‌اش مطرح بود و با وجود تمام مشکلات و چالش‌ها و مسائلی که در طول این سال به وجود آمد، برای عموم کسب و کارهای این صنعت فراتر از توقع و انتظار پیش رفت و حتی بسیاری معتقدند از لحاظ کسب و کاری سال خوبی را پشت سرگذاشته‌اند. رسیدن به همین نتیجه چندخطی که برآیندی است از بیش از صد گفت‌وگو، برایمان غافلگیرکننده و حیرت‌انگیز بود. احتمالاً همین نتیجه باعث شده که در صحبت‌های امسال مدیران کسب و کارها ببینیم که ناامیدی کمی رنگ باخته و توجه کسب و کارها برای سال ۱۴۰۳ بیشتر معطوف به توسعه و پیشروی در صنعت است. اما آیا آنچه ما به آن رسیدیم به این معناست که فضای کسب و کار برای فعالان حوزه فناوری‌های مالی در ایران نسبت به سال قبل بهبود یافته است؟ پاسخ مدیران به‌طور کلی به این سؤال خیر است! فضای کسب و کار همان است و نه تنها بهتر نشده، بلکه با فشارهای مضاعف نهادهای دولتی مانند بیمه و مالیات سخت‌تر و فرسایشی‌تر نیز شده است. پس چه چیزی در این بین تغییر کرده است؟ احتمالاً نگاه کلی صنعت در غر زدن به وضعیت نامطلوب فعلی تغییر کرده است و مدیران و صاحبان کسب و کارها قبول کرده‌اند بخش عمده‌ای از ذهن و فکر و وقت و منابعشان، بیهوده برای موضوعات فرسایشی صرف

۵۶

از داستان ترسناک بیمه و مالیات که بگذریم، به نظر می‌رسد دغدغه مهم دیگر کسب و کارها برای سال ۱۴۰۳ موضوع برند کارفرمایی است. این موضوع در سال ۱۴۰۲ برای اولین بار به شکل گسترده توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در صنعت و به واسطه برگزاری رویداد برند کارفرمایی مطرح شد و بعد از آن شاهد ترند شدن آن در صنعت بودیم؛ به شکلی که بسیاری از رسانه‌ها به این موضوع پرداختند و رویدادهای کوچک و بزرگ دیگری با الگوبرگشتی از این رویداد، برگزار شد. این حجم از توجه به این موضوع یک دلیل مهم داشت؛ برند کارفرمایی مسئله روز کسب و کارها است، فقط تا آن زمان، کسی با این دقت و شفافیت به آن نگاه نکرده بود. بنابراین مسئله برند کارفرمایی نیز در سال ۱۴۰۳ برای صنعت جدی خواهد بود و کسب و کارها باید قدم‌های مؤثری برای توسعه و ارتقای برند کارفرمایی خود بردارند. در نتیجه احتمالاً در سال ۱۴۰۳ شاهد اتفاقات نو و خلاقانه متنوعی از سوی شرکت‌ها برای ارتقای برند کارفرمایی‌شان باشیم

خواهد شد و چاره‌ای ندارند جز ادامه مسیر. صحبت از بیمه و مالیات شد؛ دو نهادی که در یک سال گذشته در صدر انواع فرسایش و درگیری کسب و کارها بودند و گویی کمر به نابودی کشور بسته‌اند. با توجه به مسائلی که اقتصاد نفتی با آن مواجه است، کشور در حال گذار از این نوع اقتصاد به اقتصاد مالیات‌محور است و همین امر باعث شده دو نهاد بیمه و مالیات نیز با ناآماده‌ترین حالت ممکن، وارد این دوران گذار شوند و با توجه به قدرتی که بیش از پیش یافته‌اند از هیچ نوع فشاری که در توانشان باشد به کسب و کارها دریغ نکنند و نابودی کسب و کارها برایشان کمترین دغدغه باشد. ظاهراً مدیران در دو نهاد بیمه و مالیات توجیه شده‌اند که قرار است بخش قابل توجهی از بودجه کشور از این منابع تأمین شود و سال به سال هم نسبتش افزایش خواهد یافت، اما ظاهراً توجیه نشده‌اند که اگر کسب و کاری برای پرداخت بیمه و مالیات نباشد، درآمدی هم از این بخش وجود نخواهد داشت. اتفاقی که در حال رخ دادن است، همین است که دو نهاد بیمه و مالیات که در دوران گذار قرار گرفته‌اند، بدون توجه به الگوهای بین‌المللی و بدون توجه به عاقبت آنچه در سطح کلان در حال رخ دادن است، فقط با رویکرد دستوری در حال نابودی کسب و کارها هستند. شاید بهتر باشد سران قوا و نهادهای بالادستی قبل از اینکه بیمه و مالیات به‌طور کلی ریشه صنایع را از بیخ و بن بزنند به چگونگی پیاده‌سازی مأموریت محوله به این دوسازمان توجه ویژه داشته باشند.

از داستان ترسناک بیمه و مالیات که بگذریم، به نظر می‌رسد دغدغه مهم دیگر کسب و کارها برای سال ۱۴۰۳ موضوع برند کارفرمایی است. این موضوع در سال ۱۴۰۲ برای اولین بار به شکل گسترده توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در صنعت و به واسطه برگزاری رویداد برند کارفرمایی مطرح شد و بعد از آن شاهد ترند شدن آن در صنعت بودیم؛ به شکلی که بسیاری از رسانه‌ها به این موضوع پرداختند و رویدادهای کوچک و بزرگ دیگری با الگوبرگشتی از این رویداد، برگزار شد. این حجم از توجه به این موضوع یک دلیل مهم داشت؛ برند کارفرمایی مسئله روز کسب و کارها است، فقط تا آن زمان، کسی با این دقت و شفافیت به آن نگاه نکرده بود. بنابراین مسئله برند کارفرمایی نیز در سال ۱۴۰۳ برای صنعت جدی خواهد بود و کسب و کارها باید قدم‌های مؤثری برای توسعه و ارتقای برند کارفرمایی خود بردارند. در نتیجه احتمالاً در سال ۱۴۰۳ شاهد اتفاقات نو و خلاقانه متنوعی از سوی شرکت‌ها برای ارتقای برند کارفرمایی‌شان باشیم



مینا حاجی
سرمدبیر

عصر تراکنش

یادداشت

۵۷

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

مروری بر یادداشت‌های دریافتی ماهنامه عصر تراکنش در سالی که گذشت

آنچه متخصصان نوشتند

بررسی یادداشت‌های ارسالی بازیگران صنعت فناوری‌های مالی به ماهنامه عصر تراکنش، به ما نشان می‌دهد که چه مفاهیم و موضوعاتی در سال ۱۴۰۲ برای آنها مهم بوده است. تکرار تناوبی عبارت «هوش مصنوعی» به خوبی گویای این نکته است که این فناوری فکر فعالان و متخصصان این صنعت را در سال ۱۴۰۲ مشغول کرده است. در سال ۱۴۰۲ بیش از هر سال دیگری درباره هوش مصنوعی در دنیا و البته ایران خواندیم و شنیدیم؛ از رابطه‌اش با صنعت بانکی و پرداخت کشور تا اینکه چه رویکردی را باید در قبال این فناوری در صنایع مالی کشور داشته باشیم. بعد از هوش مصنوعی، کلیدواژه‌های «رگولاتوری»، «لندتک»، «دیفای» و «فراگیری مالی» بارها در یادداشت‌های فعالان در ماهنامه عصر تراکنش تکرار شده‌اند. سیر صعودی تورم و عدم توسعه هم‌زمان ابزارهای فراگیری مالی در ایران باعث کاهش قدرت خرید مردم شده است. از طرفی استفاده از لندتک‌ها و سرمایه‌گذاری‌های خرد رزماری طی سال‌های گذشته افزایش یافته است؛ در پی این اتفاق‌ها در سال جاری از همکاری بین کسب‌وکارهای لندتکی و رزماری در کشور شنیدیم که می‌تواند راه‌حلی برای دسترس پذیری بیشتر مردم به ابزارهای فراگیری مالی، دریافت آسان تر وام و اعتبار و در نتیجه افزایش قدرت خرید مردم باشد. با وجود تمام فناوری‌ها و نوآوری‌های جدید، مهم‌ترین چالشی که صنعت فین‌تک کشور با آن دست‌وپنجه نرم می‌کند، موضوع رگولاتوری است. تحلیل محتوای یادداشت‌ها نشان می‌دهد نوآوری و توسعه نیازمند تغییر رویکرد رگولاتور و اتخاذ نقش ناظر و نه کنترلگر حداکثری است. در ادامه مروری اجمالی بر بیش از ۴۵ یادداشتی داشتیم که فعالان و متخصصان صنایع مالی کشور در سال ۱۴۰۲ برای ماهنامه عصر تراکنش نوشته‌اند.



دیفای و ایران

باید پذیرفت که دیفای کشورمان فاصله زیادی با سایر کشورها، به ویژه کشورهای منطقه دارد و این فاصله هر روز بیشتر می‌شود. بیشتر فعالیت‌هایی هم که در حوزه رمزارزها در کشور صورت می‌پذیرد، مانند صرافی‌های رمزارز، به مدل متمرکز توجه نشان داده‌اند. لازم است تعریف واحدی از فناوری‌های مالی توزیع شده داشته باشیم. اگر امور مالی و پرداخت، اعم از سرمایه‌گذاری، وام‌دهی، انتقال پول، پرداخت در تراکنش خرید و... بر بسترهای غیرمتمرکز و مبتنی بر بلاکچین و بدون واسطه انجام شود (به شکلی که بانک و شبکه‌های پرداخت عمومی حذف شده باشند)، آن وقت یک فناوری مالی توزیع شده یا دیفای شکل گرفته است. در این حالت اپلیکیشن‌های غیرمتمرکز در بستر وب ۳.۰ فعالیت خواهند کرد.

کلیدواژه: #دیفای #فناوری_مالی #بلاکچین #رمزارز



پویا پورا'zam
کارشناس و مشاور
فناوری‌های مالی

لزوم استفاده از الگوریتم‌های رمزنگاری نامتقارن

حرکت شایسته قدردانی و جسورانه شبکه بانکی به سمت استفاده گسترده از الگوریتم‌های رمزنگاری نامتقارن، به زودی مرحله جدیدی از مشکلات دیجیتالی را برای مهندسان امنیت رقم خواهد زد. این جهت‌گیری جدید با زیرساخت کلید عمومی که از الزامات ورود به اقتصاد دیجیتال محسوب می‌شود، ما را با تهدیدهای جدیدی روبه‌رو خواهد کرد. یکی از این تهدیدها از قوانین سخت‌گیرانه ایالات متحده درباره قرار دادن الگوریتم‌های رمزنگاری در طبقه‌بندی اسلحه و تجهیزات نظامی نشئت می‌گیرد. به این ترتیب هر محصول نرم‌افزاری یا سخت‌افزاری که شامل توابع کتابخانه‌ای رمزنگاری یا ASIC‌های مربوطه باشد، می‌بایستی با تأیید دولت آمریکا در کشور مقصد به کار برود.

کلیدواژه: #اقتصاد_دیجیتال #امنیت #شبکه_بانکی #مرکز

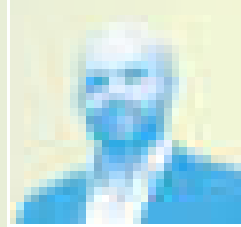


حمیدرضا نورصالحی
مشاور و طراح سیستم‌های
پیشرفته علم و فناوری

شمول مالی؛ پایه توانمندسازی مالی

شمول مالی دو وجه دارد؛ یکی وجه عرضه است که ارائه‌دهندگان خدمات مالی (معمولاً بخش خصوصی) مسئول توسعه آن هستند و لازم است خدمات بهنگام، با کیفیت، مقرون به صرفه و متناسب با نیاز را در دسترس همه افراد جامعه قرار دهند. چنانچه هر یک از این ویژگی‌ها مخدوش شود، از دایره افزایش شمول مالی خارج می‌شود. برای مثال محصول مالی در دسترس باشد، اما استفاده از آن هزینه بالایی داشته باشد. وجه دیگر، تقاضاست که به معنای آگاهی و استفاده مردم از محصولات و خدمات مالی است. اگر مردم از انواع محصولات و خدمات مالی آگاه نباشند یا نتوانند موقعیت خود را به درستی برای استفاده از آنها ارزیابی کنند، یک پای توانمندی می‌لنگد.

کلیدواژه: #خدمات_مالی #شمول_مالی #بازار_سرمایه



کمیل رودی
مدیر آکادمی هوش مالی

عصر تراکنش



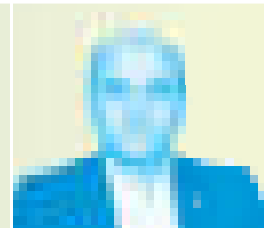
ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

ورود نسل زد به بازار کار و چالش‌های مدیریت آنها

با ورود نسل زد به بازار کار، چالش مدیریت این نسل در محل کار بیش از پیش خودنمایی می‌کند و به نظر می‌رسد در آینده با چالش‌های مهم‌تری هم روبه‌رو خواهیم بود. یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌های این نسل که معروف به بومیان اینترنت‌اند (یعنی با مفاهیم اینترنت، دیجیتالی شدن و فضای مجازی متولد و بزرگ شده‌اند) عدم مسئولیت‌پذیری و تعهد در قبال سازمان است. به این معنی که درگیر بودن بیش از حد این نسل با اینترنت و فضای مجازی و در پی آن افزایش سطح اطلاعات ایشان، هم به باهوش‌تر شدن این نسل منجر شده و هم باعث افزایش درک آنان شده است، بنابراین مفهوم تعهد از منظر آنها تغییر کرده است.

کلیدواژه: #نسل زد #اینترنت #تحول دیجیتال #بازار کار



یوسف غروی

معاون سرمایه‌های انسانی هلدینگ فناوری اطلاعات بانک سینا

جاماندن ایران از رشد جهانی

نمی‌توان آمار و گزارش جامعی در زمینه بازار پشتیبانی فاوا در ایران ارائه داد. یکی از دلایل این موضوع این است که افراد و بنگاه‌هایی که سرویس‌های پشتیبانی فاوا را بدون آمار و فاکتور و ثبت در دفاتر قانونی ارائه می‌دهند، مشخص نیستند. سازمان‌های فراوانی نیز دارای بخشی برای پشتیبانی فاوا و شبکه خود هستند که دستمزد و هزینه‌های آنها را به صورت تفکیک شده از سایر هزینه‌های کسب و کار ارائه نمی‌دهند. در ایران کاهش شدید ارزش ریال و چندین برابر شدن قیمت سخت‌افزارهای الکترونیک، موجب ناتوانی مردم و صاحبان کسب و کار در خرید سامانه‌های نو برای جایگزین کردن کامپیوتر و دستگاه‌های هوشمند و روتر فرسوده شده و به ناچار با قیمت‌های نه‌چندان منطقی، تن به تعمیر و به‌روزرسانی قطعات می‌دهند.

کلیدواژه: #پشتیبانی فاوا #تحول اقتصادی #رشد جهانی



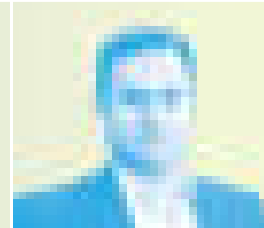
علی چهارلنگی

مدیرعامل شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی

درباب تحول دیجیتال شبکه بنیان در صنایع مالی دیجیتال

در الگوی شبکه ارزش، مفهوم «ارزش» ارتباط معناداری با مفهوم «شبکه» پیدا کرده و باید اکتساب ارزش، خلق ارزش و تحویل ارزش را در شبکه‌ها دنبال کرد. این گرایش از تحول دیجیتال تحت عنوان «تحول دیجیتال شبکه بنیان» شناخته می‌شود. در تحول دیجیتال شبکه بنیان، هسته اصلی تغییر بنیادین کسب و کار، وابستگی شدیدی به تحول در شبکه‌ها دارد؛ اعم از تحول در شبکه ارزش کسب و کار، تحول در شبکه ذی‌نفعان، تحول در شبکه مشتریان، تحول در شبکه کسب و کار، تحول در شبکه دانش، تحول در شبکه فناوری و سایر انواع شبکه‌های مهم در کسب و کار صنایع مالی.

کلیدواژه: #تحول دیجیتال #صنایع مالی



مصطفی امینی

مدیرعامل شرکت گسترش فناوری‌های نوین بانک کشاورزی

از نظرات بخش خصوصی غافل نشوید

سامانه مؤدیان مالیاتی از لحاظ ایجاد شفافیت در اقتصاد کشور بسیار کارآمد بوده و باید به صورت صحیح اجرایی شود، اما نکته مهمی که لازم است به آن توجه شود، این است که قانون باید با اقبال عمومی همراه و از سوی مؤدیان پذیرفته شود. این مهم نیز نیازمند اطلاع‌رسانی و آموزش کافی است که گویا تا به حال این‌طور نبوده است. در حال حاضر سامانه مؤدیان یک فرصت فناورانه ایجاد کرده و می‌تواند پایه‌ای برای ایجاد تحول باشد. هرچند در این مسیر توجه ویژه به مسئله آموزش و اطلاع‌رسانی بسیار مهم است. به نظر من اگر قانون سامانه مؤدیان به درستی اجرا شود، تمام مشکلات مالیاتی کشور ما حل خواهد شد.

کلیدواژه: #سامانه مؤدیان #سازمان امور مالیاتی #مالیات



مظاهر مرجانی

مدیرعامل شرکت فناوری اطلاعات پارمیس

فین تک و نیاز به تنظیم‌گری حمایت‌گرانه

فین تک‌ها با به چالش کشیدن نظام‌های مالی سنتی به ارتقای کارآمدی کمک کرده‌اند و با رساندن جریان اعتبارات و سرمایه‌ها به اثربخش‌ترین بخش تولید ثروت، اقتصاد را متحول ساخته‌اند. به اذعان سازمان‌های بین‌المللی، از جمله صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، فین تک‌ها فرصتی برای تسریع رشد اقتصادی و گسترش استطاعت مالی در کشورها فراهم کرده‌اند. اگرچه شهرت حوزه فین تک در سال‌های اخیر به سرعت در حال گسترش بوده، اما اندازه و دامنه اثر آن در اقتصادهای مختلف، تفاوت‌های زیادی داشته است؛ تفاوت‌هایی که منعکس‌کننده سطح توسعه اقتصادی، ساختارهای مالی، استراتژی‌ها و «تنظیم‌گری‌های» دولتی است.

کلیدواژه: #فین تک #تنظیم‌گری هوش مصنوعی #توسعه اقتصادی



علی رسولی زاده

مدیرعامل شرکت پردازش اطلاعات مالی پارت

عصر تراکتس

یادداشت

۵۹

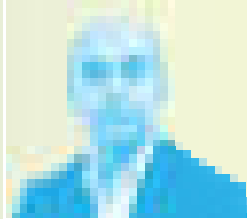
اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

رویکرد صنعت بانکی در قبال هوش مصنوعی

فناوری هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌ها و مدل‌های ریاضی و تحلیل داده‌ها و یادگیری آنها قادر به پیش‌بینی و تصمیم‌گیری هوشمندانه و نمایش رفتاری منطقی مشابه یک انسان است و امکان برقراری ارتباط به زبان انسان‌ها را دارد. در هوش مصنوعی، الگوریتم‌ها و مدل‌ها با استفاده از روش‌های مختلف مثل شبکه‌های عصبی و درخت تصمیم‌گیری و براساس داده‌های ورودی آموزش داده می‌شوند. این فناوری سال‌هاست در بخش‌های مختلف به کار رفته است، اما به تازگی با تجاری‌سازی برخی سرویس‌ها نظیر چت‌جی‌پی‌تی و در دسترس قرار گرفتن برای عموم، بیش از قبل مرکز توجه واقع شده است.

کلیدواژه: #هوش_مصنوعی #صنعت_بانکداری #بانکداری_دیجیتال

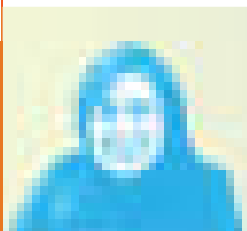


مصطفی ثابتی
مشاور بانکداری دیجیتال و عضو هیئت مدیره آسان پرداخت

بازار بکر SNBL و ارزش افزوده‌های آن

«اکنون پس‌انداز کنید، بعداً بخرید» یا همان SNBL یک تجربه پرداخت جدید است که در آن مشتریان برنامه‌های پس‌اندازی برای خرید بایک فروشنده در ازای تخفیف یا پاداش ایجاد می‌کنند. این برنامه فرصت منحصر به فردی برای رشد درآمد و تمایز در یک زمان حساس برای بانک‌های خرده‌فروش سنتی است. با توجه به وضعیت حال حاضر بانک‌ها که فقط نمایشی از چابک بودن و نوآور بودن را برای عموم رقم می‌زنند، این روش می‌تواند ارزش افزوده خلق کند و رابطه برد-برد برای ذی‌نفعان فراهم آورد. با افزایش نرخ‌های بهره، رکود اقتصادی و از دست دادن مشاغل، SNBL در مقایسه با وام‌های بدون وثیقه مانند کارت‌های اعتباری با «اکنون بخر، بعداً پرداخت کن» یا همان BNPL می‌تواند روش پرداختی کم‌خطری باشد.

کلیدواژه: #فین‌تک #هوش_مصنوعی #BNPL #SNBL

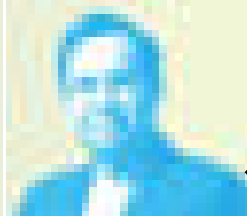


مونارحیمی
مدیر توسعه و نوآوری

هوش مصنوعی؛ جهشی برای شرکت‌های پرداخت

هوش مصنوعی، با قابلیت‌های خود برای انجام وظایفی که نیاز به هوش انسانی دارد، به طور قابل توجهی همه بخش‌ها از جمله صنعت مالی را متحول کرده است. تأثیر عمیق آن را می‌توان به طور برجسته در صنعت پرداخت الکترونیکی مشاهده کرد که مزایای بالقوه‌ای مانند افزایش امنیت، بهره‌وری عملیاتی، افزایش مشتری‌مداری و بهبود رابط کاربری پلتفرم‌های پرداخت الکترونیکی را به همراه دارد. با این حال، سفر به سمت استفاده از پتانسیل هوش مصنوعی بدون موانع نیست و چالش‌هایی مانند حفظ حریم خصوصی داده‌ها، اخلاق هوش مصنوعی و شکاف دیجیتالی باید برطرف شود.

کلیدواژه: #پرداخت_الکترونیکی #صنعت_مالی #هوش_مصنوعی



وحید فرمانی
کارشناس صنعت پرداخت الکترونیک

ساختار شکنی؛ پیش‌نیاز تحول

تحول، تغییری شگرف است بر مبنای فناوری‌های تحول‌آفرین؛ امری ضروری برای صنعت بیمه در ایران که می‌تواند کمک شایانی به این صنعت کند. اولین گام در این مسیر و برای بیمه‌گران، داشتن سند استراتژی تحول دیجیتال برای هر یک از شرکت‌های بیمه‌گر است. نیازی نیست سند قطور و غیر کاربردی داشته باشیم. می‌خواهیم این سند نقشه‌را همان باشد تا بتوانیم به‌درستی در مسیر تحول دیجیتال گام برداریم. سند استراتژی به ما کمک می‌کند ابعاد مختلف راه‌درستی درک کنیم و با احصای چالش‌ها در هر یک از ابعاد بتوانیم اقدامات مناسبی را در فواصل زمانی مشخص و در مسیر آن برگزینیم. در این بین، شاید بتوان فناوری و فرهنگ را مهم‌ترین بعدهای صنعت بیمه دانست که دارای چالش‌های فراوانی اند.

کلیدواژه: #صنعت_بیمه #تحول_دیجیتال #هوش_مصنوعی

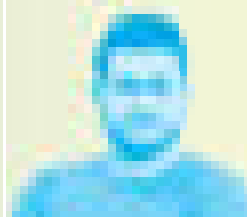


علی اکبر گلشنی اصل
مدیر تحول دیجیتال بیمه‌دی

حل مسئله وام‌دهی خرد

خدمات پذیره‌نویسی و ارائه تضامین دارایی‌های دیجیتال با واسطه‌گری شرکت‌های حوزه رمزارز مانند سکوها تبادل رمزارز، می‌تواند مسئله وام‌دهی و به‌ویژه وام‌دهی خرد را حل کند. به این ترتیب که سکوها رمزارزی می‌توانند پس از انجام تمامی خدمات پذیره‌نویسی و تضمین‌گذاری کاربران، آنها را به شرکت‌های تأمین‌کننده وام مانند بانک‌ها، نهادهای مالی و شرکت‌های لندتکی ارجاع دهند. در این صورت، متقاضیان ضمن حفظ دارایی‌های خود، وام دریافت خواهند کرد و شرکت‌های تأمین‌کننده وام، با نرخ نکول تقریباً صفر، حداقل ریسک را در اعطای تسهیلات متحمل می‌شوند.

کلیدواژه: #دارایی_دیجیتال #وام‌دهی #رمزارز #لندتک



امیرحسین مردانی
مدیرعامل بیت‌بین

عصر تراکتس



ASAE TAAHONESH.IR

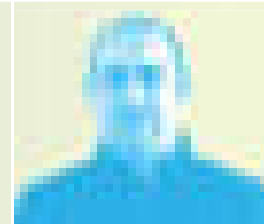
ماهنامه اختصاصی مدیران

فناوری‌های مالی ایران

کسب و کارهای خرد؛ بازویی برای اقتصاد کلان

نقش کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشورهای مختلف نسبت معناداری با میزان توسعه یافتگی اقتصادی دارد. در هر کشوری متناسب با اهمیتی که سیاست‌گذاران برای اشتغال‌زایی، ایجاد ارزش افزوده، نوآوری و جلب مشارکت برای توسعه اقتصادی قائل هستند، برنامه‌های حمایتی و ترویجی برای رشد واحدهای کوچک اقتصادی شکل می‌گیرد. این برنامه‌ها معمولاً با هدف توسعه پایدار و ساخت جوامع مستقل و خودکفا شکل می‌گیرند و نمونه‌های موفق در کشورهای مختلف اجرا شده که به ایجاد یک اقتصاد پویا منجر شده است. برای مثال هند با تأسیس وزارتخانه کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط، توانسته کسب و کارهای کوچک و خانگی را به شکلی جدی‌تر در چرخه اقتصاد درگیر کند.

کلیدواژه: #اقتصاد_کلان #کسب‌وکار_خرد #توسعه_اقتصادی



پشوتن پورپزشک
بنیان‌گذار یادرو

ضرورت سرمایه‌گذاری بانک‌ها در فین‌تک‌ها

در ایران به دلیل محدودیت‌هایی که رگولاتوری در نظر گرفته، اکوسیستم فین‌تک در کانون توجه بانک‌ها قرار دارد. بانک مرکزی به فین‌تک‌ها اجازه فعالیت‌های مالی مستقل را نداده و آنها را ملزم کرده با یکی از بانک‌های کشور در ارائه خدمات مالی همکاری کنند. همین نکته باعث شده بانک‌ها به سرمایه‌گذاری در اکوسیستم فین‌تک روی بیاورند. هر چند این اکوسیستم در صنعت بانکی، بیمه و بورس کشور تنوع زیادی در ارائه خدمات ایجاد کرده، باید دید با توجه به شرایط اقتصادی کشور و محدودیت‌هایی که برای رشد استارت‌آپ‌ها وجود دارد و از سوی دیگر نیاز به تغییر در روش‌ها و فرایندهای سنتی بانکی، آیا سرمایه‌گذاری در اکوسیستم فین‌تک در این زمان مناسب است یا باید در زمان دیگری انجام شود؟

کلیدواژه: #فین‌تک #رگولاتوری #صنعت_بانکی #استارت‌آپ



حسام مقصودلو
عضو هیئت‌مدیره هلدینگ فناوری
و نوآوری بانک تجارت (تفتا)

لندتک؛ بازتولید اعتماد اجتماعی

لندتک ظرفیتی فراتر از تسهیلات خرد کیف پول‌های اعتباری است و به‌سادگی با اعتمادسازی در جامعه امکان افزایش کیفیت زندگی مردم را دارد. این موضوع در حالی است که به دلیل چالش‌های رگولاتوری و روند کند تأمین مالی، بهترین و در دسترس‌ترین انتخاب کسب و کارهای این حوزه، روش BNPL است. BNPL اما روش مناسب ارائه تسهیلات برای خریدهای گران‌قیمت‌تر نیست و همین موضوع به ترمزی جدی در رشد و توسعه صنعت لندتک کشور تبدیل خواهد شد. در شرایطی که کسب و کارهای حوزه لندتک به دنبال ساخت اعتماد اجتماعی و اقتصادی، اهداف خود را برنامه‌ریزی می‌کنند، رگولاتور هم باید تغییر و آفق‌های جدید در دنیای نوین را بپذیرد.

کلیدواژه: #رگولاتوری #لندتک #بانک_مرکزی #اعتماد_اجتماعی



علیرضا شفیعی
مدیرعامل کیبا

شرکت‌داری یا سازمان‌داری با راهکارهای جامع سازمانی

در سازمان‌هایی که از سیستم‌های جامع و فرایندهای مرتبط استفاده نمی‌کنند، اطلاعات به‌صورت جزیره‌ای و در قالب سیستم‌های جداگانه جمع‌آوری می‌شوند که این امر منجر به عدم اطمینان به اخلاقیات می‌شود. همچنین ممکن است این داده‌ها به‌صورت ناقص جمع‌آوری شوند. در این صورت، احتمال دارد منجر به تصمیم‌گیری اشتباه شود و هزینه‌هایی را به سازمان تحمیل کند. همچنین، در پی فقدان چنین سیستم‌هایی، بسیاری از هزینه‌های دیگر به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم در طولانی‌مدت به سازمان‌ها تحمیل خواهند شد؛ از جمله تداخل فرایندها، ورود اطلاعات تکراری، مدیریت نادرست منابع و... .

کلیدواژه: #راهکارهای_جامع_سازمانی #شرکت‌داری

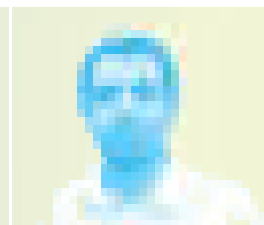


روزبه زند
مدیر واحد کسب و کاری
راهکارهای سازمانی داتین

هنر طراحی و تأثیر آن در صنعت پرداخت

در دنیای امروز، هنر طراحی یکی از پررنگ‌ترین عواملی شناخته می‌شود که تأثیر مستقیم و عمیقی بر تجربه مشتریان در هر صنعتی دارد. طراحی درست می‌تواند مسیر پرداخت را طوری برای کاربران تغییر دهد که به افزایش رضایت آنها و بهبود عملکرد کسب و کارها منجر شود. به‌عنوان یکی از طراحان محصولات صنعت پرداخت کشور، باید به این نکته اشاره کنم که طراحی، به واسطه انتقال ایده‌ها و پیام‌ها از طریق المان‌های بصری، می‌تواند به ایجاد ارتباط عاطفی و شناختی بین مشتریان و برندها کمک کند. در واقع فناوری‌های جدید در صنایع گوناگون برای کسب سهم بازار بیشتر و ایجاد ارتباط مؤثر با مشتریان، بیشتر از هر روشی از هنر طراحی استفاده می‌کنند.

کلیدواژه: #صنعت_پرداخت #هنر_طراحی #فناوری

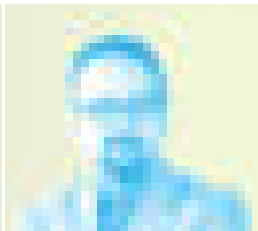


سید مرتضی اعتصامی
مدیرعامل نیکوکیوسک

لزوم استفاده از مدیریت دارایی در حوزه رمزارزها

اعمال صحیح قوانین مدیریت ریسک در فرایند معاملات، می تواند در کاهش ضرر و زیان های احتمالی تأثیر بسزایی داشته باشد. ترکیب یک استراتژی معاملاتی کارا و مدیریت سرمایه، ضمن پیشگیری از وقوع ضررهای سنگین و غیرمنتظره، به مرور زمان منجر به رشد سرمایه شما خواهد شد. اعمال مدیریت ریسک در معاملات، تابع قوانین واحد و مشخصی نیست و از فردی به فرد دیگر متفاوت است. در واقع جزئیات و نحوه اعمال مدیریت سرمایه، تا حد زیادی به دیدگاه سرمایه گذاری، اهداف مالی، طرز تفکر و روحیات شخص بستگی دارد. پس، مدیر سرمایه گذاری و مدیر دارایی باید براساس میزان تحمل ریسک سرمایه گذار و ویژگی های مطلوب سرمایه گذار، بهترین سرویس مدیریت دارایی را به شخص ارائه کند.

کلیدواژه: #مدیریت_دارایی #رمزارز #کنترل_ریسک



ایثار قمری
مدیرعامل بینوست



محمد کاظم کاظمی راد
مدیر تضمین
خدمات شرکت شاپرک

مرگ تدریجی نوآوری

صنعت پرداخت ایران، صنعتی بزرگ و بسیار فراگیر در میان مردم کشور است. این صنعت هم اکنون ماهانه قریب به چهار میلیارد تراکنش به ارزش بیش از هشتصد هزار میلیارد تومان را مدیریت می کند و با وجود ضریب نفوذ بالای کارت بانکی و استقبال عمومی مناسب مردم در این حوزه و وجود اپلیکیشن های متعدد، متأسفانه در سال های اخیر نه تنها شاهد نوآوری های بنیادین و مؤثر در فضای عمومی صنعت پرداخت نبوده ایم، بلکه گاه مرگ تدریجی نوآوری، جز در مواردی خاص را مشاهده کرده ایم؛ که دغدغه شرکت های پرداختی به تأمین رول کاغذی و رقابت بر سر تعداد دستگاه های کارت خوانشان محدود شده است.

کلیدواژه: #صنعت_پرداخت #دستگاه_کارت_خوان #نوآوری

ارتباط نزدیک برند کارفرمایی با برند کسب و کار

برند کارفرمایی و برند کسب و کار دو مسئله ای هستند که رابطه نزدیکی با یکدیگر دارند و می توان گفت هرکدام بر دیگری تأثیرگذار است. چگونگی ایجاد شهرت در بین کارمندان یک کسب و کار، مربوط به برند کارفرمایی می شود و شهرت کلی برند کسب و کار، ارتباط مستقیمی با نحوه کارکرد شرکت ها دارد. در واقع ارتباط برند کارفرمایی در یک سازمان با برند کسب و کار آن، به نوع فعالیت شرکت ها بستگی دارد. برخی کسب و کارها به صورت B2C و برخی به شکل B2B فعالیت می کنند. از آنجا که برند کسب و کار باعث ایجاد درکی از مجموعه در جامعه می شود، اگر این درک میان مصرف کنندگان اثر مناسبی داشته و تداعی درست و باکیفیتی به وجود آورده باشد، کسب و کارهای B2C به برند کارفرمایی آن کسب و کار نیز کمک می کند.

کلیدواژه: #برند_کارفرمایی #برند_کسب_و_کار #نیروی_انسانی



کوروش عباسی
مدیر ارشد برند
شرکت توسن



مستعان صدقانی
مدیر تجربه
مشتریان دیجی پی

در مسیر مشتری مداری

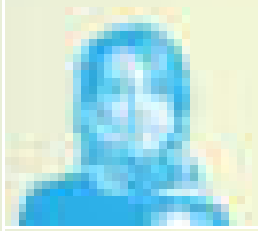
اگر نرخ رضایت کارکنان از وضعیت شغلی شان بالا نباشد، خیلی دور از ذهن است که همین کارکنان بتوانند تجارب خوشایندی برای مشتریان آن سازمان رقم بزنند. قابل اطمینان ترین مسیر رشد پایدار هر کسب و کاری، شنیدن صدا، نیازها و مشکلات مشتریان و به دنبال آن، تلاش برای بهبود مستمر آنها، با وجود تمام موانع و محدودیت ها است. یک تیم تجربه مشتریان موفق، تلاش می کند از تمام فرایندهایی که مشتری از آن تأثیر می گیرد، آگاه باشد و آنها را بهبود بخشد. همچنین اطمینان حاصل کند تمام واحدهای تصمیم ساز از نقش و تأثیر تصمیمات شان روی مشتریان مطلع اند و می توانند با در نظر گرفتن آن، تأثیر مثبتی بر وفاداری مشتریان و برند، به عنوان بارز نش ترین دارایی های هر سازمان داشته باشند.

کلیدواژه: #وفاداری_مشتری #مشتری_مداری

در باب اهمیت برند کارفرمایی برای کسب و کارها

باید توجه داشت وقتی یک برند کارفرمایی براساس استراتژی های یک شرکت ساخته می شود، با گذشت چند سال در ذهن ها نقش می بندد و افراد درباره آن صحبت می کنند؛ در آن زمان است که می توان گفت یک شرکت در ساخت برند کارفرمایی خود موفق بوده است. در شرایط فعلی شاهد هستیم که بسیاری از شرکت های قدیمی مانند شرکت نفت که توانستند در خاطره مردم برند کارفرمایی خوبی از خود ارائه دهند، با وجود داشتن امکانات بالا، با تخییر شرایط اقتصادی کشور، این روزها در این حوزه با مشکل مواجه شده اند. در چنین شرایطی و با وجود بحران مهاجرت، اهمیت برند کارفرمایی برای استارت آپ ها و کسب و کارهای نوآوری که فناوری محور هستند و به نیروی نخبه نیاز دارند، بیش از پیش احساس می شود.

کلیدواژه: #برند_کارفرمایی #نوآوری_نیروی_انسانی



سارا راد
هم بنیان گذار ابر دراک

عصر تراکنش



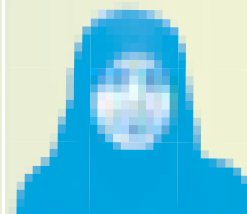
ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

تلاش برای یافتن جریان های درآمدی جدید

روندهای جهانی مانند تعدد روش های پرداخت دیجیتال (برای مثال کارت نقدی / اعتباری غیر تماسی، کدهای کیوآر، اکنون بخرید، بعداً پرداخت کنید، کیف پول های دیجیتال، پرداخت های موبایلی با قابلیت پیامک، ارزهای دیجیتال، پرداخت مبتنی بر AR)، هسته های بانکداری نسل بعدی و فناوری دفترکل توزیع شده موجب تغییر مدل ارزش حاصل از پرداخت خواهند شد. این روندها باعث حداقل تمایز در محصول و شیوه های پرداخت و همچنین کاهش حاشیه سود در تراکنش های پرداخت می شوند و متقابلاً مدیریت ریسک را قوی تر می کنند. در نهایت ضروری است بازیکنان زیرساخت های خود و معنای «شرکت پرداخت» بودن را بازتعریف کرده و برای یافتن جریان های درآمدی جدید تلاش کنند.

کلیدواژه: #پرداخت_دیجیتال #مدیریت_ریسک #صنعت_پرداخت

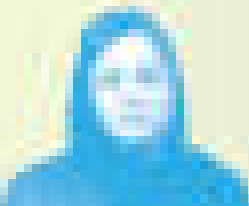


لیلا رضائی
رئیس اداره کل اطلاعات بانکی
بانک ملی ایران

رویکرد پلتفرمی کربنکینگ دیجیتال

به لطف پیشرفت در فناوری بانکداری، نوسازی هسته بانک دیگر انتخابی صرفویکی نیست؛ بانک ها می توانند انواع راه حل های بانکداری ابری و پلتفرمی را پیاده سازی کنند. این پلتفرم ها به بانک ها این امکان را می دهند که در عین بهره برداری از سیستم کربنکینگ جاری خود، نیازهای نوآورانه شان را با هزینه پایین تأمین، و سهم بازار خود را حفظ کنند و رشد دهند؛ بنابراین به نظر می رسد درباره لزوم استفاده از پلتفرم های بانکداری دیجیتال توسط بانک ها به منظور حفظ بقا و جلوگیری از عقب ماندگی در بازار بسیار رقابتی بانکداری امروز، تردیدی وجود نداشته باشد.

کلیدواژه: #کربنکینگ #بانکداری_دیجیتال #نوآوری

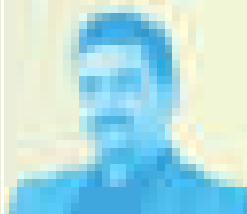


زکیه ایزدی
مشاور سابق نوآوری معاونت
توسعه محصول داتین

نسل بعدی بازار سرمایه در راه است

با اینکه بازارهای سرمایه نسبت به بازارهای پولی، به فناوری بلاکچین با تأخیر واکنش نشان دادند، اما در سال های اخیر و با معرفی مفاهیمی همانند توکن اوراق بهادار، اوراق بهادار توکن شده، ارزهای دیجیتال بانک مرکزی و STOها، فعالان بازارهای سرمایه نیز به این حوزه ورود کرده اند. سال گذشته بود که مدیرعامل سابق بورس نزدیک اعلام کرد: «۱۰۰ درصد سهام و اوراق قرضه معامله شده در بازار وال استریت حتی همین امروز می تواند به توکن تبدیل شود.» حجم و تعداد شرکت های فعال در زمینه به کارگیری فناوری بلاکچین در زیرساخت های بازار سرمایه در چند سال اخیر به حدی رشد کرده که این گمان در ذهن مطرح می شود که نسل بعدی بازار سرمایه، مبتنی بر فناوری بلاکچین و توکنایز کردن دارایی خواهد بود.

کلیدواژه: #بلاکچین #بازار_سرمایه #توکنایز_کردن_دارایی



محمد قاسمی
مدیرعامل مزدکس

کاربرد رگ تک در پنج حوزه

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 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 خطوط می کند و 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.» بر اساس مدیریت ریسک نیز، 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.

کلیدواژه: #رگ تک #تنظیم گری #فناوری



فرشاد صفری
معاون توسعه کسب و کار
فراپوم

در نقد رویکردهای کمی نگری

رویکردهای کمی نگری که در شرکت های PSP باب شده، رویکردی اصیل و فکری شده نیست، بلکه انعکاس رویکرد شرکت های فروشنده و سازنده کارت خوان در این شرکت هاست. رسم است که شرکت های بزرگ برای مدیرعامل و مدیران، خودرو تهیه می کنند؛ بدون شک اگر برای ایشان خودرو پیکان تدارک ببینند، مدیران مذکور، آن را توهین به خود تلقی می کنند. همین قیاس در رابطه بین صنعت پرداخت و سایر صنایع برقرار است. پردازش پیام های پرداخت با استانداردها و قواعد چهل سال پیش، آیا برخورنده نیست؟ نباید باشد؟ آیا می توان مشکلات پرداخت کشور را با آن حل کرد یا خودش مشکلی بر مشکلات قبلی می افزاید؟

کلیدواژه: #صنعت_پرداخت #صنعت_بانکی #PSP



وحید صیامی
کارشناس صنعت بانکی
و پرداخت

عصر تراکتس

یادداشت

۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

بررسی احراز هویت دیجیتال در پرتوقوانین و مقررات ایران

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) جزء (۴) بخشنامه برنامه بودجه سال ۱۴۰۱، دستورالعمل حدود و چگونگی ارائه غیرحضوری 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 تعامل پذیری دولت الکترونیکی کشور از این جمله‌اند. ملاحظه مفاد قوانین و مقررات جاری نشان می‌دهد نظام حقوقی ایران ضمن پذیرش سازوکارهای احراز هویت دیجیتال، سعی بر انتظام بخشی رویه‌های قابل اطمینان در این زمینه دارد.

کلیدواژه: #احراز_هویت_دیجیتال #تجارت_الکترونیکی #نظام_حقوقی_ایران

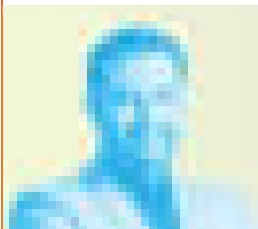


سیدمهدی نبوی
وکیل دادگستری

نوآوری باز؛ پرکاربردترین الگوی نوآوری در مدل کسب و کار

یکی از پرکاربردترین الگوهای نوآوری در مدل کسب و کار، مدل نوآوری باز است که می‌تواند منشأ تغییرات جدی، به‌ویژه در کسب و کارهای خدمت‌محور باشد. براساس تعریف «هنری چسبرو» نوآوری باز «استفاده هدفمند از جریان‌های دانشی خارجی و داخلی به جهت شتاب‌دهی به نوآوری داخلی و توسعه بازار برای استفاده خارجی از نوآوری است». در واقع نوآوری باز الگویی از تغییر در مدل کسب و کار است که در آن از مشارکت و تعامل بین بازیگران یک اکوسیستم برای دستیابی به اهداف تعیین شده استفاده می‌شود و از آن با عنوان «رویکرد بیرون به درون» یاد می‌شود. نوآوری باز در حوزه بانکداری نیز می‌تواند منشأ تحولات اساسی در مدل کسب و کار بانک‌ها باشد.

کلیدواژه: #نوآوری_باز #صنعت_بانکداری #فین تک #بانکداری_دیجیتال



محمد فرجود
مدیرعامل هلدینگ فناوری و نوآوری بانک تجارت (تفتا)

نظارت، صیانت و حمایت؛ سه ضلع یک مثلث کارآمد

در تمام مراحل تنظیم‌گری، نباید فراموش کرد که این حوزه شامل سه بعد صیانت، نظارت و حمایت است. اگر هر یک از این ابعاد مورد غفلت قرار بگیرند بدون شک دچار رفتار کاریکاتوری خواهیم شد. قانون‌گذار یا رگولاتور یا ناظر باید وظیفه‌اش را انجام دهد و در این مسیر فعال باشد. به عبارت دیگر اگر مجموعه‌ای که با مجوز و تحت نظارت فعالیت می‌کند با یک فضای رقابتی روبه‌رو باشد که در آن مجموعه‌هایی بدون مجوز و بدون اعمال نظارت فعالیت می‌کنند، باید قبول کرد که شرایط برای ادامه کار سخت و بازار آشفته‌تری می‌شود. ناظر باید به‌درستی دست به قانون‌گذاری و تنظیم‌گری بزند، اما این تنظیم‌گری نباید صرفاً محدود به کسانی باشد که این قوانین را پذیرفته‌اند.

کلیدواژه: #قانون_گذاری_رگولاتوری



علیرضا خدکرمی
رئیس هیئت‌مدیره تجارت الکترونیک پارسیان

امکان‌ها و چالش‌های لندتک‌ها

شرکت‌های لندتکی در این سال‌ها توانستند فراگیری مالی را بهبود بخشند و امکان دسترسی به منابع مالی را به‌صورت عادلانه‌تری، حتی برای افراد دور از مرکز نیز فراهم کنند، اما این پایان ماجرا نیست و هنوز راه طی نشده زیادی برای رسیدن به نقاط مطلوب مانده است. بنا بر آمارهای موجود، سهم لندتک‌ها از تسهیلات خرد در سال ۱۴۰۱، کمتر از یک درصد بوده که با استانداردهای جهانی، فاصله چندین برابری و معناداری دارد. سؤال اینجاست که برای ادامه این مسیر با چه چالش‌هایی مواجهیم و چه راهکارهایی برای فائق آمدن بر آنها داریم؟ بنا بر اذعان قریب به اتفاق فعالان لندتک، گلوگاه اصلی توسعه این کسب و کارها و خدماتشان، مسئله تأمین مالی است.

کلیدواژه: #لندتک #نوآوری #فراگیری_مالی

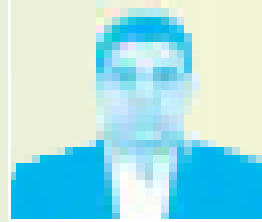


امیر مهربانی
مدیر توسعه کسب و کار قسطا

نوآوری زیر سایه نظارت، ممکن اما بسیار سخت

نکته قابل تأمل این است که هوای تازه‌ای که صنعت به آن نیازمند است، در دسته نوآوری باز و بیرون از صنعت قرار می‌گیرد و از این طریق صنعت به چالش کشیده می‌شود و تغییر خواهد کرد، اما در این فضا مانعی بزرگ به نام رگولاتور وجود دارد. نقش آفرینان شبکه پرداخت و بانکداری باید قبول کنند که رگولاتور نیز تغییرپذیر است. برای توضیح بیشتر لازم به یادآوری است، هوش مصنوعی و سایر تکنولوژی‌های در حال توسعه می‌توانند زیرساخت نوآوری قرار بگیرند و تأثیرگذار باشند، اما هوش مصنوعی به تنهایی نمی‌تواند کاری برای نوآوری بکند. به عبارت دیگر استفاده از هوش مصنوعی که یک زیرساخت مناسب است، می‌تواند برای رسیدن به مقصد عالی، یعنی نوآوری، کارگشا باشد.

کلیدواژه: #رگولاتوری #هوش_مصنوعی #نوآوری



مجید هادی
مدیرعامل سابق تجارت الکترونیک پارسیان

مهرتراکتس



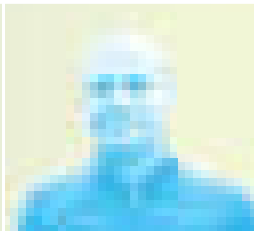
ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

دغدغه بزرگی به نام چشم انداز

صنعت بانک و پرداخت، حوزه‌های فناوریانه و محصولات گسترده‌ای دارند که آینده‌شان نامعلوم است. نئوبانک، پرداخت‌یاری، محصولات وام‌خرد، رمزارزها، بلاکچین، مدیریت مالی شخصی (PFM)، رمیتنس، رگ‌تک، کیف پول و... چشم‌انتظار تعیین تکلیف‌اند، اما رگولاتور یا به‌ناچار درگیر فرادهایی است که ریشه در نادیده گرفتن EMV و تأکید بر PCI دارد، یا مجبور است به ساماندهی دستگاه‌های کارت‌خوانی بپردازد که وارداتش طبق قانون فراحوزه‌ای و بدون مطالعه ممنوع شده و احراز اینکه تولید داخل است یا قاچاق، بخش عمده‌ای از توان ناظر را به خود اختصاص داده است. بخش قابل توجهی از مدیران صنعت و استارت‌آپ‌های حوزه پرداخت و فین‌تک با سردرگمی چشم‌انداز آینده و بیمناک از ابلاغ قوانین و دستورات جدیدند.

کلیدواژه: #صنعت_بانکی #صنعت_پرداخت #رگولاتوری

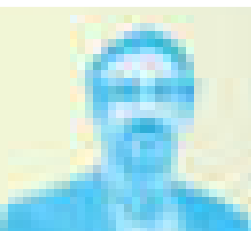


علی صالحی
عضو هیئت‌مدیره شرکت آلبین
کیش (گروه حصین)

هوش مصنوعی مولد، خط مقدم فناوری‌های نوظهور

هوش مصنوعی مولد در خط مقدم نوآوری‌های فناوریانه قرار دارد و در حال ایجاد یک تغییر پارادایم در نحوه تعامل انسان با ماشین‌ها و داده‌هاست و توانسته بینش‌های ارزشمند خلق کند. هوش مصنوعی مولد به دسته‌ای از الگوریتم‌ها اطلاق می‌شود که ماشین‌ها را قادر می‌سازد محتوای جدید را براساس الگوهای آموخته‌شده از داده‌های موجود ایجاد کنند. برخلاف مدل‌های سنتی هوش مصنوعی که مبتنی بر قانون هستند، سیستم‌های هوش مصنوعی مولد توانایی تولید خروجی‌های جدید را دارند. این امر باعث شده این فناوری در صنایع مختلف، از جمله مالی و بانکداری، کاربردهای فراوانی داشته باشد.

کلیدواژه: #هوش_مصنوعی #نوآوری #فین‌تک #صنعت_مالی

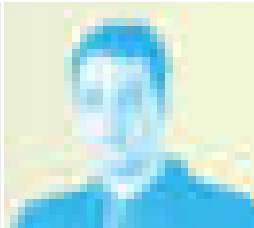


احمد سعیدی
معاون نوآوری و سرمایه‌گذاری
فینو داد

مروری بر هشت روند صرافی‌های رمزارز در سال ۲۰۲۴

یکی از مهم‌ترین تغییراتی که در سال ۲۰۲۴ برای صرافی‌های رمزارزی پیش بینی می‌کنیم، بلوغ مقررات کریپتو در سطح جهانی است. دولت‌ها و نهادهای نظارتی به طور فزاینده‌ای اهمیت مبادلات رمزنگاری شده را در اکوسیستم مالی درک می‌کنند. این «بلوغ» حتماً «شفافیت» را نیز به همراه خواهد داشت و در کنار آن عدم اطمینان را برای فعالان بازار، به خصوص صرافی‌ها کاهش می‌دهد. همچنین روند توکن‌سازی دارایی‌های دنیای واقعی احتمالاً شتاب بیشتری خواهد گرفت. توکنایز کردن سهام، کالاها، املاک و مستغلات، طیف وسیع‌تری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری را برای کاربران فراهم می‌کند. این همگرایی بازارهای سنتی و کریپتو می‌تواند نحوه درک و تجارت ما از دارایی‌های سنتی را بازتعریف کند.

کلیدواژه: #صرافی_رمزارز #دیفای #صنعت_رمزارز #فناوری

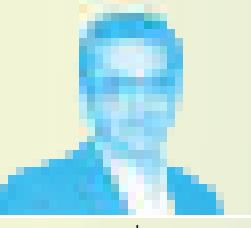


صالح خواجه‌دلویی
مدیرعامل هیتوبیت

تبرئه متهم ردیف اول روزهای منفی بورس

در ابتدای ورود معاملات الگوریتمی به ایران، فعالان بازار مالی استقبال چندانی از آن نکردند و حتی در روزهای منفی بازار این نوع از معاملات متهم ردیف اول شناخته شد، حال اینکه آمارها به وضوح نشان می‌دهد که در حال حاضر نقش معاملات الگوریتمی در بازار سرمایه حدود ۳۵ درصد از کل ارزش معاملات است و این مهم حاکی از تبرئه این معاملات از اتهامات وارده است. ضمن اینکه باید به این نکته توجه کرد که الگوریتم‌های معاملاتی در بازار سرمایه ایران، امکان انجام یک سفارش در هر ثانیه را دارند، بنابراین در مقایسه با کاربران عادی که می‌توانند در هر ثانیه سه سفارش ثبت کنند، محدودیت دارند.

کلیدواژه: #معاملات_الگوریتمی #بازار_سرمایه #بورس



حجت‌الله فرهنگیان
مدیرعامل شرکت رایان هم‌افزا

پنج چالش مهم صنعت بانکی کشور

یکی از مشکلات واردکنندگان تجهیزات نوین بانکی همواره عدم تخصیص ارز مناسب و در زمان‌بندی بهینه بوده است. از این رو انتظار می‌رود با توجه به تحریم‌های شدید بین‌المللی و هزینه‌های چندبرابر واردکنندگان، سازمان‌های مسئول همراهی بیشتری داشته باشند و در زمینه تخصیص ارز، تعدیل قوانین گمرکی و سرعت‌بخشی به فرایندها به منظور ترخیص کالاها همکاری کنند. امروزه شرایط اجتماعی، میزان رشد تورم، عدم تناسب میان انتظارات نیروی انسانی و میزان دستمزد، فشار مالیات بر حقوق‌ها و شرکت‌ها و همچنین تغییرات نسل زد، از جمله عوامل مهاجرت چشمگیر و پرسرعت متخصصان است.

کلیدواژه: #صنعت_بانکی #بانکداری_باز #سرویس_بانکی



مهررداد حیدری
مدیرعامل شرکت بازگانی
مبنا کارت آریا

عصر تراکتس

یادداشت

۶۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

پذیرش نرخ نکول و تضمین بازپرداخت اقساط

در تمام طرح‌های اقساطی، یکی از چالش‌های بزرگ نرخ بالای نکول و عدم بازپرداخت اقساط است. پلتفرم‌هایی که سرویس اعطای اعتبار را براساس طرح مقیاس‌پذیر به مشتریان عرضه می‌کنند، با پذیرش نرخ نکول و تضمین کردن بازپرداخت اقساط در زمان‌های معین شده این چالش را برای صاحبان کسب‌وکار مرتفع کرده‌اند و این راهکار را اصلی‌ترین ارزش افزوده پلتفرم خود می‌نامند. علاوه بر اینها یکی از مدل‌های جذب مشتریان، پروموشن‌های اختصاصی هر پلتفرم و معرفی مشتریان کسب‌وکارها است. ضمن اینکه در ارتباط با توزیع متقاضیان وام در بین کسب‌وکارهای موجود (در اکثر پلتفرم‌های این چنینی) میزان فعالیت کسب‌وکارها و کیفیت سرویس دهی آنها از مهم‌ترین معیارهای انتخاب است.

کلیدواژه: #لندتک #نرخ_ نکول #فروش_ اقساطی

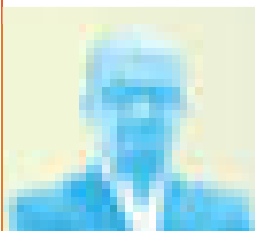


سجاد شفی زاده
مدیرعامل داپ‌آپ

ایجاد امکانات پیشرفته‌تر برای تصمیم‌گیری و مدیریت سرمایه

روبو - مشاوره یکی از ابزارهای بازار سرمایه است که به شدت تحت تأثیر تحولات قرار گرفته است. این سیستم‌ها با به‌کارگیری الگوریتم‌های هوش مصنوعی، به سرمایه‌گذاران کمک می‌کنند براساس اهداف و ریسک‌هایشان، پرتفوی‌های سرمایه‌گذاری را بسازند و آنها را مدیریت کنند. تجارت اجتماعی نیز یکی از تغییرات چشمگیر در بازار سرمایه است که این امکان را به سرمایه‌گذاران می‌دهد تا از تجربیات همدیگر بهره‌مند شوند و بهترین تصمیم‌ها را براساس عملکرد سایر سرمایه‌گذاران بگیرند. تجارت اجتماعی بخشی از تحولات در بازارهای سرمایه است و امکان به اشتراک‌گذاری استراتژی‌ها، تجربه‌ها و نتایج سرمایه‌گذاری را بین فعالان بازار فراهم می‌کند.

کلیدواژه: #هوش_ مصنوعی #بازار_ سرمایه #مدیریت_ سرمایه

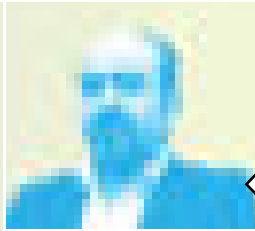


قاسم واحدی
مشاور توسعه کسب‌وکار بازار سرمایه

نقش اطلاعات در تأثیرگذاری رگ‌تک و سوپ‌تک

اینکه چه اطلاعاتی، در چه زمانی باید تولید و نگهداری شوند، چگونه پردازش شوند، چه اثری بر فرایندهای کاری داشته باشند و در اختیار چه کسانی قرار بگیرند مباحثی‌اند که اساس فناوری‌های رگ‌تک و سوپ‌تک را تشکیل می‌دهند. چنانچه این موضوعات به درستی مشخص نشوند، استفاده از رگ‌تک یا سوپ‌تک، امکان‌پذیر نیست. جاهایی که بانک مرکزی در بهره‌گیری از رگ‌تک موفق بوده بیشتر به آن دسته از سامانه‌های حاکمیتی برمی‌گردد که خود بانک آنها را توسعه داده است. برای مثال در حال حاضر امکان اعمال دقیق قوانین بر تراکنش‌های شتابی و بین‌بانکی وجود دارد که به مدد تعریف روشن و کافی اقلام اطلاعاتی و فرایندهای انجام تراکنش‌ها در بستر سامانه شتاب است.

کلیدواژه: #سوپ‌تک #رگ‌تک #بانک_ مرکزی #رگولاتوری

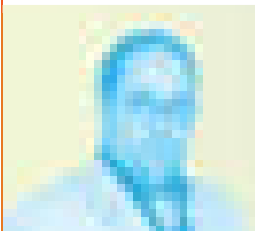


سجاد طرهانی
مدیر واحد توسعه خدمات شرکت کاشف

شفافیت؛ یکی از الزامات اعتماد به نهادهای پولی

مهم‌ترین سرمایه یک بانک میزان اعتمادپذیر بودن آن است. میزان اعتماد آحاد جامعه اعم از مشتریان یا نهادهای حاکمیتی و مدنی به یک بانک نسبت مستقیمی با سپردن سرمایه‌های خود به آن بانک یا استفاده از سایر خدمات آن دارد؛ خدماتی که در هر حال برای بانک سودآور است. قطعاً یکی از الزامات اعتماد به یک نهاد پولی، شفافیت آن در گزارشگری مالی است. حصول این شفافیت نیز مستلزم برخورداری از یک سامانه نرم‌افزاری جامع، منسجم و کاراست؛ سامانه‌ای که پس از کنترل انطباق عملیات‌های مالی با رویه‌های مالی و مقررات مصوب بانک، نسبت به ثبت آنها اقدام و متعاقباً گزارش‌های مالی لازم برای مدیران بانک یا نهادهای بالادستی را فوراً و با شفافیت کامل تولید و ارائه کند.

کلیدواژه: #شفافیت_ مالی #نهادهای_ پولی #اعتماد #صنعت_ بانکی



اردلان یوسفی
مدیر بخش فروش و توسعه بازار شرکت پویا

تأثیر اینترنت اشیاء در بقای بانک‌ها

اینترنت اشیاء زمینه‌ای برای نوآوری در اختیار بانک‌ها و مؤسسات مالی قرار می‌دهد و می‌تواند به گذر از بانکداری سنتی و ورود به جریان تحول دیجیتال کمک کند. اجرای آن به صورت یکپارچه و جامع، راهگشای بسیاری از مسائل و چالش‌های حال حاضر این مجموعه‌ها خواهد بود و حتی می‌تواند منجر به افزایش سهم بازار آنها در سال‌های آینده شود. استفاده از اینترنت اشیاء در شعب بانک‌ها علاوه بر ایجاد امنیت، به بهبود عملکرد این مراکز نیز کمک می‌کند. این امر در صورتی امکان‌پذیر است که به صورت یکپارچه قابلیت رصد و مدیریت آنها فراهم باشد. سامانه نظارت تصویری هوشمند و راهکار Connected Branch از جمله ابزارهای هوش مصنوعی هستند که می‌توانند به تحول دیجیتال صنعت بانکی کشور کمک کنند.

کلیدواژه: #صنعت_ بانکی #اینترنت_ اشیاء #تحول_ دیجیتال



حامد مصائبی
مدیر بازاریابی سازمانی مین‌نت

عصر تراکنش



ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



ارزش‌های ما در راه‌کار

* خلاقیت و نوآوری

خلاقیت در خون ماست؛ ما تلاش می‌کنیم بخشی از راه‌کار باشیم. ما تلاش می‌کنیم با نوآوری به سراغ مسائل روزمره برویم.

* مخاطبان

مخاطبان محور اصلی همه فعالیت‌های ما در راه‌کار هستند. هر کاری که انجام می‌دهیم، در راستای منافع مخاطبان و براساس نیاز آنهاست.

* امانتداری و امین بودن

ما راه‌کار هستیم؛ با هم هم‌کاری می‌کنیم؛ یاد می‌گیریم و رشد می‌کنیم. در این راه جانب انصاف و اعتدال را می‌گیریم.

* احترام

ما به یکدیگر احترام می‌گذاریم؛ مهربان هستیم و از تنوع استقبال می‌کنیم.

* صداقت و راستگویی

اعتماد ستون راه‌کار است؛ ما در راه‌کار حرفه‌ای، بی‌طرف و راستگو هستیم.

* مسئولیت‌پذیری

ما پاسخگو هستیم و کارهایمان را با بالاترین کیفیت انجام می‌دهیم.

استودیو



برگزاری
هفت میزگرد
تخصصی

گزارش‌ها

پو راه‌کار

سال ۱۴۰۲ نیز تمام شد و حالا این فرصت در اختیارمان قرار گرفته تا با نگاهی اجمالی بر روندهای حاکم بر صنایع مالی، خودمان را برای سال جدید آماده کنیم؛ سالی که قرار است در آن هم شاهد ظهور و بروز روندهای جدید باشیم و هم شاهد گسترش یا از تب و تاب افتادن روندهای قبلی. دانستن روندهای یک صنعت به کسب و کارها کمک می‌کند خودشان را برای دنیایی که مدام در حال تغییر است، بیشتر آماده کنند و بتوانند کسب و کارشان را زنده نگه دارند. به همین دلیل در بخش گزارش‌های ویژه‌نامه پایان سال ماه‌نامه عصر تراکنش، مروری بر موضوعات و روندهایی داشتیم که در یک سال گذشته برای ما و اکوسیستم فناوری‌های مالی کشور مهم بوده است؛ روندهایی نظیر تلکوبانک، لندتک، تأمین مالی جمعی، دایرکت‌دبیت، رمیتنس، اصلاح نظام کارمزد، نسل‌زد، فراگیری مالی، اینشورتک، رگولاتوری، امنیت سایبری، نئوبانک، امضای دیجیتال، کش‌بک، بقای خودپردازها، گسترش سوپراپ‌ها، بانکداری باز، رگ‌تک و... که به عقیده ما در سال جدید نیز باید بیشتر به آنها پرداخته شود. علاوه بر این، به مهم‌ترین اخبار سال ۱۴۰۲ نیز پرداخته‌ایم و در کنار همه اینها هفت میزگرد تخصصی به مناسبت پایان سال برگزار کرده‌ایم که در آنها درباره وضعیت حوزه‌های رگ‌تک، لندتک، برند کارفرمایی، تحول، نوآوری و بهره‌وری در سازمان‌ها، دارایی‌های دیجیتال، هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها و فناوری در صنعت بانکی صحبت کرده‌ایم. جزئیات این گزارش‌ها، میزگردها و اخبار را می‌توانید در صفحات پیش رو مطالعه کنید.

بررسی مهم ترین اخبار صنعت فناوری های مالی کشور در سال ۱۴۰۲

یک گام روبه جلو ۹ ۱۰ گام روبه عقب رگولاتور



زهرا قربانی

صنعت فناوری های مالی کشور در سال ۱۴۰۲ مملو از اصلاح و البته اعمال محدودیت ها بود. اصلاح نظام کارمزد پس از پانزده سال مهم ترین اتفاق این سال بود؛ اتفاقی که فعالان شبکه پرداخت کشور مدت ها منتظرش بودند و با وجود کشمکش های بسیار زیاد بین اصناف و شبکه بانکی بالاخره رقم خورد و فرصتی شد برای دمیدن نفسی تازه در صنعت بانکی و پرداخت کشور. این اتفاق و در کنار آن رشد و فراگیری حوزه هایی مانند لندتک و فین تک نیمه اول امسال را برای فعالان صنعت فناوری های مالی در کنار تمام مشکلات جذاب کرد، اما نیمه دوم امسال این صنعت از سمت تصمیم گیران با دستورالعمل هایی روبه رو شد که شوکه کننده بود. بحث محدودیت تجمیع وجوه فین تکی ها مطرح شد و در ادامه نیز درگاه چند پرداخت یار مسدود شدند. همچنین در دستورالعمل بانک مرکزی، تأسیس و فعالیت نئوبانک ها در انحصار بانک یا مؤسسه اعتباری قرار گرفت. لندتکی ها نیز البته بی نصیب نماندند. در حالی که کسب و کارهای لندتکی نسبت به سال گذشته رشد پنج برابری تعداد کاربر را تجربه کردند و سعی در استمرار این روند داشتند، یک بعد از ظهر پنجشنبه به صورت ناگهانی دستورالعملی روی وبسایت بانک مرکزی قرار گرفت که خبر از اعمال محدودیت جدی برای تسهیلات یارها داشت. طبق این ضوابط واریز وجه اقساط به حساب لندتک ها ممنوع است و کارمزد لندتک ها باید براساس نرخ های بانکی شود. فعالان حوزه لندتک معتقدند، هدف بانک مرکزی از تدوین این ضوابط به یک دیدگاه بازمی گردد؛ اینکه بانک مرکزی گمان می کند بانک ها از طریق لندتک ها می خواهند نرخ های تکلیفی را دور بزنند، اما موضوع اینجاست که بانک مرکزی چرا به جای اینکه به سراغ منشأ برود، به اعمال محدودیت برای لندتک ها رو آورده است. در ادامه این مطلب خلاصه ای از مهم ترین اخبار و اتفاق های صنعت فناوری های مالی کشور در سال ۱۴۰۲ را می خوانید.



مهرتراکتس



ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

انتشار دستورالعمل اصلاح نظام کارمزد



در حالی که چند سالی بود بر ضرورت اصلاح کارمزد تأکید می شد، اما همواره رگولاتور انجام این اقدام را به بعد موکول می کرد؛ گرچه بانک مرکزی نیز چندباری وعده انجام اصلاح این دستورالعمل را داده بود، اما تا اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ این اقدام محقق نشده بود و به دلیل حساسیتی که در جامعه مبنی بر افزایش قیمت کارمزد احساس می شد، نرخ آن ثابت مانده بود. این ثبات نرخ با توجه به تورم فزاینده اقتصاد کشور و همچنین افزایش مداوم نرخ ارز برای فعالان شبکه پرداخت مناقشه برانگیز شده بود، اما روزهای پایان

اردیبهشت

وجه درون پرداخت یاری ممنوع کرده بود. بعد از آن شاپرک اعلام کرد که فین تکی ها از این ممنوعیت پیروی نکرده و بررسی های این شرکت نشان می دهد برخی از پرداخت یارها ضمن عدم تسویه وجوه دریافتی از مشتریان با پذیرندگان پشتیبانی شده در چهارچوب پرداخت یاری، نسبت به نگهداری وجوه موصوف در قالب کیف پول درون پرداخت یاری اقدام کرده اند. به این ترتیب شاپرک معتقد بود که پرداخت یارها در حال انتقال وجوه از کیف پول یک مشتری به کیف پول مشتری دیگر نزد همان پرداخت یار یا سایر پرداخت یارها هستند. این در حالی بود که براساس ابلاغیه بانک مرکزی، این عملیات و هر عملیاتی که امکان ارائه انتقال وجوه میان پذیرندگان داخل یک پرداخت یار یا پذیرندگان سایر پرداخت یارها را فراهم کند، غیرمجاز و ممنوع است. در نهایت پس از چندین هفته که پرداخت یارها مدل کسب و کارشان را براساس الزامات بانک مرکزی تغییر دادند، درگاه های آنها فعال شد.

مسدودی تعدادی از درگاه های پرداخت یارها



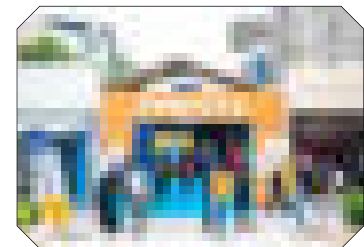
سال ۱۴۰۲ با خیر مسدودی درگاه برخی از پرداخت یارها به دستور بانک مرکزی آغاز شد. بعد از اینکه برخی پرداخت یارها در اعتراض به این دستور به دیوان عدالت اداری شکایت کردند، دیوان رأی به توقف دستور مسدودی این درگاه ها داد، اما پس از پیگیری پرداخت یارها مشخص شد که این اتفاق نیفتاده و رفع مسدودی به تغییر مدل کسب و کاری این شرکت ها مشروط شده است. این ماجرا در اصل به نامه مورخ ۱۴ آذر ۱۴۰۱ شاپرک بازمی گشت. در آن نامه شاپرک پرداخت یارها را از انتقال

فروردین

سال ۱۴۰۱ زمره‌های دستورالعمل اصلاح نظام کارمزد پیچید و مهران محرمیان، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی، تأکید کرد که اصلاح کارمزد، اولویت نخست بانک مرکزی برای سال ۱۴۰۲ است. در نهایت پس از پانزده سال با شروع سال ۱۴۰۲ دستورالعمل اصلاح نظام کارمزد تدوین و تنظیم شد و در اردیبهشت‌ماه، بانک مرکزی بخشنامه ابلاغی کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی را به‌روزرسانی کرد و دریافت کارمزد از صاحبان کارت‌خوان‌ها را ابلاغ کرد.

بر اساس این دستورالعمل، دریافت کارمزد از پذیرندگان به صورت پلکانی تعیین و فاز اول اجرای طرح آن محقق شد. انتشار دستورالعمل نظام کارمزد بسیاری از ذی‌نفعان و کسب‌وکارهای مربوط به این حوزه را امیدوار کرد. بانکی‌ها معتقد بودند که بانک‌ها در رقابتی ناسالم برای جذب منابع، از دریافت قانونی کارمزدها چشم‌پوشی می‌کردند و اصلاح نظام کارمزد در ایران این رقابت ناسالم را به رقابت برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان تبدیل خواهد کرد. در نهایت این اصلاحیه فرصتی برای دمیدن نفسی تازه در شبکه پرداخت شد.

ماه همایش و نمایشگاه‌ها



خرداد خرداد، ماه پرتکاپویی برای اکوسیستم فناوری‌های مالی کشور بود. در این ماه چندین نمایشگاه مهم از جمله فاینکس، سیملس دویی و سیمینار رگ‌تک با حضور فعالان بخش خصوصی و دولتی برگزار شد. شاید مهم‌ترین نمایشگاهی که در این ماه برگزار شد اینوتکس ۲۰۲۳ بوده است. دوازدهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری (اینوتکس ۲۰۲۳) ۱۹ الی ۲۲ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۲ در محل پارک فناوری پردیس در سه بخش نمایشگاهی، رویدادهای تجاری و ترویجی و بخش‌های آنلاین، میزبان تمامی اجزای اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور اعم از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها، پارک‌های فناوری و شرکت‌های سرمایه‌گذاری بود. این

نمایشگاه میزبان بیش از چهارصد شرکت نوآور و فناور در قالب غرفه‌دار، ۱۵۰ سرمایه‌گذار استارت‌آپی، چهارصد جلسه بین کسب‌وکارها و حدود بیست رویداد و بخش جانبی بود. در جریان نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۳ پنل‌ها و نشست‌های متنوع برگزار شد.

برگزاری کامپ ۲۶



تیر نمایشگاه کامپ که بزرگ‌ترین رویداد فناوری اطلاعات کشور دانسته می‌شود، در تیرماه به مدت پنج روز برگزار شد. برگزاری این نمایشگاه حدود چهارسالی بود که به بهانه‌های مختلف به وقفه می‌افتاد و برگزاری آن در روزهای داغ تابستان، پس از تحمیل تمام نامایماتی که به کسب‌وکارهای حوزه فناوری اطلاعات وارد شد، اتفاق مهمی برای اکوسیستم بود.

این نمایشگاه که در دوره قبل بیشتر با حضور استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های سخت‌افزاری شناخته می‌شد در این دوره شکل و شمایی خاص داشت. در کامپ ۲۶ بخش‌های استیج و استودیو به محتوای نمایشگاه اضافه شدند. در برنامه استیج با برگزاری پنل‌های تخصصی و سخنرانی‌ها تحولات، روندها و چالش‌های اکوسیستم نوآوری ایران بررسی شد. ۳۳ موضوع در دل محتواهای ارائه‌شده در استیج جا گرفته بود و بررسی موضوعات رگولاتوری، دارایی دیجیتال و سخت‌افزار با تفاوت اندکی نسبت به سایر موضوعات سهم بیشتری داشتند.

طی پنج روز برگزاری کامپ، ۵۳ نشست و سخنرانی با حضور ۱۵۳ نفر از مردان و زنان فعال در فضای صنفی و حوزه فناوری نوآوری در الکام استیج برگزار شد. در این بین برخی کسب‌وکارها هم که در نمایشگاه غرفه نداشتند، به شکل‌های دیگری در کامپ نقش داشتند. برخی به‌عنوان اسپانسر آمده بودند و برخی نیز به‌عنوان سخنران یا پنلیست در نمایشگاه حضور داشتند. در کنار استیج، بخش استودیو اختصاصی کامپ نیز در روزهای برگزاری فعال بود. در این بخش ۱۱۰

نفر از فعالان حوزه جلوی دوربین استودیو نشستند و به گفت‌وگوهای تخصصی پرداختند. در بخش سالن‌ها و غرفه‌های کامپ نیز ۴۸۰ شرکت حضور داشتند و طبق آمار سازمان نصر حدود ۱۲۰ هزار نفر از این رویداد بازدید کردند.

همچنین این رویداد میزبان هفتاد مهمان خارجی بود که در قالب چهل شرکت از ۱۰ کشور جهان به کامپ آمده بودند. در این دوره از نمایشگاه، تجربه‌اولی‌ها شاید رمارزی‌ها بودند که حضور پررنگی نیز داشتند.

برخلاف دوره‌های قبل که کسب‌وکارها و صرافی‌های رمارزی در نمایشگاه حضور فیزیکی نداشتند یا با عنوان استارت‌آپ در نمایشگاه حاضر می‌شدند، در این دوره چند غرفه با مترای بالا از این رسته مشاهده شد.

تعلیق مجوز، پلمب و فیلتر سه کسب‌وکار



مرداد یکی از پرسروصداترین اتفاقاتی که در صنعت فناوری اطلاعات کشور رخ داد، تعلیق مجوز ازکی، پلمب دفتر اداری دیجی‌کالا و فیلتر طاقچه به دلیل مسئله‌ای اجتماعی بود.

این سلسله اقدامات رگولاتور واکنش زیادی را از سوی مردم و بخش خصوصی به همراه داشت تا جایی که انجمن فین‌تک ایران در واکنش به تعلیق مجوز ازکی در بیانیه‌ای مخالفت خود با مانع‌تراشی بر سر راه توسعه اقتصاد دیجیتال و کارشکنی در مسیر ناهموار فعالیت استارت‌آپ‌ها را اعلام کرد و در این زمینه تأکید کرد که تعلیق مجوز فعالیت شرکت ازکی و اعلام آن از طریق رسانه، رویه‌ای غیرمعمول است که نتیجه‌ای جز از دست رفتن اعتماد اجتماعی، آسیب جدی به بدنه دانش‌بنیان و نوآر اقتصاد و ناامید کردن نیروی کار متخصص ندارد.

بررسی این اقدامات با صاحب‌نظران نشان می‌داد که در اجرای قانون برای این شرکت‌ها اعمال سلیقه اتفاق افتاده و قانون فراتر از چیزی که باید اعمال شده است.

عمر تراکتس



اسفند ۱۴۰۲

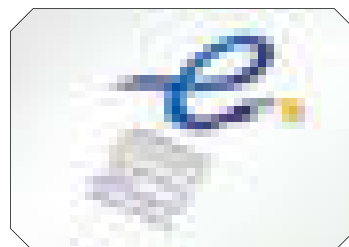
سال هفتم
شماره هفتادونهم

حمله های سایبری پی در پی



یکی از مهم ترین رخدادها، **شهر یور** حمله سایبری به شرکت های گوناگون بود. تقریباً طی یک هفته، سیستم اطلاع رسانی اپلیکیشن هف هشتاد، تپسی و اطلاعات برخی شرکت های بیمه هک شد و بحث بر سر ارتقای امنیت از سوی این سازمان ها بر سر زبان ها افتاد. شهر یور ماه کاربران اپلیکیشن هف هشتاد در شبکه های اجتماعی از دریافت اعلان هایی خبر دادند که از هک هف هشتاد حکایت داشت. گرچه هف هشتاد به سرعت در اطلاعیه ای اعلام کرد اطلاعات کاربران در امنیت کامل قرار دارد، اما مسئله هک و حمله سایبری به یک اپلیکیشن داخلی موضوع جدیدی نبود؛ فقط این بار در دومینوی حمله سایبری نوبت به این اپلیکیشن رسیده بود. سپس این دومینو به تپسی و اطلاعات برخی شرکت های بیمه و یک صرافی رمز ارز نیز رسید. این حجم از نشت اطلاعات، نه تنها زنگ خطری بود برای کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال کشور که نشان از خلأ و ضعف های امنیتی در حوزه فناوری اطلاعات کشور داشت. یکی از دلایل این اتفاق ها را نیز می توان در جدی نگرفتن موضوع امنیت و ممانعت از صرف هزینه توسط کسب و کارها دانست. تدوین قوانین آموزش کارکنان، استفاده از فناوری های نوین مبتنی بر نرم افزار و پایش منظم روند امن سازی اطلاعات برخی از پیشنهاد های کارشناسان حوزه امنیت به کسب و کارها جهت جلوگیری از وقوع چنین اتفاق هایی است.

اینماد اجباری و برون سپاری صدور اینماد



مهرماه ۱۴۰۲ را شاید بتوان یکی از پرحاشیه ترین ماه های سال برای اقتصاد دیجیتال ایران دانست. در این ماه فعالیت

پرداخت یارها و کسب و کارهای اینترنتی به دلیل اختلالات سامانه های رسمی کشور با مشکل مواجه شد. مقرر شده بود تفاهم نامه پرداخت یارها به مجوز تبدیل و از طریق درگاه ملی مجوزها تمدید شود، اما این درگاه با مشکلات استعلامی مواجه بود و شرکت های مذکور موفق به تمدید مجوزشان نشدند.

شاپرک هم با آگاهی از ماجرا، اسامی پرداخت یارها را از فهرست رسمی خود حذف کرد. سامانه صدور اینماد نیز سایت دیگری بود که به بهانه به روزرسانی، حدود یک ماه با اختلال مواجه بود. البته تا این بازه را دو هفته ای اعلام کرد و گفت که در این مدت فرایند صدور اینماد فقط برای دویست کسب و کار اختلال داشت، اما گفته های فعالان این حوزه، از تعداد بیشتری حکایت داشت.

پرداخت یارها سال ها به دنبال خصوصی سازی صدور اینماد بودند و چالش های پیرامون اینماد در مهرماه بیش از پیش اوج گرفت و در نهایت تنها برای جذب کارگزار صدور اینماد فراخوان داد و اعلام کرد که بخشی از فرایند صدور را برون سپاری می کند.

انتشار فهرست بدهکاران بانکی



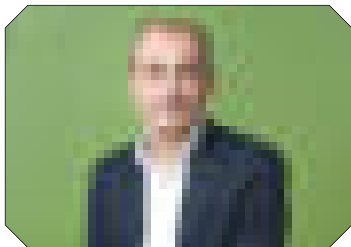
آبان بانک مرکزی جدیدترین فهرست بدهکاران بانکی تا پایان شهریورماه ۱۴۰۲ را منتشر کرد. براساس اطلاعات منتشر شده در سایت بانک مرکزی از تسهیلات غیرجاری بانک ها، تسهیلات ریالی و ارزی متعددی با نرخ و مدت بازپرداخت های متفاوت پرداخت شده و بخش قابل توجهی از آنها به صورت بدهی غیرجاری ثبت شده است.

این فهرست به این دلیل که بدهی غیرجاری بانک ها را به معوق، مشکوک الوصول و سررسید شده تقسیم نکرده و مشخص نیست این بدهی ها در کدام دسته قرار دارند، با انتقاداتی مواجه است. بررسی فهرست تسهیلات غیرجاری بانک ها نشان می دهد که نام شرکت های دولتی در بین سه بدهکار بزرگ بانک ها تکرار شده است. شرکت بازرگانی دولتی،

سازمان تعاون روستایی و پشتیبانی امور دام، به عنوان تأمین کنندگان کالاهای اساسی در کشور، بزرگ ترین بدهکاران بانک ها هستند؛ در این میان شرکت بازرگانی دولتی به دفعات از پنج بانک کشاورزی، سپه، اقتصاد نوین، رفاه کارگران و پست بانک وام کلان گرفته و نامش در فهرست بدهکاران غیرجاری این بانک ها تکرار شده است. انتقاد دیگر نیز این بود که اطلاعاتی از تسهیلات غیرجاری بانک ملت، ملی، صنعت و معدن، توسعه تعاون، توسعه صادرات، آینده، صادرات، مؤسسه مالی و اعتباری نور، رسالت و مهر ایران منتشر نشده است.

از سوی دیگر، این بار هم در فهرست جدید بانک مرکزی، نام های آشنای بدهکاران بزرگ بانک ها تکرار شده و عمده بدهکاران بانک ها، شرکت ها و سازمان های دولتی همچون شرکت بازرگانی دولتی، بنیاد تعاون ناجا، پشتیبانی امور دام، مینا و... هستند که چندین مرتبه با مبالغ کلان وام گرفته اند. این در حالی است که سهم فعالان بخش خصوصی به نسبت کمتر از بخش های دولتی بوده و دسترسی کمتری به تسهیلات بانکی داشته اند. علاوه بر این، اکثر بدهکاران بانک ها در حوزه کشاورزی، نفت، پتروشیمی و صنایع فولاد فعال هستند.

ارائه پیش نویس طرح ساماندهی رمزارایی ها و ابلاغ دستورالعمل نئوبانک ها



آذر صنعت فناوری های مالی در آذرماه با دو خبر مهم مواجه شد؛ یکی ابلاغ دستورالعمل بانک مرکزی برای نحوه فعالیت نئوبانک ها و دیگری، تصویب کلیات طرح مجلس برای ساماندهی رمزارایی ها.

این دو ابلاغیه های رگولاتور با واکنش های بسیاری از سوی کارشناس ها و فعالان حوزه بانکداری و رمز ارز روبه رو شد و آنها این دو دستورالعمل را تهدیدی برای توسعه اکوسیستمشان دانستند. در دستورالعمل نحوه ایجاد، فعالیت و نظارت بر واحد دیجیتال ارائه خدمات بانکی که در ۱۷ آذرماه به بانک ها و مؤسسات اعتباری



ابلاغ شد، فعالیت مستقل نئوبانک‌ها ممنوع شده و فعالیت آنها صرفاً در شعب دیجیتال بانک‌ها و با دریافت مجوز از بانک مرکزی مجاز است.

علاوه بر این، مجتبی توانگر، رئیس کمیته دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتال مجلس، در پانزدهم آذرماه از تصویب کلیات طرح ساماندهی و توسعه رمزدارایی‌ها در کمیسیون اقتصادی مجلس خبر داد و در نامه خود به رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس نوشته است: «تعریف رمزپول به طور شفاف حیطة مقررہ گذاری بانک مرکزی را تعیین نموده، ثانیاً سیر تحولات مصوبه ابتدایی و مصوبه نهایی بنا به نظرات شورای نگهبان به خوبی گویای اهداف و نظرات نمایندگان مجلس شورای اسلامی و عدم واگذاری مقررہ گذاری یا تنظیم‌گری رمز ارزها به بانک مرکزی است و ثالثاً طرح در دست بررسی کمیسیون که کلیات آن به تصویب رسیده مؤید دیگری است بر اینکه نگاه ما توجه به تنوع ماهیت‌های این نوع از دارایی‌هاست و اعطای صلاحیت تنظیم‌گری و مقررہ گذاری به یک نهاد حتی امر صحیحی نیز در نظام قانون گذاری ما نخواهد بود.»

ابلاغ ضوابط همکاری مؤسسات اعتباری با شرکت‌های تسهیلات یار

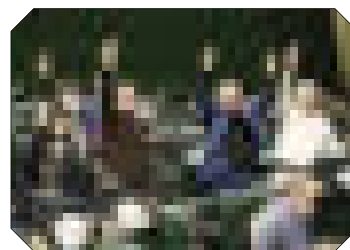


یکی از مهم‌ترین اتفاقاتی که در سال ۱۴۰۲، ابلاغ الزامات ناظر بر نحوه همکاری مؤسسات اعتباری با شرکت‌های تسهیلات یار توسط بانک مرکزی بود. بانک مرکزی مدتی بود که با تمرکز بر حمایت از نوآوری به رگولاتوری فناوری‌های مالی وارد شده و در دی‌ماه نیز به سراغ لندتک‌ها رفت و الزامات ناظر بر نحوه همکاری مؤسسات اعتباری با شرکت‌های تسهیلات یار را ابلاغ کرد. طبق این الزامات، وجه تسهیلات از طریق مؤسسه اعتباری، نه تسهیلات یار به حساب مشتری واریز می‌شود و واریز وجه اقساط تسهیلات به حساب تسهیلات یار نیز ممنوع است. این الزامات بانک مرکزی در راستای ضابطه‌مند کردن نحوه تعامل مؤسسات اعتباری با تسهیلات یاران و

تسهیل فرایند و ارتقای سهم تسهیلات خرد ابلاغ شده است. طبق این ضوابط، مؤسسه اعتباری مجاز به واریز وجه تسهیلات اعطایی به حساب تسهیلات یار نیست و موظف است وجه مزبور را مستقیماً به حساب تأمین‌کننده کالا و خدمات واریز کند. علاوه بر این، مؤسسه اعتباری باید اقداماتی انجام دهد تا وجه واریزی بابت بازپرداخت اقساط تسهیلات توسط مشتری مستقیماً به حساب مؤسسه اعتباری واریز شود، زیرا واریز وجه مزبور به حساب تسهیلات یار ممنوع است. از سوی دیگر، کارمزد دریافتی مؤسسه اعتباری از مشتری حداکثر معادل کارمزد مقرر در ضوابط ابلاغی بانک مرکزی در قبال خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی است. در این زمینه بانک مرکزی، مؤسسه اعتباری را موظف کرده در صورت اخذ کارمزد از مشتری توسط تسهیلات یار، از ادامه همکاری با آن تسهیلات یار خودداری کند. فعالان و کارشناسان این حوزه بر این باورند که دستورالعمل جدیدی که برای فعالیت لندتک‌ها وضع شده هر اقدامی را که لندتک‌ها انجام می‌دهند ممنوع دانسته و هیچ نقطه روشنی در آن دیده نمی‌شود و این رویکرد عملاً لندتک ایران را به نقطه پایان خود نزدیک می‌کند و بهتر است لندتک‌ها براساس همان الزاماتی که در سال ۱۳۹۸ برای فعالیت آنها مقرر شده است فعالیت کنند. همچنین فعالان می‌گویند بانک مرکزی ساختار هزینه و مدل کسب و کاری لندتک‌ها را نادیده گرفته و به کارمزد مورد نیاز آنها توجهی نکرده است.

این در حالی است که بنا بر گفته فعالان، طی سال‌های اخیر بیش از پنج میلیون نفر از خدمات لندتک‌ها استفاده کرده‌اند و توسعه آنها به منزله توسعه فراگیری مالی در کشور است.

تصویب لایحه دولت برای تفکیک حساب‌های تجاری از شخصی



شناسایی و تفکیک حساب‌های تجاری از شخصی، از سال ۱۳۹۸ و براساس قانون بودجه آن سال مطرح شد،

اما اجرای کامل این طرح چهار سال زمان برد و تیرماه ۱۴۰۲ عملیاتی شد.

با این حال، تفکیک حساب‌های تجاری از شخصی در این مدت کشمکش‌های بسیاری در پی داشت. شهریورماه ۱۴۰۱، مصوبه شورای پول و اعتبار بانک مرکزی مبنی بر نحوه تفکیک حساب‌های تجاری از شخصی، با این محتوارسانه‌ای شد: «هر حسابی که بیش از صد تراکنش واریزی در ماه داشت و مجموع این تراکنش‌ها به ۳۵ میلیون تومان می‌رسید، تجاری تلقی شده و مشمول پرداخت مالیات می‌شد.»

این در حالی است که سقف ۳۵ میلیونی برای «تجاری سازی یک حساب بانکی» سیل انتقاداتی را در پی داشت؛ زیرا با توجه به تورم موجود در کشور، این سقف به عنوان خط مرز حساب‌های تجاری و شخصی کافی نبود و ممکن بود بسیاری از حساب‌های شخصی نیز مشمول این مالیات شوند. به همین دلیل بسیاری از کارشناسان، این مصوبه را نوعی مالیات ستانی ناعادلانه از سوی دولت تلقی کردند.

کمتر از دو هفته پس از ابلاغ مصوبه شورای پول و اعتبار، احسان خاندوزی، وزیر اقتصاد، با انتقاد از شیوه اطلاع‌رسانی این مصوبه، اجرای آن را منتفی دانست و اعلام کرد که بنای دولت در حوزه تفکیک این حساب‌ها، «خوداظهاری» است. سپس در بهمن‌ماه در جریان رسیدگی به مصوبات کمیسیون تلفیق در صحن علنی مجلس، نمایندگان عیناً بندی را که در ادامه می‌خوانید به تصویب رساندند. متن لایحه دولت برای قانون بودجه ۱۴۰۳ و مصوبه مجلس در بند «ج» تبصره ۶ این لایحه، این است: «در صورتی که جمع مبلغ و دفعات واریز به حساب‌های غیرتجاری هر شخص حقیقی در هر ماه، از جمع مبلغ و دفعات واریزی که تا پایان اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۳ توسط شورای پول و اعتبار تعیین می‌شود، بیشتر باشد، اثبات درآمدی نبودن تراکنش‌ها و ارائه اسناد و مدارک به عهده صاحب حساب می‌باشد. منظور از حساب غیرتجاری حسابی است که نزد سازمان امور مالیاتی کشور به عنوان حساب مرتبط با فعالیت مؤدی ثبت نشده باشد.»

هدف این مصوبه شفاف‌سازی درآمد برخی مشاغل عنوان شده که عمده فرارهای مالیاتی توسط آنها انجام می‌شد و تراکنش‌های درآمدی خود را به صورت کارت به کارت به حساب‌های شخصی واریز می‌کردند. ♦

مهر تراکنش



۱۳۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

نگاهی به روندهای مهم صنعت فناوری های مالی کشور در یک سال گذشته
و اهمیت توجه به آنها در سال جدید

۱۴۰۳ سال هم افزایی بین صنایع است

پایان سال فرصت بسیار مناسبی است تا مروری داشته باشیم بر آنچه گذشته و آنچه در پیش رو داریم. در ویژه نامه پایان سال ۱۴۰۱ عصر تراکنش نوشتیم که از نظر ما روندهایی که در سال ۱۴۰۱ در صنعت فناوری های مالی کشور به وجود آمدند، در سال ۱۴۰۲ پررنگ تر خواهند شد؛ به همین دلیل، عصر تراکنش در سال ۱۴۰۲ علاوه بر پرداختن به موضوعات جدید، روی پررنگ تر کردن روندهای موجود نیز متمرکز بود. بنابراین، در یک سال گذشته در این بخش به وضعیت طیف گسترده ای از حوزه ها در کشور پرداختیم؛ از جمله: تلکوبانک، لندتک، دایرکت دیت، رمیتنس، فراگیری مالی، نئوبانک، امنیت، امضای دیجیتال، کش بک، بانکداری باز، رگ تک، نوآوری در بیمه و... یکی از موضوعاتی که همواره برای عصر تراکنش مهم بوده، مسئله امنیت در صنعت بانکی و پرداخت کشور است. با توجه به اینکه در سالی که گذشت چندین بار شاهد هک شرکت ها در صنعت فناوری های مالی کشور بودیم، طی این سال به صورت مفصل به این مقوله پرداختیم. توسعه ابزارهای فراگیری مالی نیز در سال ۱۴۰۲ روند مهمی بود که به گفته متخصصان، به کاهش نابرابری ها و از بین بردن شکاف طبقاتی موجود در ایران کمک می کند. در ویژه نامه پایان سال ۱۴۰۱ گفتیم که ۱۴۰۲ سال تاب آوری است؛ با وجود این، حالا که این سال به آخر رسیده، می بینیم که کسب و کارهای زیادی با وجود تمام چالش ها و مشکلاتی که با آن دست و پنجه نرم کردند، نظیر تأمین منابع مالی، جذب و نگهداشت نیروی انسانی و چالش های رگولاتوری، توانستند از استراتژی بقا فراتر بروند و قدم در مسیر توسعه بگذارند. این موضوع در هم افزایی هایی که بین حوزه های گوناگون فین تک در کشور در یک سال گذشته رخ داد، قابل مشاهده است. ما در این سال از همکاری بین لندتک ها و اینشورتک ها، بازار سرمایه و دارایی دیجیتال و همچنین از همکاری بین لندتک ها و رمزارزها شنیدیم. اتفاق های خوبی که باعث خلق ارزش بیشتری در هر بازار خواهند شد. از نظر ما این هم افزایی ها در سال ۱۴۰۳ به نقطه قابل قبولی می رسند و مسیر خود را پیدا خواهند کرد.



عصر تراکنش



۱۴

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

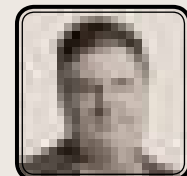
تلکوبانک

با بلوغ خدمات مالی مبتنی بر موبایل در دنیا، بانک ها و شرکت های مخابراتی سعی در برقراری ارتباط، تشکیل اتحاد و ایجاد مشارکت استراتژیک دارند. در دنیا سابقه مشارکت و همکاری های راهبردی بین این دو صنعت وجود دارد و اپراتورهای موبایل با همکاری بانک ها توانسته اند خدمات ترکیبی و متنوعی ارائه دهند؛ همکاری هایی که مفهوم جدیدی به نام «تلکوبانک» را به وجود آورده اند که ترکیبی از واژه های تلکام و بنکینگ است. درست است که دو صنعت بانک و تلکام سابقه طولانی در رقابت با یکدیگر دارند، اما در سال های اخیر هر دو طرف نیاز به همکاری را احساس کرده اند؛ همکاری هایی که می تواند در بعضی مواقع به ادغام فعالیت ها منجر شود یا در دنیا شاهد این هستیم که یک بانک اقدام به اخذ مجوز تلکام کرده یا تلکام نیز مجوز بانک گرفته و هر دو با هم ادغام شده اند. در نتیجه در همین بحبوحه رقابت، این دو صنعت دائماً خدمات مشترکی را به یکدیگر ارائه داده اند و می دهند. در گفت و گو با سه تن از فعالان دو صنعت بانک و تلکام در کشور درباره لزوم شکل گیری تلکوبانک ها در ایران و چالش هایی که بین دو این صنعت وجود دارد، پرداختیم.

محمد علی یوسفی زاده

مدیرعامل آسیاتک

نکته کلیدی در ایجاد هم افزایی در تلکوبانک ها، «توسعه مشارکت ها» است و اگر به عملکرد گذشته تلکوبانک ها نگاهی بیندازیم، می بینیم که ورود به حوزه تخصصی سایر صنایع، پاشنه آشیل بوده و در کنار



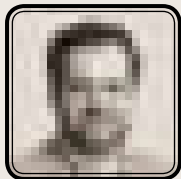
مسئله رگولاتوری، مانع بزرگی برای پیشرفت این حوزه بوده که با شکل گیری و ارتقای عملی مفهوم توسعه مشارکت ها، در صورتی که «ارائه خدمات مشترک به مشتریان مشترک» امری تعریف شده باشد و هریک از صنایع بتوانند خدمات تخصصی خود را روی یک پلتفرم مشترک راه اندازی و ارائه کنند، باعث ایجاد هم افزایی می شود و می تواند در ادامه با استراتژی های ادغام و توسعه و البته تغییر در قوانین و مقررات رگولاتوری، تلکوبانک را به یک صنعت مستقل و بالغ تبدیل کند.

حسام حبیب الله

معاون فناوری اطلاعات بانک شهر

اکثر محصولات و خدمات تلکوبانک ها با در نظر گرفتن مقیاس پذیری و توسعه پذیری شکل گرفته اند و فرصت های نوآورانه خدمات با حضور شرکای OTT و توسعه دهندگان شخص ثالث ایجاد شده است. از طریق رویکرد مشارکتی، اپراتورها می توانند خدمات پرداخت و مالی را با سایر راه حل های دیجیتال ترکیب و سوپراپلیکیشن مالی ایجاد کنند که چندین سرویس را در یک برنامه ارائه می دهد.

با استفاده از پایگاه گسترده کاربران و اعتماد به اپراتورها، این سوپراپلیکیشن های مالی قابلیت رشد فوق العاده ای دارند و می توانند به یک بازار بسیار گسترده، از جمله در بخش های کم توان مالی جامعه دست یابند.



مصطفی امینی

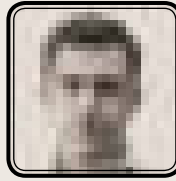
مدیرعامل شرکت گسترش فناوری‌های نوین بانک کشاورزی



در صنایع عصر دیجیتال، شبکه، داده و مشتری‌داری‌های راهبردی محسوب می‌شوند و بنابراین منطقی است که دو صنعت مالی و تلکام به فکر همکاری راهبردی و ورود به حوزه‌های کسب‌وکاری یکدیگر بیفتند. همان‌طور که اپراتور حوزه مخابراتی با پدیده OTT (خدمات فراشبکه) مواجه‌اند، بانک‌ها نیز با فین‌تک‌ها درگیرند. این پدیده‌ها نشان می‌دهند که هم بانک‌ها و هم اپراتورهای مخابراتی به پدیده گشودگی نیاز دارند.

علیرضا شفیعی

مدیرعامل کیپا



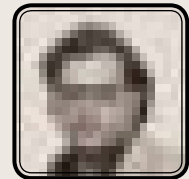
تأمین مالی لندتک‌ها با لیزینگ‌ها شروع شد و چون منابع مالی شان محدود بود، بانک‌ها و نئوبانک‌ها نیز وارد میدان تأمین مالی شدند. علاوه بر این شبکه‌های و بازار سرمایه نیز می‌توانند به منابع خوبی برای تأمین مالی تبدیل شوند؛ اگر همان اتفاقی که برای کرافاندینگ در بازار سرمایه افتاد، برای لندتک‌ها نیز بیفتد، به توسعه لندتک‌ها و ارائه خدمات بیشتر به مردم کمک می‌کند.

لندتک

تأمین مالی یکی از چالش‌های اصلی صنعت لندتک است که بنا به گفته فعالان این حوزه، آنها را از مأموریت اصلی شان که ارائه اعتبار به مردم و افزایش قدرت خرید آنها در وضعیت تورمی موجود است، دور می‌کند. بانک‌ها، مؤسسات مالی و لیزینگ‌ها تأمین‌کنندگان اصلی لندتک‌ها هستند که در پوشش حداکثری آنها ناتوان‌اند یا اولویت‌های دیگری دارند. روح‌الله پرنیان، بنیان‌گذار والتا، بر این باور است که استمرار وضعیت کنونی برابر با نابودی صنعت لندتک است. علیرضا شفیعی، مدیرعامل کیپا، نیز بیان می‌کند که وضعیت کنونی تأمین مالی لندتک‌ها روند رشد آنها را کند کرده و آنها را مجبور به ارائه اعتبارهای خرد و کوتاه‌مدتی می‌کند که در عمل گرهی از نیازهای کلان مردم باز نمی‌کند. محمدصادق آزادانی نیز تأمین مالی لندتک‌ها را مسئله‌ای حیاتی می‌داند، اما معتقد است در نهایت لندتک‌ها راه خود را پیدا می‌کنند.

روح‌الله پرنیان

بنیان‌گذار والتا



هر یک از تأمین‌کنندگان مالی لندتک‌ها محدودیت‌هایی دارند. برای مثال لیزینگ‌ها در دو بعد قانون و میزان منابع مالی با چالش مواجهند؛ براساس قانون، لیزینگ‌ها بیش از درصد مشخصی اجازه ندارند سود دریافت کنند، اما هزینه پول برای آنها بیش از ۲۱ درصد است و این مقرون به صرفه نیست. در نتیجه روش‌هایی برای دور زدن قانون به وجود می‌آید تا سود لازم را به صورت غیرمستقیم دریافت کنند. این مسئله باعث می‌شود که نتوانند با لندتک‌ها کار کنند، زیرا فرایندهای آنها با یکدیگر هم‌خوانی ندارد.

محمدصادق آزادانی

رئیس کمیسیون لندتک نصر تهران



مأموریت لندتک‌ها تسهیل امکان ارائه اعتبار و تسهیلات به کمک روش‌های نوآور در راستای خرید انواع کالاهای مصرفی و بادوام و خدمات است. در نتیجه تأمین منابع مالی شریان حیاتی آنها بوده و کمبود آن به منزله تهدیدی برای کلیت این کسب‌وکارهاست. لندتک‌ها با وجود مشکلات و موانعی که داشته‌اند، توانسته‌اند منابعی را از سمت بانک‌ها و لیزینگ‌ها جذب کنند.

تأمین مالی جمعی

تأمین مالی جمعی یکی از رویکردهای نوین در حوزه سرمایه‌گذاری است که با هدف تأمین منابع مالی لازم برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای نوپا از طریق مشارکت جمعی افراد به وجود آمده است. تأمین مالی جمعی در ایران از سال ۱۳۹۷ وارد ادبیات مالی و سرمایه‌گذاری کشور شد و در این سال دستورالعمل آن از سوی شورای عالی بورس و اوراق بهادار به تصویب رسید و پس از نهایی شدن سازکارهای اجرایی و نیز مشخص شدن ارکان و بازیگران مختلف آن، در سال ۱۳۹۹ اولین طرح‌های تأمین مالی جمعی آغاز به جمع‌آوری منابع لازم برای پروژه‌ها از عموم مردم کردند. بنا بر صحبت‌های فعالان این حوزه، استفاده از این ابزار در وضعیت اقتصاد تورمی و کاهش تولیدات داخلی می‌تواند نقش مهمی در برگرداندن رونق به تولیدات کشور و کاهش نسبی نرخ تورم داشته باشد. با وجود این، رگولاتور در ایران مسیر توسعه این ابزار را تسهیل نمی‌کند و براساس شناخت نادرستی که از فلسفه وجودی شکل‌گیری آن دارد، قاعده بازی در این میدان را طوری چیده که هیچ تناسبی با علت ساخت این ابزار و کارکردهایش ندارد.

علی عمیدی

مدیرعامل پلتفرم کارن کراد



تأمین مالی جمعی در ایران توسعه نیافته و در ابتدای مسیر خود قرار دارد و سیاست‌های جدیدی که فرابورس درباره این ابزار در پیش گرفته، به قدری سخت، دست‌وپاگیر و بعضاً بدون در نظر گرفتن اولویت بازیگران این بازار است که توسعه را به تأخیر می‌اندازد. اگر رگولاتور فلسفه وجودی شکل‌گیری تأمین مالی جمعی و نیازهای اصلی بازیگران آن را متوجه نشود و ذهنیت خود را به واقعیت آنها نزدیک نکند، به مشکل برمی‌خوریم و دیری نمی‌پاید که پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی بخش خصوصی از بین می‌روند.

جعفر محمدی

مدیرعامل پلتفرم دونگی



ابزار تأمین مالی برای مردم داخل کشور ناشناخته است. رگولاتور نیز محتاطانه عمل می‌کند و نگرانی‌هایی دارد که برای ما که در بطن کار هستیم، چندان موضوعیتی ندارد. علاوه بر این، ابزار بازار ثانویه با وجود اینکه در سازمان بورس اوراق بهادار مصوب شده، اجرایی نشده و این در حالی است که اجرایی شدن آن به رونق گرفتن جدی تأمین مالی در کشور کمک می‌کند.

عصر تراکتس

روندها

۷۵

اسفند ۱۴۰۳

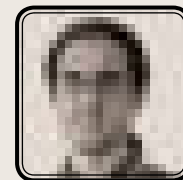
سال هفتم
شماره هفتادونهم

دایرکت دیت

دایرکت دیت در سال ۱۹۶۴ در بریتانیا به دلیل نیاز به جمع آوری پول از هزاران خرده فروش بستنی متولد شد؛ هنگامی که این ایده برای اولین بار توسعه یافت، روش های پرداخت، به پول نقد، چک و حضور در بانک ها محدود می شدند. تا اینکه آلستر هانتون، مدیر اجرایی غول کالاهای مصرفی یونیلور، راه حلی ارائه داد؛ چرا از مشتریان مجوزی دریافت نشود تا مبالغ مستقیماً از حساب های بانکی شان دریافت شود؟ هانتون با الهام از نیاز یونیلور به دریافت پول از فروشندگان بستنی، یک فرایند «انتقال پول خودکار» را ابداع کرد تا امکان دریافت مبالغ مختلف را در زمان های متغیر به صورت منظم فراهم آورد؛ ایده ای ساده که سیستم بانکی آن روز را شوکه کرد. سیستم بانکی در آن زمان هم به اندازه امروز در برابر تغییرات مقاوم بود، اما با وجود مقاومت شدید، یونیلور به برنامه خود برای اتوماسیون جمع آوری پول نقد ادامه داد و در سال ۱۹۷۰ سرویس دایرکت دیت پذیرفته شد و در خارج از محدوده یونیلور نیز محبوبیت پیدا کرد. با وجود این، پذیرش این سرویس در ایران با چالش ها و موانع بسیاری روبه رو است.

مهدی عبادی

مدیرعامل و نادر



در حال حاضر زیر یک درصد تراکنش های آنلاین کشور را دایرکت دیت تشکیل می دهد و بازار بسیار کوچکی دارد. با این حال ما حدس می زنیم تا سال ۱۴۰۵، ۳۰ درصد تراکنش های آنلاین کشور مبتنی بر دایرکت دیت و تراکنش های مبتنی بر حساب خواهد بود. یعنی پیش بینی می کنیم که این حوزه در کشور بسیار رشد کند و مردم نیز عادت کنند دیگر پرداخت های تکرارشونده خود را چه در خرید کالا و چه در خرید سرویس، روی درگاه پرداخت انجام ندهند.

علی اکبر فراهانی

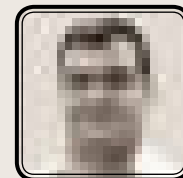
مدیرعامل سابق شرکت آسان پرداخت



دایرکت دیت پتانسیل بسیار بالایی برای تسهیل در خدمات پرداخت دارد و یکی از محل هایی که می توان آینده خوبی را برای آن متصور بود، ترکیب آن با خدمات لندتک است. با وجود شرایط تورمی در کشور و رشد کسب و کارهای حوزه لندتک، ترکیب مکانیسم دایرکت دیت و خدمات اعتباری، در کنار پرداخت اقساط تسهیلات می تواند رشد آن را بیشتر کند، ولی مهم ترین گام در راستای توسعه این سرویس، اضافه شدن بانک های ارائه دهنده سرویس و ارتقای سطح سرویس دهی بانک های فعلی است که در حال حاضر با چالش مواجه است.

سعید قدوسی نژاد

مدیرعامل سابق فینوتک



سرویس دایرکت دیت پتانسیل بسیار بالایی برای توسعه دارد، ولی بدون هماهنگی بانک های بزرگ و کمک بانک مرکزی این اکوسیستم توسعه نمی یابد. دایرکت دیت در پرداخت های مبتنی بر حساب می تواند بسیار

کمک کننده باشد، زیرا امنیتش بیشتر است و امکانات بیشتری نسبت به کارت در اختیار کسب و کارها قرار می دهد. با توسعه این سرویس، برخی از کسب و کارها نیز امکان ظهور پیدا می کنند، ولی در شرایط فعلی بدون کمک بانک های بزرگ شدنی نیست.

رمیتنس

رمیتنس، حوزه ای است که در دنیا شکل گرفت تا نقل و انتقال پول به صورت بین المللی را آسان تر و البته ارزان تر کند، اما در ایران آن طور که باید توسعه پیدا نکرده است. در چند سال گذشته در کشور استارت آپ ها و کسب و کارهایی در این حوزه شروع به فعالیت کرده اند و با اینکه تعدادشان کم است، اما در تلاش اند تا بتوانند نیاز افراد به خدمات این حوزه را برطرف کنند و وسعت کار خود را با تسهیل قوانین داخلی افزایش دهند. اینکه وضعیت این حوزه در دنیا چگونه است و در کشور شاهد چه وضعیتی هستیم، دلیلی شد تا در گفت و گو با دو فعال حوزه رمیتنس در کشور به این موضوع بپردازیم. به طور کلی به پولی که کارگران خارجی برای خانواده های خود ارسال می کنند، رمیتنس گفته می شود و چون ارسال این پول ها از طریق راه های سنتی گران است، استارت آپ ها و کسب و کارهایی در دنیا شکل گرفته اند که این فرایند را آسان کرده و هزینه آن را برای کارگران کاهش می دهند. اما وقتی به این بازار در ایران نگاه می کنیم، متوجه می شویم که رمیتنس در ایران با این مفهوم و معنی استفاده نمی شود و کسب و کارهایی که در سال های اخیر شروع به فعالیت در این زمینه کرده اند، رمیتنسی مانند دنیا انجام نمی دهند.

علیرضا جاوید

مدیرعامل اول پرداخت



وضعیت رمیتنس در ایران اسفناک است و فعالیت در این حوزه روز به روز دشوارتر می شود. بزرگ ترین مشکل کسب و کارهای فعال در حوزه رمیتنس، مسئله رگولاتوری است.

شرکت های رمیتنس نه تنها در داخل کشور به لحاظ قانونی حمایت نمی شوند، بلکه در خارج از کشور نیز به مانعی تحت عنوان تحریم برمی خورند که تعامل با نظام اقتصاد جهانی را غیرممکن می کند.

امیراحسان برخوردار

مدیرعامل یکی



برای عقب نماندن از کشورهای منطقه و ایجاد سهم کیک بیشتر در حوزه کسب و کارهای آنلاین، نیاز به صادرات خرد آنلاین خدمات و محصولات ایرانی به سرتاسر جهان داریم که مهم ترین زیرساخت آن شبکه های بانکی بین المللی جهت دریافت وجوه آنلاین است که به اصطلاح رمیتنس خرد نامیده می شوند. امیدوارم هرچه زودتر این امر را جدی بگیریم و وارد بازار رقابتی با کشورهای منطقه در حوزه صادرات خرد آنلاین محصولات و خدمات ایرانی در حوزه بین المللی شویم.

عمر تراکنش



۷۶

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

نسل زد

نسل زد پدیده‌ای جهانی است و بر بستر تحولات و پیشرفت‌های فناوریانه جهان تعریف شده است. تفاوت اساسی نسل زد و نسل ملنیال در این است که «اینترنت» در دوران زندگی نسل ملنیال متولد شد ولی نسل زد، خود در «عصر اینترنت» متولد شدند. در نتیجه ویژگی‌های هویتی، خواسته‌ها و تجاربی دارند که با نسل قبل از خود متفاوت است. توجه به ویژگی‌های این نسل و خواسته‌هایش، مسئله‌ای است که نادیده گرفتن آن در سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان به نارضایتی آنها و از دست رفتن امکان‌های توسعه منجر می‌شود. نسل زد در جهان، محصول تغییر پارادایمی است که انسان متناسب با خود را نیز بر ساخت کرده است. در حالی که نسل زد در ایران، گرچه به لحاظ هویتی دنباله‌رو همان پارادایم است، اما به لحاظ جغرافیایی در سرزمینی زندگی می‌کند که هنوز آن‌طور که باید دچار چرخش پارادایمی نشده و توان پاسخ‌گویی به مطالبات این نسل را ندارد. این عدم توانایی، در صنعت بانکی و پرداخت کشور نیز دیده می‌شود.

مهدی طالب

رئیس اداره فناوری‌های نوین شرکت فام

صنعت بانکی و پرداخت کشور نیازهای نسل زد را می‌شناسند و برای تبدیل شدن به آن چیزی که متناسب با فرهنگ و سبک زندگی این نسل است، تلاش می‌کنند. با وجود این، تلاش‌های صورت گرفته کافی نیست و تارسیدن به نقطه‌ای که نیازهای این نسل به‌طور کامل پوشش داده شود، راه زیادی پیش روی آنهاست.



لیلا پاکروان نژاد

مدیر محصول بانکداری دیجیتال داتین

درست است که با ایجاد نئوبانک‌ها و دیگر اقدامات در این زمینه، گامی به سمت توجه به این نسل و برآورده کردن نیازهای آنها برداشته شده، اما این فقط شروع تغییر است و باید توسعه یابد؛ فاصله هنوز بسیار زیاد است و اکوسیستم با سرعت مناسب به سمت برآورده کردن نیازها حرکت نمی‌کند. از طرفی، صرف وجود اپلیکیشن کافی نیست و این گام اول است.



فرشید اردوانی

قائم‌مقام مدیرعامل ارتباط فردا

گرچه بسیاری از خدمات بانکی و پرداخت کشور آنلاین و دیجیتال شده، اما روال‌های طولانی و خسته‌کننده‌ای که در گذشته وجود داشته، هنوز هم بر فضای صنعت بانکی و پرداخت حاکم است و گرچه ابزارها متحول شده‌اند، ولی روح تحول در جان نظام بانکی و پرداخت دمیده نشده است. نسل زد گیر است و اگر فضای نرم‌افزارهای بانکی و پرداخت طوری باشد که جذابیت‌های مشابه فضای بازی را برای آنها فراهم کند، می‌تواند با استقبال آنها روبه‌رو شود.



فراگیری مالی

طبق تعریف بانک جهانی، فراگیری مالی یعنی افراد و کسب‌وکارها به محصولات و خدمات مالی برای رفع نیازهای خود در زمینه انتقال، پرداخت، پس‌انداز، اعتبار، سرمایه‌گذاری و بیمه دسترسی داشته باشند و بتوانند مشکلات مالی خود را مرتفع کنند. این مسئله آن قدر مهم است که فراگیری مالی در برخی کشورها به یکی از اجزای مهم برنامه‌های توسعه‌شان تبدیل شده و به‌عنوان بخشی از حقوق شهروندی مردم به حساب می‌آید و حاکمیت‌ها می‌کوشند با استفاده از آن به کاهش فقر و فاصله طبقاتی، رشد تولید و اشتغال‌زایی، کاهش فساد مالی و توسعه کسب‌وکارهای کوچک کمک کنند. با وجود این، فراگیری مالی در ایران در همه ابعاد رشد نکرده و گرچه اکثر مردم به شعب بانکی دسترسی دارند، اما این فقط یکی از فاکتورهای سنجش توسعه فراگیری مالی در کشورهاست. بنا بر صحبت‌های فعالان این حوزه در کشور، نزدیک به ۹۸ درصد از مردم کشور به ابزارهای پرداختی و شعب بانکی دسترسی کامل دارند، اما ابزارهای فراگیری مالی در بخش‌هایی مانند بیمه، پس‌انداز، سرمایه‌گذاری، اعتبار و وام‌دهی همه‌گیر نشده و این وجود شکافی بزرگ میان برخورداری از حساب بانکی و برخورداری از سایر منابع مالی مانند اعتبار، تسهیلات و خدمات مدیریت ثروت.

احمد افتخاری

مدیرعامل سابق آپسان

بین تورم و فراگیری مالی رابطه‌ای دوسویه وجود دارد. چهار شاخص در فراگیری مالی دخیل‌اند. متأسفانه در شرایط فعلی پس‌انداز و وام‌دهی که تأثیر بسزایی در فراگیری مالی و خروج از رکود دارند، آن‌طور که باید در کشور ممکن نیست و فاصله زیادی با کشورهای توسعه‌یافته داریم. در اینجا نقش نهادهای مالی بسیار مهم است.



هومن امینی

مدیرعامل دیجی‌پی

در شرایط تورمی که توان اقتصادی مردم کم می‌شود، فین‌تک‌ها و لندتک‌ها می‌توانند با به‌خدمت‌گرفتن فناوری، به بالا رفتن قدرت خرید آنها و دسترسی آسان‌ترشان به سرویس‌ها و خدمات مالی کمک کنند و به بستری برای توزیع عادلانه فرصت‌ها و امکانات اقتصادی تبدیل شوند.



محمد مهدی مؤمنی

مدیرعامل ازکی‌وام

امروز در حوزه‌های پرداختی، دسترسی به حساب‌های بانکی، انتقال وجه و توزیع کارت‌های عابربانک در وضعیت خوبی به سر می‌بریم و نیازهای عموم مردم در این حوزه برطرف می‌شود، اما در بخش‌هایی مانند بیمه، سرمایه‌گذاری و اعتبار پیشرفت خوبی نداشته‌ایم و ابزارهای فراگیری نداریم که در دوره کنونی که عصر ارتباطات و اطلاعات است، بتوانیم نیازهای مالی آحاد جامعه را برطرف کنیم. در نتیجه مطالبه اصلی ما برای گسترش فراگیری مالی در کشور باید متمرکز بر این سه بخش باشد.



عصر تراکتس

روندها

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

مهديه نوروزيان

معاون برنامه‌ریزی و توسعه داتین

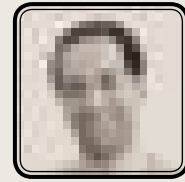
مرور آمارهای موجود درباره شاخص‌های فراگیری مالی در ایران، نشان‌دهنده شکافی بزرگ میان برخورداری از حساب بانکی و برخورداری از سایر منابع مالی؛ مانند اعتبار، تسهیلات و خدمات مدیریت ثروت است. این فاصله به این معناست که شبکه وسیع ارتباطی و بانکی که در ایران فراهم شده، صرفاً به ارائه خدمات اولیه، کم‌ریسک و کم‌هزینه می‌پردازد و بسیاری از خدمات مالی را از مشتریان بالفعل خود دریغ می‌کند.



حامد شهیدی پور

مدیر توسعه داده‌محور تارا

لندتک‌ها یکی از ابزارهای مهم و ضروری برای توسعه فرهنگ خرید اعتباری و فراگیری مالی در کشور هستند. در وضعیتی که وام گرفتن از بانک‌ها برای بسیاری از مردم سخت یا نشدنی است، لندتک‌ها با فرایند وام‌دهی آنلاین و بدون نیاز به ضامن و وثیقه، امکان استفاده از ابزارهای اعتباری را افزایش داده و گره‌گشای مردمی می‌شوند که در وضعیت اقتصادی کنونی برای رفع نیازهای روزمره خود با مشکل روبه‌رو هستند.



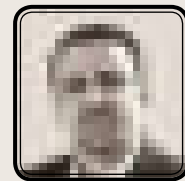
هم‌افزایی اینشورتک و لندتک

ضریب نفوذ بیمه میان دهک‌های جامعه یکی از اصلی‌ترین معیارهای سنجش توسعه یافتگی هر کشور است. در واقع بیمه‌ها ایجاد شده‌اند تا با پوشش ریسک‌های احتمالی زندگی، شاخص توسعه انسانی را بهبود بخشند. بر همین اساس هرچه ضریب نفوذ بازار بیمه در کشوری بیشتر باشد، میزان رفاه اجتماعی آن جامعه نیز بیشتر است و اعضای آن جامعه از ثبات زندگی خود پس از بحران‌های طبیعی و حوادث غیرمترقبه اطمینان بیشتری دارند. این اصل جهان‌شمول نیست و فقط کشورهای جهان اول را دربرمی‌گیرد. شرایط در کشورهای در حال توسعه‌ای مانند ایران که سال‌هاست با تورم بدون توقف دورقمی دست‌به‌گریبان است، متفاوت است. در کشوری با اقتصادی بدون ثبات، اولویت‌ها از تلاش برای رسیدن به رفاه بیشتر به تلاش برای بقا تغییر می‌کند و عمده‌طبقات جامعه مجبورند به جای فکر کردن به مدیریت خطرهای احتمالی درباره خودرو، درمان، آتش‌سوزی و... به این بیندیشند که چگونه نیازهای خود را با دستمزدشان تطبیق دهند. این امر باعث می‌شود خدمت مهمی مانند بیمه از سبد خانوار حذف شود و مردم جز به بیمه‌های اجباری اقبالی نشان ندهند، اما آیا به‌جز سیاست‌های دولت برای مهار تورم راهکارهایی وجود دارد که خدمات بیمه به‌عنوان پوشش‌دهنده ریسک و مدیریت سرمایه به سبد خانواده‌های ایرانی بازگردد؟

علی اکبر گلشنی اصل

مدیر تحول دیجیتال بیمه دی

حضور اینشورتک‌ها در صنعت بیمه باعث شد رختی که در حوزه فروش بیمه‌نامه وجود داشت، از بین برود. همچنین شرکت‌های بیمه‌گر را در مسیری قرار داد تا خدمات خود را تا آنجایی که امکان دارد، به‌صورت آنلاین در



اختیار مشتریان قرار دهند. حضور لندتک‌ها می‌تواند هم به بیمه‌گران در بحث فروش بیمه‌نامه و هم به بیمه‌گزاران در خرید بیمه‌نامه‌ها کمک کند.

پدرام ورشوکار

مدیرعامل دارا

ضعف مشهود در حوزه رگولاتوری، انتظار درآمدی نهادهای ناظر، محدودیت دسترسی به داده‌های عمومی و فراگیر نبودن شناخت از مفاهیم اقتصاد دیجیتال، باعث شده فعالان دو حوزه اینشورتک و لندتک، توسعه کسب‌وکار خود را در تعمیق خدمات انحصاری بدانند و همین امر باعث شده تاکنون هم‌افزایی و تلاقی عمیقی بین این دو صنعت ایجاد نشده باشد.



محمد رضا رستم‌زاده

مدیر توسعه نرم‌افزار تارا

تعامل فنی لندتک و اینشورتک بخش راحت مسئله است و پذیرش اینشورتک در صنعت بیمه بُعد سخت‌تر آن؛ اما سخت‌ترین وجه این موضوع، تأمین اعتبار موردنیاز لندتک‌هاست. جذب سرمایه سه‌ضلعی بازار مالی یعنی بانک-بیمه-بازار سرمایه با چالش‌هایی مواجه است.



امیر حق رنجبر

مدیرعامل لندو

نقطه تلاقی لندتک و اینشورتک بیمه اعتباری است. لندتک‌ها نسبت به بانک‌ها با شرایط ساده‌تری تسهیلات ارائه می‌دهند؛ ضامن نیاز ندارند و برخی مجموعه‌ها مانند لندو حتی درخواست چک هم ندارند. صنعت لندتک نوپاست، به همین دلیل نمی‌توان زمان دقیقی از نرخ نکول آن برآورد کرد. با گذشت زمان و شفاف شدن نرخ نکول لندتک‌ها شاید بتوان به‌طور دقیق درباره نرخ بیمه اعتباری صحبت کرد.



محمد رضا فرحی

مدیرعامل بیمه‌بازار

پیوند بیمه و لندتک می‌تواند خدمات مهم بیمه‌ای را به سبد خانوارها بازگرداند و حتی اگر به افزایش بیمه‌شدگان منجر نشود، از کاهش ضریب نفوذ بیمه جلوگیری کند. همکاری این دو صنعت به دو عامل افزایش ضریب نفوذ لندتک و پیاده‌سازی زیرساخت‌ها وابسته است. این شرایط در دو حالت محقق خواهد شد؛ اول افزایش ضریب نفوذ لندتک و دوم پیاده‌سازی زیرساخت‌ها. در دو، سه سال اخیر، اقدامات خوبی در زمینه فراگیری تسهیلات و توسعه لندتک‌ها انجام شده است. ضریب نفوذ زیرساخت‌های مربوط به بیمه توسط اگر بیگیتور و استارت‌آپ‌ها هم در حال شدت گرفتن است.



عمر تراکتس



۷۸

ASRAETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

تعداد رگولاتور در صنعت فین تک

با بزرگ‌تر و پیچیده‌تر شدن اقتصاد دیجیتال کشور شاهد تنوع، تعدد، تقابل و ازکارافتادگی مأموریت‌های رگولاتورهای گوناگون هستیم. صنعت فین تک نیز از این قاعده مستثنا نیست و این مسئله برای کسب و کارهای فعال در صنعت فین تک چالش بزرگی به حساب می‌آید که روند توسعه آنها را در بسیاری از مواقع مختل می‌کند. بانک مرکزی، سازمان بورس، شورای عالی فضای مجازی، مجلس شورای اسلامی، پلیس فتا، قوه قضائیه، شرکت شاپرک، بیمه مرکزی و چندین و چند نهاد و سازمان دیگر رگولاتورهایی هستند که در قانون‌گذاری کسب و کارهای مختلف صنعت فین تک نقش‌هایی را برعهده دارند.

بنا بر صحبت‌های فعالان صنعت فین تک کشور، چون رگولاتورها عموماً ذهنیت ضد توسعه دارند، با همان مفروضات به جنگ مقولات جدید می‌روند و کسب و کارهای گوناگون مجبورند برای تغییر شیوه نگرش آنها قدم در مسیر اصلاحات و مطالبه‌گری بگذارند که در اکثر مواقع آن قدر حجم این اصلاحات و تغییرات زیاد است که دیگر نمی‌توان آن را اصلاح نامید و باید به آن بازآفرینی گفت. آنها معتقدند مطالبه‌گری تا رسیدن به نقطه‌ای که رگولاتورها در یک راستا قرار بگیرند یا جمیع شوند، تنها راه برون‌رفت از این وضعیت است. به عقیده فعالان، تعدد قوانین علاوه بر اینکه توسعه کسب و کارها را کند می‌کند، این احتمال نیز وجود دارد که تضاد و تناقض بین قوانین هر رگولاتوری را نیز افزایش دهد.

محمد فرجود

مدیرعامل هلدینگ فناوری و نوآوری بانک تجارت (تفتا)

تعدد قوانین علاوه بر اینکه توسعه کسب و کارها را کند می‌کند، ممکن است تضاد و تناقض بین قوانین هر رگولاتوری را نیز افزایش دهد، زیرا هر رگولاتور معمولاً از دیدگاه خود به موضوع می‌نگرد و برای آن



قوانینی اتخاذ می‌کند.

حتی ممکن است سیاست‌های تدوین ضوابط بین رگولاتورها متفاوت باشد. یک مشکل دیگر که در کشور ما به صورت جدی وجود دارد، این است که رگولاتور علاوه بر تعیین مقررات و دستورالعمل‌ها به عنوان ارائه‌دهنده خدمات نیز در آن فعالیت می‌کند که در این رابطه، می‌توان به حضور شاپرک در حوزه پرداخت اشاره کرد.

رامبد حیدریان

مدیرعامل شرکت تجارت الکترونیک سرمایه

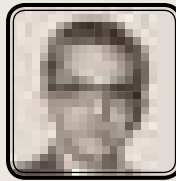
یکی از دلایل وجود تعدد رگولاتور در ایران، طمع سازمان‌ها برای کسب سود از هر مقوله سودآوری است و به این کاری ندارند که آن مقوله در حیطه تخصص آنهاست یا خیر. یک نمونه ساده، سهم‌خواهی فروشگاه‌ها از درآمدهای حاصل از کارمزد تراکنش است. در سطح وسیع‌تر، سازمان‌ها و نهادهای گوناگون نیز برای کسب سود بیشتر در حوزه‌های یکدیگر دخالت می‌کنند و این دخالت‌ها در ساده‌ترین حالت خود به طولانی شدن تدوین اولیه منتهی می‌شود.



حجت‌الله فرهنگیان

مدیرعامل شرکت رایان هم‌افزا

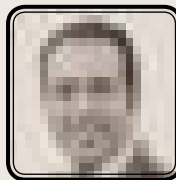
رابطه میان رگولاتور و صنایع دوسویه است و طرفین می‌توانند تأثیر بسزایی در توسعه، چابکی و انعطاف یکدیگر داشته باشند؛ رگولاتور با قانون‌گذاری‌هایش روی کسب و کارها تأثیر می‌گذارد و فعالان کسب و کارها با مطالبه اصلاح قوانین و مداخله در روند تصمیم‌گیری‌ها موجبات بهبود وضعیت تنظیم‌گری را فراهم می‌کنند.



محمد جواد اسدپور

مدیرعامل شرکت نیک پرداخت

وضعیت رگولاتوری در ایران طوری است که نهادهای گوناگون، فارغ از اینکه ذی‌صلاح هستند یا خیر، الزاماتی را برای کسب و کارها مشخص می‌کنند و قدم در مسیری می‌گذارند که نه تنها با ماهیت کسب و کارها هم‌خوانی ندارد، بلکه هماهنگ شده و در یک راستا نیز نیست و حتی در مراجع قضایی نیز مشخص نیست که کسب و کارها باید به چه نهادی پاسخ‌گو باشند و پیرو الزامات کدام نهاد قانونی کسب و کار خود را توسعه دهند.



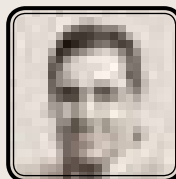
نئوبانک

چندین سال است که در دنیا با بانک‌هایی روبه‌رو هستیم که از ابتدای شکل‌گیری شان دیجیتالی و به دنبال خلق تجربه‌ای جدید برای مشتریان‌شان بوده‌اند. در ایران نیز، به‌ویژه طی چند سال گذشته، نام این نوع از بانک‌های جدید را زیاد شنیده‌ایم؛ بانک‌هایی که به اعتقاد بسیاری از فعالان این صنعت، نمی‌توان نام «نئوبانک» را روی آنها گذاشت، زیرا روند شکل‌گیری‌شان در کشور با آنچه در ماهیت آنها در دنیا وجود دارد، متفاوت است. برای مثال به گفته بسیاری از فعالان، نمی‌توان دیجیتالی کردن کانال‌ها یا غیرحضوری کردن فعالیت‌های یک بانک را نئوبانک دانست، با این حال در سال‌های اخیر، چند بانک کشور به سمت راه‌اندازی نئوبانک حرکت کرده‌اند و توانسته‌اند سطح ارائه خدمات و نحوه تعامل با مشتریان این صنعت را تغییر دهند. در سال ۱۴۰۲ در بخش «گزارش» عصر تراکنش دوبار به موضوع نئوبانک‌ها در کشور پرداختیم؛ یک بار از فعالان پرسیدیم آیا می‌توان این تلاش‌های انجام‌شده در ایران برای ایجاد نئوبانک را مصداق نئوبانک واقعی دانست و دومین بار در گفت‌وگو با فعالان به دستورالعمل بانک مرکزی درباره فعالیت نئوبانک‌ها و ایراداتی که به آن وارد است، پرداختیم.

نوید رجایی پور

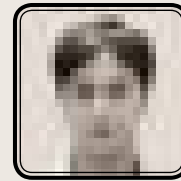
مدیرعامل فردابانک

اگر روند کنونی شکل‌گیری و توسعه نئوبانک‌ها در کشور به همین منوال ادامه پیدا کند، رفته‌رفته مفهوم نئوبانک در ایران تعریف می‌شود و سطح توقع افراد و شرکت‌ها از نئوبانک‌ها در حد همراه‌بانک پایین می‌آید. سرمایه‌گذاران، بانک‌ها و رگولاتور باید بکوشند نئوبانک‌ها را به ماهیت واقعی آن نزدیک کنند.



پیام حروفچین

مدیر بانک



اصلی ترین مشکل نئوبانک‌ها در ایران این است که به دلیل وجود چالش‌های رگولاتوری، امکان ورود شرکت‌های پویا و استارت‌آپ‌ها به این صنعت دشوار شده است. همچنین حفظ حریم خصوصی و امنیت کاربران چالشی جدی در این حوزه است؛ طوری که مرز بین نوآوری و ریسک‌های امنیتی در این حوزه بسیار باریک است.

برای رفع این مشکل لازم است نهاد رگولاتور تمهیداتی در این باره در نظر بگیرد و مجوزهایی حداقلی در حوزه ارائه خدمات بانکی به نئوبانک‌ها بدهد تا امکان ورود شرکت‌های پویا و استارت‌آپ‌ها به این حوزه فراهم شود.

پویا پورا عظم

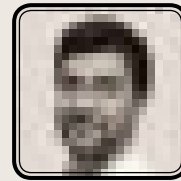
رئیس اداره ریسک و تطبیق بانکداری دیجیتال بانک خاورمیانه



مهم‌ترین چالش فعالیت نئوبانک‌ها در کشور، موضوع وابستگی بیش از حد آنها به یک بانک سنتی است؛ چه از نظر فنی و کسب‌وکاری و چه از نظر مجوز فعالیت و لایسنس. این در حالی است که نئوبانک‌ها در واقع یک نهاد فناوری مالی (فین‌تک) به حساب می‌آیند و باید هویت مستقل خود را داشته باشد. همچنین عدم چابکی و آماده نبودن بانک‌های سنتی برای ارائه خدمات بانکی به صورت سرویس و مبتنی بر API برای خدمات گوناگون بانکداری و پرداخت به شکل امن، مطمئن و دارای تجربه کاربری مطلوب نیز چالش قابل توجهی است.

محمدعلی سعیدی

معاون سابق مدیرعامل و مدیر مارکتینگ بلوبانک



واقعیت این است که سرعت تغییرات و پیشرفت فناوری در این دوره، بیشتر از سرعت رگولاتوری است. می‌خواهم بگویم چندان عجیب نیست که رگولاتور از تغییرات نظام بانکداری، اقتصاد و تحول دیجیتال جا بماند. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، اول تغییر رخ می‌دهد، بعد قانون‌گذار به میدان می‌آید. من فکر می‌کنم اگر تمام بانک‌ها به میدان بیایند و تحول دیجیتال به یک درخواست جمعی تبدیل شود، قانون‌گذار هم مجبور به تغییر رویه خود می‌شود و کم‌کم با سرعت تغییرات خود می‌گیرد.

محسن زادمهر

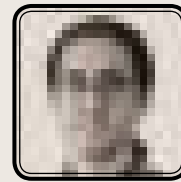
متخصص نئوبانکینگ و بانکداری دیجیتال



دستورالعمل بانک مرکزی فضا و اجازه مشارکت با فین‌تک‌ها را محدود کرده است، در حالی که بهتر بود حداقل اعلام می‌شد بانک‌ها می‌توانند با فین‌تک‌ها مشارکت کنند، اما مسئولیت حاکمیت شرکتی، ریسک، تطبیق مقررات و... با بانک مادر است. انتظار می‌رفت در این سند ابعاد مختلف ریسک در این حوزه بررسی شود، اما متأسفانه سیاست بانک مرکزی در چنین مواقعی حذف صورت مسئله ریسک‌هاست و معمولاً صفر و یکی به ماجرا نگاه می‌کند.

مهدی عبادی

مدیرعامل و نادر



تأکید بانک مرکزی بر وجود core یکسان با بانک‌ها مانع نوآوری است. در حال حاضر سرویس‌دهنده‌های کربنکینگ که شامل شرکت خدمات انفورماتیک، توسن، داتین و... می‌شوند توانایی پاسخ‌دهی به نئوبانک‌ها را ندارند و علاوه بر آن تغییرات در core‌های موجود برای بانک‌ها هزینه‌زا است و اولویت بسیار کمی دارد.

محمد آجدانی

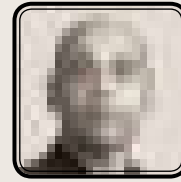
معاون بانکداری نوین داتین



به نظر من بزرگ‌ترین چالشی که نئوبانک‌ها در ایران با آن مواجه‌اند، دارا بودن یک ارزش پیشنهادی مشخص، مطلوب و پایدار برای مشتریان است؛ به طوری که این ارزش پیشنهادی برآمده از نیاز جامعه باشد. این ارزش پیشنهادی پایدار، ضامن بقای هر نئوبانکی است و مرگ و زندگی آن حول همین محور می‌چرخد. هیچ‌کس بهتر از طراحان و مجریان نئوبانک نمی‌تواند بر این چالش فائق آید. در واقع ریش و قیچی در دستان خودمان است.

مصطفی ثابتی

مشاور و کارشناس بانکداری دیجیتال



طبق دستورالعمل بانک مرکزی امکان توزیع عملیات در شعب مختلف برای فعالیت نئوبانک‌ها وجود ندارد. در صورتی که این موضوع به فرایندهای داخلی بانک مرتبط است و لازم نیست رگولاتور آن را محدود کند. مطابق این دستورالعمل، بانک و مؤسسه اعتباری برای ایجاد واحد دیجیتال باید از core مربوط به بانک استفاده کند و core جدیدی پیاده نکند.

چنین مسئله‌ای این سؤال را ایجاد می‌کند: یک core مستقل برای ایجاد و فعالیت واحد دیجیتال چه مشکل و چالشی ایجاد خواهد کرد؟

امنیت

امنیت یکی از مؤلفه‌های اصلی حفظ و توسعه کسب‌وکارهاست که مانند سپری دفاعی در برابر حملات احتمالی عمل می‌کند. این مؤلفه در صنعت بانکداری و پرداخت کشور مهم‌تر نیز می‌شود؛ زیرا بانک وظیفه حفاظت از داده‌ها و منابع مالی مشتریان را دارد. ورود صنعت بانکداری و پرداخت کشور به حوزه تحول دیجیتال موجب شده صورت‌بندی این صنایع تغییر کند و برای رفع نیازهای خود به روش‌های مدرن و استفاده از فناوری نیازمند شوند. با این حال، برخی فناوری‌ها شمشیر دولبه‌ای می‌دانند که در کنار فوایدی که دارد، می‌تواند آسیب‌هایی نیز به همراه داشته باشد، اما برخی دیگر بر نقش پررنگ و غیرقابل انکار آن در توسعه زیرساخت‌ها و سامانه‌های کشف و شناسایی تقلب و تخلف در صنعت بانکداری و پرداخت

مهرتراکش



ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

امضای دیجیتال

امضای دیجیتال در ایران تاکنون فرازونشیب‌های زیادی را پشت سر گذاشته و شاید بتوان اختلاف‌نهادهای گوناگون برای عهده‌دار شدن وظایف مربوط به این حوزه را از مهم‌ترین دلایل اساسی به تعویق افتادن توسعه آن در کشور دانست. با این حال، شیوع ویروس کرونا و همه‌گیری آن باعث شد امضای دیجیتال در ایران مسیر توسعه‌ای خود را آغاز کند و تعیین تکلیف‌های لازم برای عهده‌دار شدن وظایف مربوط به این حوزه انجام شود. فعالان این حوزه در کشور بر این باورند که فراگیری امضای دیجیتال می‌تواند امکان‌های زیادی را برای توسعه کسب‌وکارهای کنونی و حتی خلق کسب‌وکارهای جدید فراهم آورد و کمک قابل توجهی به توسعه اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور کند. مصطفی امینی، مدیرعامل گسترش فناوری‌های نوین، می‌گوید که مفهوم امضای دیجیتال باید ذیل مفهوم کلان‌تری که هویت دیجیتال است، معنا و بررسی شود و تحقق آن علاوه بر اینکه تجربه کاربری افراد را بهبود می‌بخشد، قدم بزرگی در راستای توسعه اکوسیستم هویت دیجیتال نیز خواهد بود. میثم فقیهی، مدیرعامل شاکیلید، نیز مهم‌ترین چالش کنونی امضای دیجیتال در ایران را کمبود شرکت‌های ارائه‌دهنده و نبود خدمات متنوع می‌داند و بیان می‌کند که توسعه این خدمت علاوه بر توسعه زیرساخت‌های فنی، نیازمند برساخت فرهنگ استفاده از آن برای افراد و سازمان‌ها نیز هست. علاوه بر این باید با کانالیزه شدن امضای دیجیتال و فروکاست آن به حوزه‌های محدود مقابله کرد. در گفت‌وگو با مصطفی امینی و میثم فقیهی درباره وضعیت کنونی امضای دیجیتال در کشور و چالش‌های توسعه‌ای آن پرسیدیم.

مصطفی امینی

مدیرعامل شرکت گسترش فناوری‌های نوین بانک کشاورزی

وقتی به گذشته اجرایی شدن امضای دیجیتال در ایران نگاه می‌کنیم، متوجه می‌شویم که امضای دیجیتال در ایران با فرازونشیب‌های زیادی مواجه بوده و طی سال‌های گذشته نهادهای حاکمیتی بر سر اینکه کدام یک متولی اصلی آن باشند، با یکدیگر درگیر بوده‌اند و همین امر باعث شده تا مدت‌ها از امضای الکترونیک فراتر نرویم. با وجود این، طی دو سال گذشته این اختلاف‌کنار گذاشته شد و تعیین تکلیف‌های لازم برای عهده‌دار شدن وظایف مربوط به این حوزه صورت گرفت و راه را برای مجموعه‌ای از خدمات نوآورانه دیگر باز کرد که اتفاق خوبی بود.

میثم فقیهی

مدیرعامل شرکت شاکیلید

باتوجه به استفاده از استانداردهای جهانی بسیار بالا در حوزه امضای دیجیتال که نوع و کیفیت خدمات را به‌خوبی تشریح و شفاف کرده، مهم‌ترین چالشی که در این حوزه با آن مواجهیم، کمبود شرکت‌های ارائه‌دهنده و فقدان خدمات متنوع است. علاوه بر این، آشنایی مردم و شرکت‌ها نیز آن‌طور که باید نیست بنابراین نیازمند تبلیغات، برساخت فرهنگ و ارائه خدمات باکیفیت و متنوعی هستیم که کاربردپذیری امضای دیجیتال را در کشور گسترش دهد.

کشور تأکید می‌کنند و بر این باورند که توسعه امنیت این صنایع بدون مداخله فناوری امکان‌پذیر نخواهد شد و گرچه ایجاد سامانه‌های کشف و شناسایی تقلب و تخلف، هزینه زیادی را بر دوش بانک‌ها و شرکت‌های PSP می‌گذارد، اما در بلندمدت از تحمیل هزینه‌های بیشتر به آنها جلوگیری می‌کند.

حمیدرضا مشایخ

مدیر دپارتمان راهکارهای مبتنی بر داده و هوش مصنوعی شرکت رادین

برای پاسخ به این سؤال که آیا فناوری با امنیت در تضاد است یا خیر، به نظر من اتفاقاً فناوری تضمین‌کننده امنیت است؛ اگر برنامه‌ریزی‌ها و استفاده از سامانه‌ها درست باشد، فناوری‌های جدیدی که به کار می‌روند، امنیت به مراتب بالاتری نسبت به نمونه‌های سنتی دارند و قرار نیست باعث گند کردن عملیات پرداخت و تراکنش‌های کشور شوند و فرایندهای پرداختی و تراکنش‌ها با همان سرعت ثابت و چه‌بسا بیشتر انجام می‌شود.

غزاله حسینی

مدیر محصول گمانیک

فناوری‌های جدید همان قدر که می‌توانند به هدف ایجاد امنیت به کار گرفته شوند، می‌توانند به ایجاد راهکارهای جدید برای عبور از پروتکل‌های امنیتی نیز منجر شوند. به‌طور کلی، فناوری مانند شمشیر دولبه است و بسته به اینکه کجا و توسط چه افراد و گروه‌هایی استفاده شود، می‌تواند پیامدهای مثبت یا منفی به بار آورد.

مسعود علی اکبرزاده

مدیرعامل شرکت داده‌کاوان هوشمند توسن

در سطح بلوغ امنیت در صنعت پرداخت به دلیل ماهیت پررنگ حضور پرداخت الکترونیکی در زندگی روزمره مردم و به تبع آن دسترس‌پذیری سهل‌تر این بستر توسط متخلفان، با چالش‌های فراوانی روبه‌رویم. گرچه با توجه به مقتضیات صنعت پرداخت شاهد بلوغ امنیت بیشتری نسبت به صنعت بانکی هستیم، ولی در مجموع، امنیت در این دو صنعت را در وضعیت قابل قبولی نمی‌بینم.

علی زارع میرک‌آبادی

مالک محصول راهکارهای تشخیص تقلب و تخلف داتین

بخش خصوصی همیشه به دلیل محدودیت‌های کمتر، به‌ویژه در حوزه فناوری اطلاعات، از صنعت مالی و رگولاتور جلوتر بوده و آماده ارائه خدماتی مؤثر برای ارتقای امنیت فردی و بهبود فضای کسب‌وکارهاست، اما به همراهی بیشتر بانک‌ها و مؤسسات مالی، نهادهای سیاست‌گذاری و مراجع قانونی نیاز دارد تا بتواند با سرعت بیشتری این الگوریتم‌ها و مدل‌ها پیاده‌سازی کند.

عمر تراکتس

روندها

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

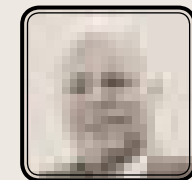
آینده خودپردازها

«جان شیرد-بارون» با الهام از دستگاه‌های فروش شکلات، اولین دستگاه خودپرداز را برای استفاده در شعبه بانک بارکلیز شمال لندن در سال ۱۹۶۷ اختراع کرد و با ایجاد امکان دسترسی ۲۴ ساعته به پول نقد ارائه خدمات مالی را متحول کرد. این موفقیت در اروپا به سرعت علاقه بازار مالی ایالات متحده را نیز برانگیخت و دستگاه خودپرداز در سال ۱۹۶۹ توسط «دونالد وتزل» به نیویورک نیز آورده شد و در حال حاضر بعد از گذشت بیش از ۵۶ سال از ورود اولین دستگاه‌های خودپرداز، این دستگاه‌ها به یک منظره رایج در خیابان‌ها، پمپ‌بنزین‌ها و مراکز خرید در سراسر جهان تبدیل شده‌اند، اما با ورود به دهه ۲۰۲۰ و تحول صنعت بانکی و پرداخت در دنیا، آمدن بانکداری دیجیتال، رفتن به سمت دنیای بدون پول نقد و رواج پرداخت‌های غیرحضوری، گویا دستگاه‌های خودپرداز به سمت منسوخ شدن در حال حرکت‌اند. با این حال، طبق گفته‌های فعالان این صنعت، با وجود فراگیری پلتفرم‌های بانکی و پرداخت آنلاین، دستگاه خودپرداز هنوز هم گزینه‌ای مهم و آسان برای بسیاری از مردم است؛ از همین رو خودپردازهای امروزی چیزی بیش از پرداخت و دریافت پول نقد ارائه می‌دهند.

محمدعلی گوگانی

مدیرعامل شرکت آدونیس

دستگاه‌های خودپرداز از ابتدای شکل‌گیری شان تاکنون یکی از کانال‌های پرداخت پول نقد و سایر تراکنش‌های بانکی بوده که به تدریج تکامل یافته و قابلیت‌های بیشتری پیدا کرده است. پول نقد در همه جوامع از اهمیت و اعتبار بسیار بالایی برخوردار است و یکی از مطمئن‌ترین و آسان‌ترین شیوه‌ها برای پرداخت کالا و خدمات، به ویژه برای کسانی که به فناوری‌های روز بانکی دسترسی ندارند یا نمی‌توانند از آنها استفاده کنند، محسوب می‌شود. در نتیجه می‌توان گفت با توجه به نقش محوری پول نقد در زندگی عموم مردم، دستگاه‌های خودپرداز منسوخ و جمع‌آوری نخواهند شد.



علیرضا میرمیران

مدیر فروش و بازاریابی محصولات بانکی و پرداخت الکترونیک فناپ تک

در آینده نحوه تعامل خودپردازها با سایر فناوری‌ها تغییر خواهد کرد و با فراگیری فناوری‌های جدیدی نظیر اینترنت اشیا، رایانش ابری، تلفن همراه و تمام سیستم‌های متصل به کامپیوترها و سامانه‌های GPS و سایر برنامه‌ها روی گوشی‌های هوشمند به‌طور یکپارچه به یکدیگر متصل خواهند شد. این آینده‌ای است که در آن تمامی دستگاه‌های فیزیکی و سیستم‌های مالی و غیره هم از بعد دیجیتال و هم از بعد فیزیکی به طرز قابل ملاحظه‌ای با یکدیگر آمیخته خواهند شد.



وحید وکیل

معاون فنی و عملیات شرکت گرایش تازه پارس

با توجه به پتانسیل دستگاه‌های خودپرداز برای تغییر و انطباق با فناوری‌های روز دنیا، بعید است در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد نوستالژیک شدن آنها باشیم؛ کما اینکه بنا بر روندهای ۱۰ سال آینده پیش‌بینی می‌شود



دستگاه‌های خودپرداز با استفاده از فناوری‌های جدید و بهبود تجربه کاربری خود را بازاریابی کنند و جزء بازیگران مهم بانکداری دیجیتال شوند و امنیت، سرعت و سهولت دسترسی خود را ارتقا دهند.

کش‌بک

کش‌بک یا برگشت پول، یکی از روش‌های نوین بازاریابی در جهان است که به‌عنوان محرکی روانی برای سوق دادن مردم به سمت خرید بیشتر و البته افزایش قدرت خرید آنها استفاده می‌شود. در واقع، هدف اصلی استفاده از کش‌بک در فروشگاه‌ها و سازمان‌های مختلف وفادارسازی مشتریان به آن برند و بالا بردن احتمال خرید مجدد افراد از یک کسب‌وکار مشخص است. فعالان حاضر در این حوزه بر این باورند که این ابزار برای کشوری مانند ایران که دچار انواع و اقسام چالش‌های اقتصادی است و مردمش روز به روز فشار تورم بیشتری را تحمل می‌کنند، می‌تواند کارآمد و ضروری باشد و به آنها کمک کند که از پس تهیه برخی کالاها و خدماتی که به‌صورت روزانه به آن احتیاج دارند، بر بیایند. این در حالی است که به گفته آنها، حتی کشورهای توسعه‌یافته‌ای نظیر آمریکا، کانادا، انگلیس، آلمان و استرالیا نیز برای رونق بازارهای خود از این ابزار استفاده حداکثری می‌کنند. در نتیجه این‌طور می‌توان گفت که این ابزار فقط خاص کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه نیست و به افزایش خرید و فروش در بازارهای مختلف کمک می‌کند. آنها بزرگ‌ترین چالش کش‌بک در ایران را وصول دیر هنگام مطالبات از سمت پذیرنده‌ها و بالا بودن هزینه تمام‌شده پول می‌دانند و بر این باورند که گرچه حدوداً یک دهه است که کش‌بک وارد کشور شده، اما مردم و کسب‌وکارها آن‌طور که باید و شاید آن را نمی‌شناسند و به توسعه آن کمک نمی‌کنند.

علی جواهرچیان

بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره داپ‌آپ

مهم‌ترین چالشی که تاکنون با آن مواجه بوده‌ایم و همچنان در این مسیر با ما همراه است، توجیه این خدمت جدید به مشتریان و صاحبان کسب‌وکارهاست. البته به نسبت روزها و ماه‌های اول در تهران پیشرفت خوبی داشته‌ایم، اما در بسیاری از شهرها و حتی استان‌های کشور ارائه این خدمت با چالش‌های زیادی همراه است.



محمد علی اکبرزاده

مدیرعامل شرکت توسعه فناوریان بهین فردا

هزینه بالای تمام‌شده پول و وصول مطالبات از شبکه پذیرندگان دو چالش مهم و اصلی این سرویس است. پذیرنده‌ها برای ورود به دایره پذیرندگان ایران کارت و استفاده از خدمات آن، متعهد به پرداخت مبلغی به‌عنوان کارمزد در قالب قراردادی بین شرکت و پذیرنده هستند، اما متأسفانه تأخیر زیادی در پرداخت این کارمزدها دارند.



عمر تراکنش



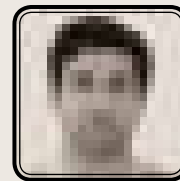
۸۲

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

احسان جهانی

مدیرعامل سابق تخفیفان



اصلی ترین چالش پیش رو برای فعالیت در این حوزه، پایین آمدن درصد کش بک به دلیل کاهش حاشیه سود فروشگاه‌ها، مخصوصاً فروشگاه‌های زنجیره‌ای FMCG و افزایش تعداد کالاهای تنظیم بازاری است. البته با توجه به کاهش قدرت خرید مردم، مبلغ متوسط سبد خرید از درصد رشد تورم جا مانده است.

امیرمحمد مریوانی

مدیر مارکتینگ بامن



کاهش و بهینه کردن هزینه‌ها از جمله آثار استفاده از سرویس کش بک برای مخاطبان این پلتفرم‌هاست. با توجه به شرایط اقتصادی فعلی و کاهش روزانه توانایی مردم در خرید مایحتاج خود، عضویت در یک سرویس کش بک می‌تواند توان مردم را برای خرید ملزومات زندگی افزایش دهد و کیفیت زندگی آنها را در حد مطلوبی حفظ کند.

در نتیجه با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی که در آن زندگی می‌کنیم، عضویت در پلتفرم‌های کش بک و استفاده از خدمات آن برای عمده مردم امری ضروری و اثربخش خواهد بود.

نوآوری در صنعت پرداخت

صنعت پرداخت کشور یکی از صنایعی است که سال‌ها پیش به عنوان صنعتی خلاقانه به سرعت در دل زندگی مردم جای گرفت، اما اکنون مدت‌هاست که محکوم به عدم تحرک و پویایی و عدم ارائه سرویس‌های نوآورانه و ارزش افزوده شده است؛ هرچند باز بزرگان بزرگ این صنعت تلاش‌های چشمگیری کرده‌اند و سرویس‌های متنوعی به مردم ارائه شده، ولی با این حال به عقیده بسیاری، صنعت پرداخت ایران خیلی وقت است که دچار رخوت شده و نتوانسته از نوآوری، یعنی یکی از عناصر شتاب‌دهنده توسعه در این صنعت، آن‌طور که شایسته و بایسته است، استفاده کند و سرویس‌ها و محصولاتش که ارائه می‌دهد، تکراری و فاقد خلاقیت‌اند. فعالان بر این باور هستند که نوآوری امکان‌های زیادی را برای ایجاد مزیت رقابتی بین شرکت‌ها پدید می‌آورد، اما متأسفانه وقتی صنایع بزرگ می‌شوند، اهمیت به‌کارگیری نوآوری در توسعه خود را فراموش می‌کنند.

فرید ستاره

معاون کسب و کار فن‌آوران انیاک رایانه



اینکه گفته می‌شود صنعت پرداخت کشور دچار رخوت و عدم نوآوری شده، درست است. به نظر می‌رسد سرویس‌دهنده‌ها کار زیادی برای ایجاد نوآوری نمی‌کنند. به عبارتی می‌توان گفت این رخوت از نکبت منابع نشئت می‌گیرد؛ ظهور شاپرک و پرداخت کارمزد از سمت بانک‌ها باعث خلق منابعی شد که برای PSPها کافی بود و دیگر نیازی به کار بست نوآوری در خدمات و محصولاتشان نداشتند تا از

این طریق درآمدهای خود را افزایش دهند. این مسئله ریسک‌پذیری آنها را نیز کاهش داد.

علیرضا غفوری

معاون عملیات پرداخت الکترونیک سامان کیش



طی دو، سه سال گذشته با توجه به پروژه‌های حاکمیتی که نهادهای بالادستی برای ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت در نظر گرفته‌اند، عمده منابع تولیدی این شرکت‌ها صرف توسعه سرویس‌هایی نظیر کالا برگ، مالیات، هاب شاپرک و غیره شده است. در نتیجه منابع کمتری برای توسعه خدمات جدید در دسترس شرکت‌های پرداختی باقی ماند و به عبارتی نوآوری در محصولات کم‌رنگ شد.

حمزه آقا بابایی

مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر



آمارها نشان می‌دهد که ضریب نفوذ صنعت پرداخت الکترونیک و استفاده از نرم‌افزارهای بانکی در سال‌های اخیر به حدی زیاد شده که ماهانه با چهار میلیارد تراکنش به ارزش بیش از هشتصد هزار میلیارد تومان در بخش بانکداری نوین صنعت بانکی کشور مواجهیم. در نتیجه رخوتی در صنعت رخ نداده است، با این حال هنوز تا رسیدن به جایگاهی قابل قبول فاصله داریم و باید برای بهبود جایگاهمان میان کشورهای دیگر تلاش کنیم.

سوپراپلیکیشن‌ها

مصرف‌کنندگان امروزی برای پرداخت هزینه‌ها و مدیریت زندگی‌شان از استفاده از راه‌های جدید و نوآورانه استقبال می‌کنند. در حال حاضر مصرف‌کنندگان برای انجام امور مالی و غیرمالی خود باید با مخلوطی چندپاره از پلتفرم‌ها، اپ‌ها، وب‌سایت‌ها و سایر کانال‌ها روبه‌رو شوند، اما سوپراپلیکیشن‌ها آمده‌اند تا این وضعیت را به کلی تغییر دهند. مصرف‌کنندگان در سراسر جهان، به‌ویژه به دلیل راحتی و امنیتی که سوپراپلیکیشن‌ها فراهم می‌کنند، به آنها گرایش پیدا کرده‌اند. ایجاد حس اعتماد، امنیت و حفظ حریم خصوصی در کنار ارائه خدمات مختلف، در ایجاد تمایل مصرف‌کنندگان به انتخاب و پذیرش سوپراپلیکیشن‌های جدید نقشی اساسی دارد. نیمی از افراد نسل زد راحت‌طلب و یک‌سومشان در جست‌وجوی رفاه مالی‌اند و پیش‌بینی می‌شود که این گروه تأثیرگذار در ایجاد تقاضا برای سوپراپلیکیشن‌ها در آینده نقش بسزایی داشته باشند. در حالی که مصرف‌کنندگان، مدام اشتیاق بیشتری به ایده «یک اپ برای همه کارها» نشان می‌دهند، بار مسئولیت بر عهده ارائه‌دهندگان است تا علاوه بر توسعه تجربه‌های امن، آسان و بی‌دردسر برای مصرف‌کنندگان، به بسیاری از افراد مردد این انگیزه را بدهند که خودشان را از توده‌ای از اپ‌های جدا جدا رها کنند و به سمت استفاده از یک اپلیکیشن برای تمامی امورشان بروند. بررسی روند رشد سوپراپلیکیشن‌ها در ایران و جهان حاکی از افزایش استقبال مردم از آنهاست و برخی بر این باورند که در آینده نه‌چندان دور، سوپراپلیکیشن‌ها که خالق تجربه کاربری دلنشین‌تری‌اند، جای اپلیکیشن‌های عادی را می‌گیرند.

عصر تراکتس

روندها

۸۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

عاطفه فتحی

معاون توسعه کسب و کار شرکت سیمرغ تجارت

یکی از چالش‌های پیش روی سوپراپ‌ها می‌تواند تعدد سرویس‌ها و عدم راحتی کاربر در استفاده از آنها باشد. در واقع اپلیکیشن‌های تک کاربردی ساده‌تر و کاربر پسندترند و سوپراپلیکیشن‌ها برای کاربران گاه پیچیده و گیج‌کننده‌اند، 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 سوپراپلیکیشن‌ها در حوزه‌های مختلف، خوراک خوبی برای هکرها فراهم شده که باید از قبل به این موضوع فکر کرد و داده‌ها را از احتمال‌های این‌چنینی در امان نگه داشت.



آرمان فرج‌زاده

مدیر ارشد اجرایی شرکت آپ

چالش مهم سوپراپلیکیشن‌ها در ایران شناخت تفاوت آنها با یک اپلیکیشن چندکاره است. یک سوپراپلیکیشن به نیازهایی پاسخ می‌دهد که شاید قبل از آن نداشتیم و ما را از چیزهایی بی‌نیاز می‌کند که پیش‌تر ضروری نمی‌دانستیم. هر یک از سوپراپلیکیشن‌ها 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 به‌موقع نیازها، تبدیل تهدیدها به فرصت و توجه به نوآوری برای حفظ رشد از جمله موارد مهم در حل چالش‌های سوپراپلیکیشن‌های ایرانی است.



میثم ملاشریفی

معاون بازاریابی تیم مرکزی گروه اسنپ

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 کسب و کار دارند، آینده قطعی اپلیکیشن‌ها در ایران در مسیر سوپراپلیکیشن شدن خواهد بود.



بانکداری باز

کانسنسوس به‌تازگی نقشه‌ای از آخرین وضعیت پیشرفت جهان به سمت بانکداری باز، مالی باز و داده باز را منتشر کرده است؛ نقشه‌ای که نشان می‌دهد در یک سال گذشته ۶۸ کشور معادل ۳۵ درصد از کل جهان، از جمله عربستان، قطر، بحرین و ترکیه، در حال توسعه و انجام اقداماتی در این سه حوزه بوده‌اند، اما ایران در این نقشه جایی ندارد و در میان کشورهای خاکستری قرار گرفته است. بانک مرکزی ۱۳ آذرماه ۱۴۰۲ دستورالعمل نحوه تأسیس و فعالیت نئوبانک‌ها را به شبکه بانکی ابلاغ کرد. این دستورالعمل با استانداردهای

بین‌المللی در تناقض است و رویکرد فعلی بانک مرکزی در قانون‌گذاری، خبر از خاکستری ماندن ایران می‌دهد. تعداد زیادی از فعالان صنعت بانکداری در جهان تحلیل‌های مختلفی روی این نقشه ارائه داده‌اند. به همین بهانه با فعالان این حوزه در کشور گفت‌وگویی داشتیم و از آنها خواستیم که این نقشه جهانی را تحلیل کنند.

الینا ملکان

معاون توسعه کسب و کار شرکت فینوتک

بانکداری باز و امور مالی باز راه خود را در سراسر جهان پیدا کرده است و بسیاری از کشورها با مطالعه در زمینه نحوه اشتراک‌گذاری و مدیریت داده‌های مالی از طریق API‌های باز، به دنبال شناخت نحوه پیشبرد این اهداف‌اند. شرکت‌های بزرگ می‌دانند که دسترسی برابر به داده‌ها مصرف‌کنندگان را قادر می‌کند هزینه کمتری بپردازد و شرکت‌های کوچک‌تر نیز می‌توانند راحت‌تر وارد بازار شوند و با دیگر شرکت‌ها رقابت کنند.



مصطفی طهماسبی

مدیرعامل شرکت سنباد

بانکداری باز و مالی باز کم‌کم دارد از مفهوم داده باز استفاده می‌کند. اگر بتوان ادعا کرد که بانکداری باز پایانی بر بانکداری سنتی شعبه‌محور است، نمی‌توان بانکداری باز و در ادامه آن خدمات مالی باز را حد نهایی انقلاب بانکداری نوین دانست و شاید بهتر این است که هر دورا شروع به‌کارگیری مفهوم داده باز در نظام بانکداری دانست.



فرشاد صفری

معاون کسب و کار شرکت فراپوم

یکی از آثار مهم PSD2، ترویج بانکداری باز است که به ارائه‌دهندگان شخص ثالث اجازه می‌دهد با دسترسی به اطلاعات حساب بانکی با رضایت کاربر، خدمات مالی جدید و نوآورانه‌ای ارائه دهند. این امر منجر به افزایش رقابت و توسعه محصولات و خدمات مالی جدید در بخش بانکداری اروپا شده است.



مجید کیوان

مشاور بانکداری باز

اقدام روبه‌جلویی که در اتحادیه اروپا و در حوزه خدمات بانکی مطرح شد، تصویب چهارچوب PSD2 در سال ۲۰۱۵ در پارلمان اتحادیه اروپا بود که بانک‌ها را ملزم می‌کرد داده‌های مشتریان بانکی را در محیطی امن و به شرط اجازه مشتری با نهادهای ثالث رگوله‌شده به اشتراک بگذارند. به هر حال در این مرحله، این فشار قانون‌گذار بود که بحث اشتراک‌گذاری داده را در قالب یک قانون و الزام به نگهدارندگان داده در اتحادیه اروپا تحمیل کرد.



ممبر تراکتس



۸۴

ASARETAAAHONESH.IR

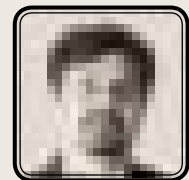
ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

نوآوری و فناوری در صنعت بیمه

امروز به هر صنعتی که سرگ می کشیم، صحبت از دیجیتالی و هوشمند شدن آن است. صنعت بیمه نیز از این قاعده مستثنا نیست و در تلاش است با روی آوردن به تحولات دیجیتالی، فرم های جدیدی برای ارائه خدمات بیمه ای پیدا کند؛ فرم هایی که با انتظارات و نیازهای جامعه فعلی و نسل زد هم خوانی و تطابق داشته باشد. با وجود این، به نظر می رسد که صنعت بیمه در ایران آن طور که باید دیجیتالی نشده و در مقایسه با سایر صنایع نیز عملکرد قابل قبولی در این حوزه نداشته است. این در حالی است که بخش بزرگی از جامعه ایران از خدمات بیمه محروم اند و فناوری می تواند به فراگیر شدن بیمه به عنوان یکی از ابزارهای فراگیری مالی کمک کند. دقیقاً به همین دلیل هم هست که چند سالی است شاهد شکل گیری اینشورتک هایی هستیم که می کوشند بخشی از سهم بازار بیمه را به خود اختصاص دهند، اما با مقاومت بخش سنتی این صنعت مواجه اند؛ بخشی که عموماً از تغییر مختصات بازار استقبال چندانی نمی کند و با مقاومتش برای تغییر موجب به تعویق افتادن دیجیتالی و هوشمند شدن کامل این صنعت می شود.

محمود کریمی

مؤسس و عضو هیئت مدیره مرکز نوآوری پلنت



این ادعا درست است که فناوری می تواند به عاملی انقلابی در صنعت بیمه تبدیل شود، اما ما هنوز حتی به نیمه راه هم نرسیده ایم و از ظرفیت فناوری های کنونی بهره کافی نبرده ایم. اگر این موضوع را در چهارچوب انقلاب صنعتی چهارم و ارکان آن ببینیم و مقایسه کنیم که طی این انقلاب کدام یک از فناوری های محوری به صنعت بیمه ورود پیدا کرده اند، این قضاوت آسان تر می شود. برای مثال باید به این سؤال پاسخ داد که کلان داده ها، فناوری های شناختی، اینترنت اشیا و هوش مصنوعی در کجای صنعت بیمه نقش کلیدی دارند؟

علی اکبر گلشنی اصل

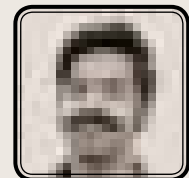
مدیر تحول دیجیتال بیمه دی



ما در صنعت بیمه آن طور که باید از فناوری های نوین استفاده نکرده ایم و با شرکت های خارجی مشابه فاصله زیادی داریم. ما به تغییر فرایندها با استفاده از فناوری از حالت سنتی به حالت الکترونیک بسنده کرده ایم. این در حالی است که این صنعت ظرفیت های زیادی دارد که دست نخورده باقی مانده است. یکی از بخش های حائز اهمیت در این حوزه، سامانه های بیمه گری است که وضعیت خوبی ندارد و هر تلاشی برای تغییر این سامانه ها نیازمند صرف وقت و انرژی زیاد است.

علی یزدانی

مدیر محصول آیتول



بیمه دیجیتال در ایران فاقد اکوسیستم است و ایجاد یک اکوسیستم یکپارچه و کارآمد نیاز به زیرساخت هایی دارد که تا به این لحظه برای تهیه آنها اقداماتی صورت نگرفته است. خلق اکوسیستمی پویا و کارآمد که توان تغییر

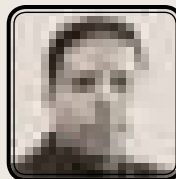
وضعیت کنونی صنعت بیمه را داشته باشد، به ایجاد زیرساخت، تغییر قوانین سنتی، حمایت قانون گذار، تغییر روند به مشتری گرایی، آموزش گسترده، سرمایه گذاری، دسترسی به داده های واقعی و التزام به تعریف محصولات مقیاس پذیر وابسته است. بنابراین، می توان گفت که صنعت بیمه ایران راه درازی در پیش دارد و هنوز آن طور که باید از امکانات فناوری استفاده نکرده است.

رگ تک

پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸، رگ تک در بخش خدمات مالی شکل گرفت تا سازمان ها را قادر سازد که با هجوم پیچیدگی های نظارتی و هزینه های مرتبط با آن کنار بیایند؛ در واقع رگ تک به عنوان راه حلی برای رویارویی با چشم انداز نظارتی که به سرعت در حال تحول است، ظاهر شد و مزایای بی شماری را هم برای رگولاتورها و هم برای نهادهای تحت نظارت ارائه داد. طبق گزارشی از دیلویت، خدمات مالی ۳۹ درصد از بازار جهانی رگ تک را در سال ۲۰۲۱ تشکیل می دهند و پیش بینی می شود تا سال ۲۰۳۲ این رقم به ۴۸ درصد از این بازار نیز برسد. این اعداد و ارقام به خوبی نشان می دهند که در این عصر، صنایع مالی بیشترین نیاز را به کاربردهای رگ تک دارند. با این حال استفاده از فناوری برای ساده سازی فرایندهای نظارتی نه تنها در بخش خدمات مالی، بلکه در سایر بخش ها نیز با سرعت زیادی در حال رشد و تکامل است. یکی از مزایای مهم رگ تک، موضوع تطبیق است که در ایران برخلاف سایر کشورها به آن توجه چندانی نشده است. به عبارتی در کشور کاربردهای رگ تک به صورتی نامتوازن توسعه یافته و از بین ابعاد پنج گانه ای که برای آن تعریف شده، فقط پایش ترانکشن و احراز هویت است که همپای سایر کشورها توسعه یافته است. متخصصان علت اصلی این موضوع را مداخله دولت در امر تنظیم گری و نبود سیاست های کلان و درست حقوقی می دانند و معتقدند سیاست های کلان دولتی به بازنگری نیاز دارند.

حمید حسن آبادی

مشاور ارشد حوزه نوآوری و فناوری شرکت ملی انفورماتیک



به باور من، مادر همه دردها حوزه سیاست گذاری است که برعهده رگولاتوری است. یعنی باید نقشه راه درست و برنامه راهبردی مشخصی در حوزه رگ تک در کشور یا یک صنعت خاص به طور مثال صنعت مالی داشته باشیم تا با خلق تقاضا به سمت استفاده از خدمات استارت آپ های رگ تکی و سرمایه گذاری و جذب نیرو در این حوزه برویم تا در نهایت شاهد شکل گیری و توسعه اکوسیستم رگ تک در ایران باشیم.

محمد جعفر نعنناکار

وکیل پایه یک دادگستری و فعال حقوق فناوری



رگ تک در بسیاری از کشورهای جهان یکی از ارکان اصلی توسعه پایدار و از موازین اجرای درست و صیانت از حقوق اشخاص جامعه شناخته شده و توسعه آن مقدم بر هر توسعه دیگری در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات است و می تواند بستری برای اجرای قوانین را برای ظهور اقتصاد دیجیتال فراهم کند که خود این نوع اقتصاد موجب توسعه کشورها و رشد آنها می شود

عصر تراکنش

روندها

۸۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

میزگردی با حضور علی نوری و احمد سلمانی آرانی درباره نقش کلیدی هلدینگ های فناوری اطلاعات
به عنوان پیشران های تحول دیجیتال بانک ها

ورود به حوزه سرمایه گذاری خطرپذیر اجتناب ناپذیر است

در سال های اخیر بسیاری از بانک های کشور هلدینگ های تخصصی فناوری اطلاعات را به عنوان بازوی تحول دیجیتال خود ایجاد کرده اند؛ هلدینگ هایی که زیرساخت ها، پلتفرم ها و راهکارهای فناورانه را برای دیجیتالی شدن بانک ها فراهم می آورند تا در نتیجه آن، بهره وری بانک ها افزایش یابد و خدمات بهتر بانکی و مالی به سایر صنایع نیز ارائه شود. به دلیل نقش مهم این هلدینگ ها میزگردی را با حضور علی نوری، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر و احمد سلمانی آرانی، مدیرعامل هلدینگ به پویان هوشمند امید برگزار کردیم و درباره نقش اساسی این هلدینگ ها به عنوان پیشران تحول دیجیتال در بانک ها، گفت و گو کردیم. به عقیده این مدیران، هلدینگ های فناوری اطلاعات بانک های کشور ناگزیر از ورود به حوزه سرمایه گذاری خطرپذیرند و با وجود چالش هایی که ممکن است در این مسیر داشته باشند، باید با هدف ارتقای شاخص های بانکی و همچنین تحول کشور وارد مسیر سرمایه گذاری خطرپذیر شوند. به گفته آنها، موضوعی که باید برای مجموعه های فناوری اطلاعات اهمیت داشته باشد این است که کمک کنند اقتصاد فناوری اطلاعات، متکی به خود باشد و براساس ظرفیت هایش توسعه یابد. در ادامه صحبت های مطرح شده در این میزگرد را می خوانید.



مینا حاجی
سر دبیر

همراه گشت



۸۶

ASAE TARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

به ترتیب از راست به چپ:
احمد سلمانی آرانی
علی نوری

آقای نوری در سال‌های اخیر، بانک‌های کشور اقداماتی جدی در حوزه فناوری اطلاعات انجام داده‌اند که شکل‌گیری هلدینگ‌های فناوری اطلاعات یکی از آنها به شمار می‌رود. به نظر شما ماهیت و وجود این هلدینگ‌ها چقدر ضروری و مهم است؟

علی نوری: مجموعه شرکت‌هایی که برای بانک‌ها نقش فناوری اطلاعات و مأموریت‌های مرتبط را ایفا می‌کنند به سه گروه تقسیم می‌شوند؛ گروه اول: بانک‌هایی که هلدینگ فناوری اطلاعات آنها دارای سابقه طولانی و ساختار منسجم است و نقش آنها به‌طور کامل و نسبتاً مؤثر ایفا می‌شود؛ گروه دوم: مجموعه بانک‌هایی که هلدینگ یا شرکت فناوری اطلاعات خود را تازه شکل داده‌اند و این بخش در حال سازماندهی است و می‌خواهد نقش مؤثری را برعهده بگیرد و گروه سوم: مجموعه بانک‌هایی که شرکت‌های فناوری اطلاعات آنها ساختار منسجم ندارد و کارهای فناوری اطلاعات بانک به‌صورت پراکنده به انجام می‌رسد.

نکته مشخص این است که این مسیر، نسبتاً درست پیش‌رفته و بخش زیادی از فناوری اطلاعات بانک‌های کشور را همین هلدینگ‌های فناوری اطلاعات به دوش می‌کشند. به بیان دقیق‌تر می‌توان گفت بانک‌هایی که شرکت‌های فناوری اطلاعات کامل‌تر و بالغ‌تری داشته‌اند به لحاظ زیرساخت‌های بانکی و توسعه بانکداری دیجیتال و مدرن، نقش مؤثرتری ایفا کرده‌اند.

در واقع هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌های کشور به‌عنوان بازوی تحول دیجیتال آنها ایفای نقش می‌کنند؟
نوری: تلاش شده که این اتفاق بیفتد؛ یعنی علاوه بر کارهای سنتی که در بانک به‌عنوان مأموریت رایج انجام می‌شود؛ این مجموعه‌ها پیش‌تر تحول دیجیتال در بانک می‌شوند.

آقای آرانی آیا شرکت‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها در عمل سودده هستند یا ماهیتی هزینه‌ای دارند؟ آیا هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌های کشور می‌توانند از منابع خارج از بانک مادر خود نیز کسب درآمد داشته باشند و به سوددهی برسند؟

احمد سلمانی آرانی: به‌عنوان مقدمه عرض می‌کنم که بعد از موضوع ادغام بانک‌های نیروهای مسلح در بانک سپه، مطالعات مربوط به تشکیل «هلدینگ امید سپه» و ارائه شکل‌گیری آن جدی‌تر شد. اولیای بانک یک مصوبه به ما دادند که طبق آن سه گام راه‌اندازی، تثبیت و نوآوری را می‌بایست پشت سر می‌گذاشتیم. ما بعد از حدود دو سال، به دلیل موانع و مقدمات و پیش‌نیازهای تشکیل یک هلدینگ بزرگ فناوری اطلاعات بانکی، در مسیر موضوعات جدید و مدرنی قرار گرفتیم و اکنون تقریباً داریم به دوران تثبیت نزدیک می‌شویم. در دسته‌بندی که آقای نوری مطرح کردند، ما از نوع دوم هستیم؛ قبلاً هلدینگ فناوری اطلاعات نداشتیم در حالی که در سایر بخش‌ها اعم از مالی و سرمایه‌گذاری و صنعتی هلدینگ‌هایی شکل گرفته بود. بانک سپه در صنعت پتروشیمی، فولاد، معادن، نیروگاه‌ها و راه‌ها مشارکت می‌کند، ولی به دلیل تغییراتی که در پی



آرانی: در بلندمدت نه تنها هلدینگ‌های فناوری اطلاعات می‌توانند سودآور باشند، بلکه اتفاقاً پیش‌تران درآمدی بانک می‌شویم؛ موتور کشنده‌ای که می‌تواند با خدمات نوین، بانزدیک شدن به نیازهای مشتریان نسل جدید، با بهره‌مندی از تکنولوژی و سایر ابزارها و بازیگران دخیل در امور مالی، به سمت سودآوری، خود یعنی بانک بزرگ سپه برویم

انتظارات روزافزون مشتریان و طیف جدید مشتریان ما پیش‌آمد در مسیر تحول مدل‌های کسب‌وکار قرار گرفتیم. از سوی دیگر در فرایند درآمدزایی و سودآوری نظام بانکی نیز تحولاتی رخ داد؛ سودآوری، از درآمدهای مشاع به سمت درآمدهای غیرمشاع یا کارمزدی رفت که این مسئله به کارمزد ناشی از تراکنش‌ها و خدمات بانکداری الکترونیک برمی‌گردد و اینکه دارد به سمت بانکداری دیجیتال می‌رود. بله، دقیقاً همین‌طور است که در بلندمدت نه تنها هلدینگ‌های فناوری اطلاعات می‌توانند سودآور باشند، بلکه اتفاقاً پیش‌تران درآمدی بانک می‌شویم؛ موتور کشنده‌ای که می‌تواند با خدمات نوین، بانزدیک شدن به نیازهای مشتریان نسل جدید، با بهره‌مندی از تکنولوژی و سایر ابزارها و بازیگران دخیل در امور مالی، به سمت سودآوری، هم برای هلدینگ و هم نهایتاً برای سهامدار عمده خود یعنی بانک بزرگ سپه برویم.

آقای نوری، شما هم لطفاً درباره این سؤال و به‌ویژه در رابطه با هلدینگ بانک شهر نظر تان را بفرمایید.

نوری: هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر، سه شرکت دارد: راهبرد هوشمند شهر؛ شرکت فناوران ایمن شبکه (فاش) و شرکت توسعه و نوآوری شهر که هرکدام از اینها مدیریت‌های خاص خود را دارند. امسال با تصمیم هیئت‌مدیره بانک، هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر عملاً با نام «ارتباطات هوشمند شهر» تشکیل شد و ساختار واقعی یک هلدینگ را به خود گرفت. در همان دسته‌بندی که عرض کردم، ما نیز جزو گروه دوم قرار می‌گیریم. در هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر کارهای خوبی را علاوه بر مسئولیت‌های پیشین شروع کرده‌ایم تا نقش مجموعه هلدینگ به‌مثابه پیش‌تران تحول دیجیتال بانک تثبیت شود.

امروزه مفهوم «تحول دوگانه» مورد توجه قرار گرفته است: برای اینکه در یک سازمان یا کسب‌وکار یا شرکت تحول ایجاد کنید دو راه مشخص پیش رو خواهید داشت؛ یکی اینکه فرایندهای سازمان را از پایه و بنیان بازمهندسی کنید و سازمان را تغییر دهید که این کار در سازمان‌های ایرانی خیلی سخت و بعضاً ناشدنی است، به‌ویژه با وجود فضای رگولاتوری و مشکلات منابع انسانی و قوانین و دستورالعمل‌ها و...! این حالت اول تقریباً نشدنی به نظر می‌رسد و راه‌حلی که همه دنیا در پیش گرفته‌اند چیز دیگری است. حالت دوم ایجاد تحول این است که آن را از خارج مجموعه شروع کنید؛ یعنی یک نهاد یا شرکت مشخص در خارج مجموعه به وجود آورید و موضوعات تحولی را به آنجا بفرستید و براساس اثری که مجموعه بیرونی روی مجموعه اصلی می‌گذارد، به تدریج مجموعه اصلی نیز به سمت تغییر برود. جالب اینکه وقتی در مقالات جست‌وجو می‌کنید، درمی‌یابید که در میان مجموعه‌های اتومبیل‌سازی، بیمه‌ها و سایر صنایع که به این سمت رفته‌اند، اولین نامی که به‌عنوان پیش‌تران تحول دوگانه شناخته شده، صنعت بانکی است. این مسیر در دنیا نیز به همین شکل شروع تحول از بیرون پیش‌رفته؛ نه اینکه فقط در ایران بانک‌ها به‌عنوان نهاد‌های بزرگ نتوانند چالاک و چابکی لازم را نشان دهند؛ در هر جای دنیا که بخواهند تحول دیجیتال را میسر سازند، از نهاد‌های بیرونی

عمر تراکتس

میزگرد

۸۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

کمک می گیرند. نقش هلدینگ های فناوری اطلاعات نیز می تواند همین باشد؛ یعنی به عنوان یک نهاد خارج از بانک، چهارچوب ها و قوانین سنتی را کنار می گذاریم تا پیشران تحول دیجیتال شویم. ما در مجموعه بانک شهر تلاش می کنیم با وجود تمام مسائل و مشکلات پیش رو، در حوزه تخصصی کار خود، زیرساخت های تحولی را به وجود آوریم تا به کمک آنها، فرایندهای اثرگذار بر مشتریان بانک را تحت تأثیر قرار دهیم و تجربه مشتری بهتری را ممکن کنیم.

آقای آرانی بالاخره بانک هایی هستند که هنوز این هلدینگ های تخصصی را ندارند. برای آنها چه توصیه ای در راستای ایجاد چنین هلدینگ هایی دارید؟

آرانی: از آنجا که ولی نعمت و شرکای استراتژیک بانک ها مشتریان بانک هستند، نظام بانکی می خواهد از مدل مثلث فرایند، مدل های کسب و کار و تجربه مشتری به تشکیل سازمانی برسد که تحول را از آنجا آغاز کند؛ پس مجبور است به خدمات و باز یگران جدید بها دهد و شروع به مشارکت با صنعت و سایر سازمان ها و نهادها کند. به هر حال، امروزه، فراگیری مالی، یک کلیدواژه محقق شده به شمار می رود؛ حتی سوپرمارکت ها کار مالی انجام می دهند و نظام حسابداری به سمت کمک کردن به ما می شتابد. با استارت آپ ها و فین تک ها، صنایع تازه ای به وجود می آیند که در تعامل مستمر با نظام بانکی هستند و زنجیره ارزش معینی را شکل می دهند. از آنجا که اقتصاد ما بانک محور است، همه صنایع ناچارند سری به بانک بزنند. در رفت و آمدهای کاری، عملیاتی، فنی و موضوعات بسیار مهم مالی، امنیتی و نظارتی، بانک ها مجبور می شوند که با سفر مشتری و تجربیات تلخ و شیرین و انتظارات روزافزون او همگام شوند؛ بانکی هم که حتی این امکان را نداشته باشند، تلاش خود را می کنند؛ بالاخره با یک واسطه به سمت این صنعت می آیند.

هلدینگ ها کامپیلهایی (واسط) بین صنعت فناوری اطلاعات و صنعت بانکی هستند. آنها مترجم انتظارات بانک به زبان صنعت فناوری و دریافت کنندگان محصولاتی هستند که توسعه دهنده ها در اختیار بانک می گذارند تا خدمات بانکی تسریع شود. به این ترتیب، بانک ها هم سود می برند، هم به درآمد می رسند، هم کیفیت و تکنولوژی های بالاتری را ارائه می دهند تا از عرصه اقتصاد عقب نمانند.

آقای نوری، آقای آرانی به استارت آپ ها اشاره داشتند. اخیراً شاهد آن هستیم که گروه های صنعتی، وارد حوزه سرمایه گذاری خطر پذیر شده اند. از سوی دیگر، می دانیم که بانک ها منبع بسیار خوبی برای سرمایه گذاری و توسعه خدمات در تمام حوزه ها هستند. هلدینگ های فناوری اطلاعات بانک های کشور چقدر باید این ریسک پذیری را داشته باشند که وارد حوزه سرمایه گذاری خطر پذیر شوند؟

نوری: این را که بانک ها چقدر باید ریسک پذیر باشند می توان طور دیگری هم بررسی کرد. در ساختار بانک ها و هلدینگ های فناوری اطلاعات، در هر سه گروهی که عرض کردم، گروه های دوم و سوم فضای چندانی برای ورود به سرمایه گذاری خطر پذیر ندارند. گروه سوم در حال شکل گیری و توسعه است و گروه دوم نیز در فضای تثبیت قرار گرفته و می خواهد زیرساخت های فناوری اطلاعات



نوری: به نظر من، بانک هایی که سرمایه گذاری بهتری انجام داده اند، در عمل توانسته اند توسعه بهتری ایجاد کنند و فضای تحول دیجیتال را در بانک خود به وجود آورند. به نظر من، تمام بانک ها، اعم از گروه های دوم و سوم، ناگزیر از ورود به فضای سرمایه گذاری خطر پذیر خواهند بود؛ البته محدودیت هایی نیز از سمت بانک مرکزی اعمال می شود که فضای سرمایه گذاری بانک ها را تنگ می کند؛ ولی با این همه، در جهت ارتقای شاخص های بانکی می توان به این مسیر سرمایه گذاری خطر پذیر گام نهاد.

بانک را تکمیل کند. معمولاً گروه اول وارد سرمایه گذاری خطر پذیر می شوند؛ این نمونه ها در کشور زیادند. در حوزه هلدینگ های فناوری اطلاعات، اگر قرار باشد آنها پیشران تحول دیجیتال شوند، طبیعتاً حتی اگر سرمایه گذاری هم اتفاق بیفتد باید در همان حوزه باشد؛ یعنی به جای اینکه همه چیز را داخل خود مجموعه ببینید، از فضای کسب و کار کشور و فضای بخش خصوصی کشور کمک بگیرید و سرمایه گذاری های مناسبی انجام دهید تا فرایند تحول دیجیتال تسهیل و تسریع شود. مأموریت ما این است که تحول دیجیتال را در صنعت بانکی رقم بزنیم و بانک را در حوزه دیجیتال و بانکداری هوشمند ارتقا دهیم؛ پس سرمایه گذاری های مناسبی در همین راستا برایمان مطلوب خواهد بود.

طبیعتاً مدل های سرمایه گذاری خیلی گسترده ای در کشور وجود دارد که می تواند مورد ارزیابی قرار گیرد. به نظر من، بانک هایی که سرمایه گذاری بهتری انجام داده اند، در عمل توانسته اند توسعه بهتری ایجاد کنند و فضای تحول دیجیتال را در بانک خود به وجود آورند. به نظر من، تمام بانک ها، اعم از گروه های دوم و سوم، ناگزیر از ورود به فضای سرمایه گذاری خطر پذیر خواهند بود؛ البته محدودیت هایی نیز از سمت بانک مرکزی اعمال می شود که فضای سرمایه گذاری بانک ها را تنگ می کند؛ ولی با این همه، در جهت ارتقای شاخص های بانکی می توان به این مسیر سرمایه گذاری خطر پذیر گام نهاد.

اشاره کردید که اکنون هلدینگ بانک شهر در دستبندی هلدینگ ها، در گروه دوم قرار دارد. به نظر تان چه زمانی می تواند به گروه اول تبدیل شود و از او توقع داشته باشیم که به حوزه سرمایه گذاری خطر پذیر نیز وارد شود؟

نوری: برنامه ای که ما به هیئت مدیره بانک ارائه دادیم و آنها آن را تصویب کردند، این است که از سال ۱۴۰۴ به فضای سرمایه گذاری خطر پذیر وارد شویم. تا آن موقع باید برنامه های لازم را پیاده سازی و اجرا کنیم تا به گروه اول نزدیک شویم.

آیا هلدینگ بانک شهر تاکنون روی مجموعه های خارج از بانک سرمایه گذاری انجام داده است؟

نوری: تاکنون چند سرمایه گذاری اتفاق افتاده که بعضی موفق بوده و برخی به موفقیت چندانی نرسیده است؛ به ویژه آنهایی که قبل از تشکیل هلدینگ شکل گرفته اند. به هر حال این مسیر را ناگزیر باید بپییم که مسیر درستی هم است. طبیعتاً مشکلاتی هم در این فضا وجود دارد؛ ملاحظاتی رگولاتوری، کفایت سرمایه بانک ها و....

آقای آرانی شما هم لطفاً به این سؤال پاسخ دهید که تا چه حد مهم و ضروری است که هلدینگ های فناوری بانک ها وارد حوزه سرمایه گذاری خطر پذیر شوند. سپس درباره هلدینگ امید بگویید که در این راستا چه اقداماتی انجام داده است.

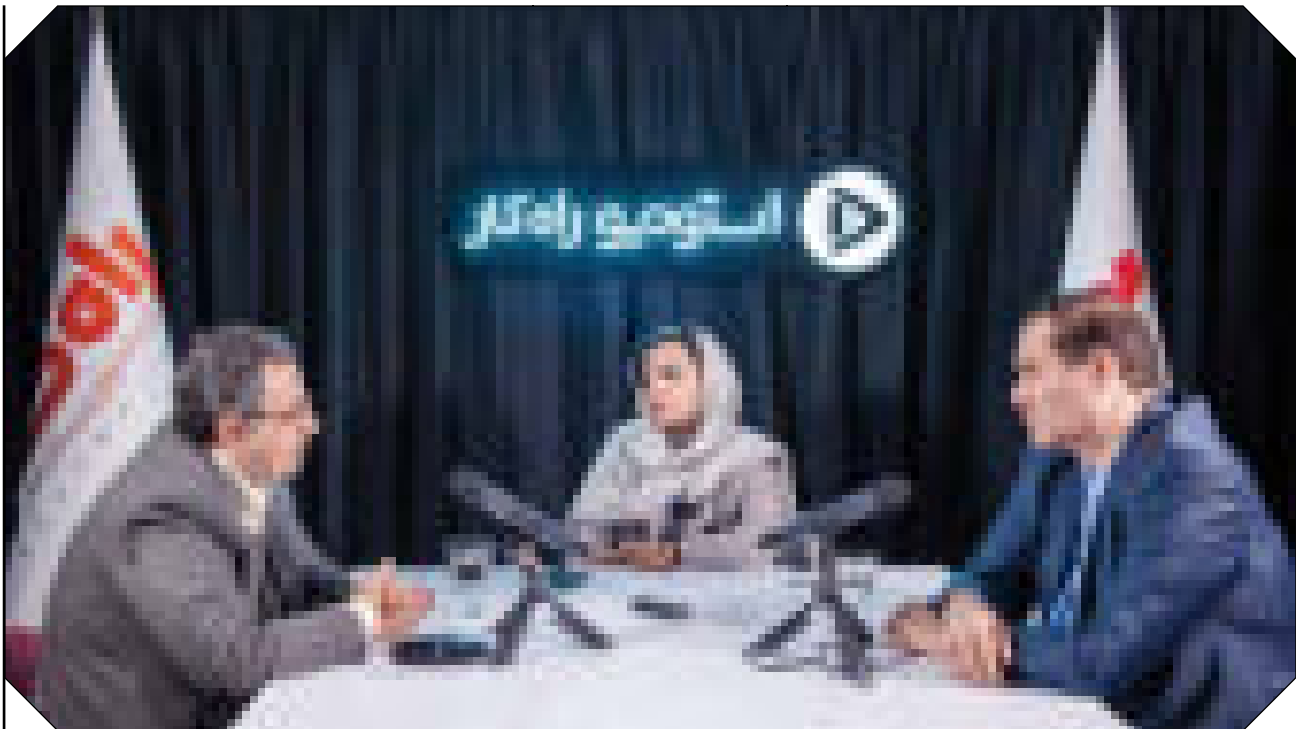
آرانی: دو مؤلفه مدیریتی که شاکله خدمات بانکی را تشکیل می دهند عبارتند از مسئولیت پذیری و

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



ریسک‌پذیری. ما در اقتصاد شانزده نوع ریسک داریم؛ پرهزینه‌ترین آنها ریسک نکردن است؛ پس ریسک کردن اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد؛ به‌ویژه هنگامی که با تحول همراه باشید. تحول، یک تغییر اختیاری است. شما انتخاب می‌کنید که تغییری در سازمان به وجود آورید. اگر خودمان هم نخواسته باشیم؛ مشتریان ما که در کشورهای دیگر اسمشان را سلطان یا امپراتور یا شاه می‌گذارند، ولی ما به آنها ولی نعمت یا شرکای استراتژیک می‌گوییم، انتظاراتی از ما دارند که ما را مجبور به همگامی با تکنولوژی می‌کند. استفاده از هر تکنولوژی نیازمند آزمون و خطا، تطبیق، بومی‌سازی، افزایش مقیاس، مهاجرت و... خواهد بود. تمام این ملاحظات، ما را مکلف به ورود به عرصه سرمایه‌گذاری خطرپذیر می‌کند.

در هلدینگ به‌پویان هوشمند امید، سهامدار عمده یعنی بانک سپه، کارهایی به ما محول کرده که در پنج دسته اصلی قرار می‌گیرند: راهبری سامانه‌های جامع؛ پشتیبانی سامانه‌ها و دستگاه‌های شعب؛ امور نرم‌افزاری و اپ‌ها؛ مسائل پرداخت که PSP ما انجام می‌دهد؛ و نهایتاً مرکز نوآوری و بانکداری باز. مرکز نوآوری و بانکداری باز که اکنون در «شرکت امید بوم» است اتفاقاً با تعامل معاونت فناوری ریاست جمهوری و سایر سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها، چند پروژه را آغاز کرده است. اکنون در «کارخانه هوشمند شرکت امید» تعدادی از نخبگان کشور دور هم جمع شده‌اند تا چند طرح بسیار خوب را در حوزه معدن، رسانه‌های اجتماعی، آموزش و مرکز آکادمی و... پیش ببرند. تمام این فعالیت‌ها با احتمال خطر همراه است، اما هرکجا بعد از بررسی طرح‌ها وارد سرمایه‌گذاری باریسک منطقی شویم، به نتیجه مطلوب می‌رسیم.

من به‌عنوان یک کهنه‌سرباز نظام بانکی معتقدم سرمایه‌گذاری خطرپذیر اجتناب‌ناپذیر است؛ و چه نهادی بهتر از نظام بانکی؟ همان‌طور که آقای نوری اشاره کرد، نظام بانکی جلوتر از بسیاری از سازمان‌ها و نهادها با تکنولوژی عجین می‌شود؛ زیرا بروز و ظهور پرسرعت

تحولات اقتصادی با فناوری همراه می‌شود و اگر ما همگامی آن فناوری را ایجاد نکنیم محور اقتصاد و تبادول و مدیریت و نظارت پول را از دست می‌دهیم و به بازار سرمایه نزدیک نخواهیم شد.

آقای نوری نقش این هلدینگ‌ها در رفع چالش‌های اقتصاد دیجیتال کشور را چه می‌بینید؟ این هلدینگ‌ها تا چه حد می‌توانند کمک‌کننده باشند؟

نوری: اشاره‌ای به نقش بانک شهر و هلدینگ فناوری ارتباطات آن در یک موضوع کلان کشور می‌کنم و سپس به سؤال شما پاسخ می‌دهم. می‌دانید که بانک شهر، یک بانک نهادی و تخصصی شهرداری است که سهامداران عمده آن، شهرداری‌های کلان‌شهرها، از جمله شهرداری تهران هستند.

یکی از مأموریت‌های بانک شهر و به تبع آن هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر، ایفای نقش به‌عنوان بازوی فناوری اطلاعات شهرداری‌ها در حوزه تحول دیجیتال است. بانک شهر متولی ایجاد زیرساخت‌های پرداخت‌های خرد شهری است تا مردم در تمام شهرها بتوانند خدمات بهتری بگیرند. این تحول دیجیتال باید در حوزه‌های شهری نیز رخ دهد. این کار در خیلی از کلان‌شهرها در حوزه حمل‌ونقل شهری شروع شده و خیلی از کلان‌شهرها، پرداخت‌های خرد شهری را به اجرا گذاشته‌اند. در شهرداری تهران نیز زیرساخت پرداخت خرد بانک شهر فعال است. اپلیکیشن جدید شهرداری تهران با نام «شهرزاد» روی زیرساخت پرداخت بانک شهر فعال شده است و برنامه‌های مفصلی در شهرداری تهران در این زمینه وجود دارد. اکنون به سؤال شما برمی‌گردم. همان‌طور که آقای آرنی اشاره کرد، اقتصاد کشور ما اتکالی زیادی به بانک‌ها دارد؛ هم به‌عنوان نهادهای مالی ساختار یافته و هم به‌عنوان نهادهایی با ظرفیت بالا برای سرمایه‌گذاری در عرصه‌های گوناگون! از یک جنبه دیگر نیز می‌توان به قضیه سرمایه‌گذاری خطرپذیر نگریست. اوایل دوران انقلاب، عمده سرمایه‌گذاری‌های

کشور در حوزه‌های سرمایه‌محور و صنعتی بود که سرمایه‌گذاری بسیار کلان می‌طلبید. در بعضی مقاطع، این صنایع به سودآوری خوبی رسیدند یا شاید اکنون هم سودآور باشند، ولی اینها پیشران تحول کشور نشدند؛ چه از جنبه اقتصادی، چه صنعتی و چه اجتماعی! برای مثال، سرمایه‌گذاری‌های کلانی در حوزه سیمان افتاده؛ در حالی که در خیلی از کشورهای پیشرفته، تأسیس یا حتی نگهداری کارخانه سیمان را، به دلیل ایجاد آلودگی زیاد، ممنوع کرده‌اند. مادر همه استان‌های کشور کارخانه سیمان داریم؛ در بعضی استان‌ها چندین کارخانه سیمان فعال است؛ در بعضی جاها تعدادشان در یک استان به بیش از انگشتان دست می‌رسد.

آرانی: دقیقاً، شانزده تا از این کارخانه‌ها را بانک سپه سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کرده است.

نوری: بله، همه بانک‌ها و خیلی از مجموعه‌های غیربانکی کارخانه سیمان دارند. بسیاری از صنایع سیمان کشور، با یارانه دولتی زنده‌اند؛ اینها صنایع زیان‌ده هستند. نکته مهم دیگر اینکه کارخانه‌های سیمان به لحاظ اجتماعی نیز نقش مؤثری در اشتغال‌زایی ندارند. من سابقه محدودی در حوزه سیمان دارم. یک مجموعه یک میلیون تنی سیمان، حدود ۱۷۵۰۰ الی ۲۰۰۰۰ میلیارد سرمایه‌گذاری لازم دارد. بخش عمده‌ای از سرمایه‌گذاری‌های کشور مادر حوزه پتروشیمی بوده؛ در حالی که اکنون از لحاظ خوراک و خیلی زیرساخت‌های دیگر به مشکل خورده‌اند.

در همین سال‌های اخیر، چند پتروشیمی با سرمایه‌گذاری دو، سه میلیارد دلاری شکل گرفته‌اند. ببینید که با دو میلیارد دلار چه تحولی می‌شود در حوزه الکترونیک و فناوری اطلاعات ایجاد کرد. من به یکی از دوستان گفتم: «شما با دو میلیارد دلار، یک پتروشیمی زده‌اید که الان فعالیت نمی‌کند؛ با این پول می‌توان یک شهر دیجیتال راه‌اندازی کرد. تصور کنید که در اینجا چقدر اشتغال ایجاد می‌شود و چه اندازه در زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی کشور مؤثر خواهد بود.» اگر مجموعه‌های بانکی ترغیب شوند که به جای تمام سرمایه‌گذاری‌هایی که در حوزه‌های مختلف انجام می‌دهند (گرچه که همه آنها محترم‌اند) نگاهی به کشورهای پیشرفته بیندازند؛ متوجه می‌شوند که عمده سرمایه‌گذاری نهادهای مالی آنجا در حوزه فناوری اطلاعات و دنیای دیجیتال اتفاق می‌افتد. به نظر من بخش عمده مسئولیت ترغیب نهادهای مالی کشور به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فناوری اطلاعات، برعهده همین هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها است که با عملکرد خوب و کارهای فناورانه‌ای که انجام می‌دهند فضای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری را به این سمت سوق دهند.

هلدینگ‌های فناوری اطلاعات چطور می‌توانند نهادهای مالی را ترغیب کنند که در حوزه فناوری اطلاعات سرمایه‌گذاری انجام دهند؟

نوری: به هر حال، بانک یک نهاد مالی است و ایجاد و توسعه ظرفیت‌های مالی برایش اهمیت دارد؛ حتماً دو دوتا چهارتای اقتصادی انجام می‌دهد تا به سمت سرمایه‌گذاری برود. قطعاً ما هم با همین نگاه در مقطعی در صنایع پتروشیمی و ساختمان و جاهای دیگر سرمایه‌گذاری کرده‌ایم. موضوعی که برای مجموعه فناوری اطلاعات

اهمیت دارد این است که کمک کنیم اقتصاد فناوری اطلاعات، متکی به خود باشد و به قول آقای آرانی براساس ظرفیت‌های خودش توسعه یابد.

در سؤال اول پرسیدید که شرایط هلدینگ‌های فناوری اطلاعات و سودآوری آنها به لحاظ اقتصادی چگونه است. اسم نمی‌آورم، ولی در میان همین هلدینگ‌های اطلاعات و به خصوص در گروه اول، مجموعه‌هایی هستند که علاوه بر سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با نقش مأموریتی خود و ایجاد ظرفیت و زیرساخت لازم، توانسته‌اند ارزش آفرین باشند. در کنار آنها خیلی از شرکت‌های فناوری اطلاعات بانکی هم در بورس عرضه شده‌اند و ارزش آفرین‌اند. همین الان شرکت‌هایی در زیرمجموعه بانکی داریم که ارزششان در بازار سرمایه، از خود بانک بیشتر شده است. این نشان می‌دهد که اقتصاد فناوری اطلاعات تا چه حد می‌تواند ظرفیت سرمایه‌گذاری داشته باشد و چه اندازه می‌تواند برای بانک زیرساخت‌های سرمایه‌گذاری فراهم آورد.



نوری: به نظر من بخش عمده مسئولیت ترغیب نهادهای مالی کشور به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فناوری اطلاعات، برعهده همین هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها است که با عملکرد خوب و کارهای فناورانه‌ای که انجام می‌دهند فضای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری را به این سمت سوق دهند

آقای آرانی در راستای صحبت‌های آقای نوری درباره این موضع که بانک‌ها باید به سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات ترغیب شوند، آیا این مسئله نیاز به تغییر تفکر مدیران دارد؟ چنین فرهنگ‌سازی تاکنون در چه سطحی شکل گرفته است؟ ما چقدر نیاز داریم که این تغییر تفکر به وجود آید؟

آرانی: این تفکر، عملاً از مشتری به صف، از صف به ستاد و از ستاد به کارشناسان و از کارشناسان به مدیران تسری یافته است. جای تأسف است که در این مقوله، رهبران، تأییدکننده‌های نهایی بوده‌اند؛ در حالی که استارت از پایین زده می‌شود. مدام بر این نکته تأکید می‌شود که هلدینگ‌های فناوری اطلاعات یک نهاد خلق ارزش و بازوی توانای فنی بانک‌ها هستند.

من که دائم از مشتری دم می‌زنم، می‌دانم که دیتای مشتری در اختیار ما به امانت گذاشته می‌شود. دیتای مشتری یعنی توانایی‌های او، ترجیحات رفتاری‌اش، بازارهای هدفش و تمایلات و سلیقه‌ی که به سایر صنعت‌ها دارد. این سرمایه، یک پلتفرم هم است که سایر بازیگران می‌توانند از آن بهره ببرند؛ مثلاً برای ایش اپلیکیشن (مانند آپ، بله و...) بنویسند و کاربری‌های رابط ایجاد کنند تا دنباله صنعت بانکداری با هدف فراگیری مالی باشد. همین اتفاق هم دارد می‌افتد.

همه‌می‌دانیم که تمام صنایع محتاج نظام بانکی هستند. تا قبل از این تحول دیجیتال، همه صنایع فقط تسهیلات می‌گرفتند، خودشان تولید می‌کردند و با مشکلات متعددی در نظام توزیع، تأمین سرمایه، تأمین مواد اولیه، نبود ماشین‌آلات، مارکتینگ و... مواجه می‌شدند. تحولی ایجاد شده که در این سال‌ها دارد اوج می‌گیرد و تمام نظام بانکی را تحت تأثیر قرار داده؛ اینکه فصل مشترکی بین صنایع و بازیگران جدید پیدا می‌شود تا مدل تخصیص تسهیلات بانکی تغییر یابد.

ما تا به حال سرمایه را به تولیدکننده می‌دادیم و تولیدکننده خیلی وقت‌ها نمی‌توانست پولمان را پس بدهد. اکنون با خلق زنجیره ارزش در حوزه تسهیلات می‌توانیم منابع تسهیلات خود را بین بازیگران





مالی، کارشناسان و متخصصان فناوری اطلاعات و تولیدکنندگان تقسیم کنیم؛ یعنی یک رابطه و زنجیره ارزش به وجود آوریم که همه آنها فعال شوند؛ اشتغال به وجود آید؛ متخصصان انگیزه پیدا کنند؛ بانک از حیث عدم وصول مطالبات و نکول قراردادها کمتر آسیب ببیند؛ تولیدکننده نگرانی بابت تأمین مالی نداشته باشد و در اقتصاد کلان نیز به مدیریت نقدینگی و تورم کمک کنیم.

وقتی انحراف از تسهیلات را در بخش‌های هدف کاهش می‌دهید، نرخ مطالبات معوق را کم می‌کنید؛ تأمین و پشتیبانی تولید را کاهش می‌دهید؛ غصه تولید را تبدیل به قصه تولید می‌کنید. در نتیجه اشتغال افزایش می‌یابد؛ ضریب افزونی پول و تورم و نقدینگی رو به کاهش می‌رود و نیازی نیست که پایه پولی به طور مکرر بالا برود. این موضوع به شکل فرایندی به اقتصاد کشور کمک می‌کند؛ یکی از نهادهای آن می‌تواند هلدینگ‌ها و شرکت‌های تابعه آن در مأموریت‌هایی باشند که تاکنون با چنین تفکیکی اتفاق نمی‌افتاد. بله، شاید بعضی جاها این فعالیت‌ها با آزمون و خطا همراه باشد، ولی ارزش دارد! وقتی با دید کلی و از بالا، از موضع رگولاتور یا نظام‌های نظارتی، به سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات نگاه کنیم درمی‌یابیم که آثار و برکات آن بیشتر از هزینه‌هایش است. ما بانک‌های قدیمی به همکارانمان در تمام بانک‌ها توصیه می‌کنیم که به موضوع فناوری نزدیک شوند و به آن اطمینان داشته باشند. رهبران و مدیران محترم بانک‌ها، باید نفوذ متخصصان حوزه فناوری اطلاعات در هیئت‌مدیره و در لایه‌های بالای تصمیم‌گیری را افزایش دهند تا با اطمینان و پشتیبانی بیشتر و هارمونی بیشتر بین خدمات و تسهیلات، برای رسیدن به انتظارات مشتری با هم به شکل منسجم عمل کنند.

آقای نوری لطفاً از سال ۱۴۰۲ برایمان بگویید. به طور کلی، طی یک سال گذشته، مهم‌ترین چالش‌هایی که هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها با آن درگیر بوده‌اند، چه مواردی بود؟ آیا این چالش‌ها کمتر شده‌اند؟
نوری: چالش‌هایی را که هلدینگ‌ها و شرکت‌های فناوری اطلاعات با آن مواجه‌اند در چهار گروه تقسیم‌بندی می‌کنم و برخی را توضیح می‌دهم. ما چندین چالش کلان در هلدینگ‌ها داریم که شامل موضوعاتی از قبیل ضعف سرمایه‌گذاری، شفاف نبودن میزان نقش مأموریتی و نقش سرمایه‌گذاری ما، مشکل افزایش سرمایه و... می‌شود. در این میان چالش‌های مربوط به رگولاتوری نیز برایمان پیش می‌آید. در سال ۱۴۰۲ چند دستورالعمل جدید درباره نئوبانک‌ها و لندتک‌ها ابلاغ شد که هرکدام چالش‌هایی را به وجود آورد. فرضاً یکی از شرکت‌های ما در یک حوزه سرمایه‌گذاری می‌کند و دارد توسعه می‌دهد، ولی ناگهان با دستورالعمل جدید، خیلی از فرایندها و سرمایه‌گذاری‌هایش به بحران می‌خورد یا به سمت مسیری متفاوت می‌رود.

هلدینگ‌های ما چالش‌های سازماندهی نیز دارند. مهم‌ترین دغدغه سازماندهی ما مرتبط با نیروی انسانی است. این مسئله برایمان خیلی جدی شده است.

مجموعه شرکت‌های فناوری اطلاعات، همگی از نوع دانش‌بنیان هستند و ابزار و منابع توسعه آنها فقط نیروی انسانی است و چیز دیگری در اختیار ندارند. «رصدخانه مهاجرت» در سال ۱۴۰۱ نظرسنجی از ۸۶۰۰ نفر انجام داده و علت مهاجرت آنها را پرسیده و پنج عامل اول را فهرست کرده؛ هیچ‌کدام از این پنج عامل در سطح بنگاه نیست. بنابراین موضوع مهاجرت را در سطح شرکت و بنگاه و بانک نمی‌توان حل کرد؛ مهاجرت دلایل دیگری دارد که به عوامل اقتصادی و سیاسی و... برمی‌گردد. ما عملاً در سطح بنگاه نمی‌توانیم برای جلوگیری از مهاجرت کاری بکنیم... بهتر بگوییم، کار جدی نمی‌توانیم بکنیم. در دنیا ۷ درصد از کسانی که مهاجرت می‌کنند، دوباره برمی‌گردند و مهاجرت معکوس اتفاق می‌افتد؛ این عدد در میان ایرانیانی که مهاجرت کرده‌اند ۱ درصد است؛ ما کسی را که مهاجرت می‌کند برای همیشه از دست می‌دهیم؛ او هیچ‌گاه بر نمی‌گردد. پس مسئله نیروی انسانی برای همه ما یک چالش اصلی خواهد بود. مسائل رگولاتوری تا حد زیادی قابل حل است؛ بالاخره با قدری سختی می‌توان به راهکارهایی رسید.

موضوع مهم دیگر این است که خواسته یا ناخواسته، مسائل مربوط به بانک، به هلدینگ‌های فناوری اطلاعات تسری می‌یابد. اگر بانک به لحاظ شاخص‌های مالی و بانکی وضعیت مناسبی نداشته باشد، همین چالش‌ها در مجموعه‌های فناوری اطلاعات نیز نمود می‌یابد. این مسئله کاملاً واضح و نمایان است. بسیاری از مجموعه‌های فناوری اطلاعات با مشکلاتی از قبیل دشواری افزایش سرمایه مواجه‌اند. بانک باید کفایت سرمایه لازم را داشته باشد تا بتواند افزایش سرمایه را رقم بزند و این برای بسیاری از مجموعه‌ها مشکل‌آفرین است.

علاوه‌بر این موارد، در خیلی از هلدینگ‌های فناوری اطلاعات، به دلایل متعددی که برخی از آنها را بیان کردم، با تغییرات ناخواسته در استراتژی‌های هلدینگ مواجه می‌شویم؛ مثلاً یک هلدینگ به سمت وسوی خاصی می‌رود یا تغییری در اعضای هیئت‌مدیره اتفاق می‌افتد که مسیر را کاملاً تغییر می‌دهد. این مسئله می‌تواند بسیاری از فضاهای سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار و توسعه فنی را با چالش مواجه کند.

مسئله جدی دیگر این است که نقش هلدینگ‌های فناوری اطلاعات به عنوان بازوی تحول دیجیتال، با نقش سرمایه‌گذاری بعضاً خلط می‌شود. موضوع دیگری که

مهرتراکتس

میزگرد

۹۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



مشکل در خیلی از وزارتخانه‌ها و نهادها مشهود است. با عوض شدن یک فرد، تمام دید و نگرش آن سازمان عوض می‌شود. این یک آفت بزرگ است؛ خسارت‌های کمتری از مهاجرت نیروها نخواهد بود.

به نظر من توجه به امنیت شغلی، حمایت و گزینش افراد در فرایند استخدام، ارتقای فردی و توجه به موضوع آموزش می‌تواند باعث حفظ نیروها شود. حضور مدیران و داشتن حاکمیت لایق فناوری اطلاعات در لایه‌های تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی انگیزه‌ساز خواهد بود. در کشور ما، تعداد عناصر نظارتی کم نیست. گاهی دو دستور متضاد را از دو نهاد نظارتی دریافت می‌کنیم؛ یکی از آنها ما را از پاسخ‌گویی به دیگری نهی می‌کند. این مسائل، وقت و انرژی ما را می‌گیرد.

شاید گفتن اعداد درست نباشد؛ ولی تعداد دستگاه‌های نظارتی ما بیش از تعداد وزرا است. عمده این دستگاه‌ها سؤالات تکراری می‌پرسند. ما برای یک کار به چند جا باید پاسخ‌گو باشیم؛ یک کار انجام می‌گیرد و باید به چندین جا پاسخ‌گو باشیم. اینها نشان می‌دهد که در فرایندها و کارهای مدیریتی، دچار ضعفیم؛ باید تجدیدنظر کنیم. نیروهای مستعد در کشور زیادند، ولی وجود استعداد کافی نیست؛ استعداد نیاز به حمایت و آموزش و معیشت دارد. به نظر من، هسته اصلی نگهداری نیروهای انسانی کشور بهبود فضای کار، فضای نوآوری و پرورش استعدادها است. اگر ثبات مدیریتی و همین‌طور رگولاتورها و دستگاه‌های نظارتی و تصمیم‌سازهایی داشته باشیم که آیین‌نامه‌های خوب و مترقی را با ضوابطی جامع فراهم کنند، می‌توانیم سال بسیار خوبی را در پیش رو داشته باشیم.

یکی از چالش‌هایی که مطرح کردید این بود که هلدینگ‌ها را به جای بازوی فناوری اطلاعات بانک‌ها، به اشتباه، سرمایه‌گذار تلقی می‌کنند. این موضوع را قدری توضیح دهید.

نوری: مجموعه‌های فناوری اطلاعات، نقش نوآوری و پیش‌ران تحول دیجیتال را دارند؛ ولی بعضی هلدینگ‌های فناوری اطلاعات وارد سرمایه‌گذاری‌هایی می‌شوند که ارتباط چندانی با مسئولیت اصلی‌شان ندارد؛ مثلاً بر اثر ملاحظات حاکمیتی یا دستوری، به سمت سرمایه‌گذاری‌هایی می‌روند که مرتبط با نقش هلدینگ به‌عنوان پیش‌ران تحول دیجیتال نیست. همین قضیه باعث زمین‌گیر شدن و ایجاد چالش است. این مسئله باید شفاف شود که هلدینگ فناوری اطلاعات به سمت کدام سرمایه‌گذاری‌ها برود. سرمایه‌گذاری ما باید با همان نگاهی که گفتم باشد: ۱. به فرایند تحول دوگانه جامه عمل بپوشاند و ۲. به‌عنوان بازوی سهامدار یا بانک در حوزه تحول دیجیتال عمل کند. هر اقدام دیگری، خارج از این دو مسئولیت، ما را از وظیفه و نقش اصلی‌مان دور می‌کند.

آقای آرنی به‌عنوان مدیرعامل یکی از هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها، سال ۱۴۰۲ را برای این هلدینگ‌ها در کشور چطور می‌بینید؟
آرنی: ۱۴۰۲ سال گذار از برخی زخم‌های کهنه بود

اخیراً در کمیسیون بانکداری دیجیتال نیز به آن توجه کرده‌ایم ضعف هم‌افزایی بین هلدینگ‌های اطلاعات است. خوشبختانه در این راستا کارهای خوبی شروع شده؛ مثلاً در زمینه آموزش نیروی انسانی اقدامات یکپارچه و همسویی بین مجموعه‌ها شروع شده و در حوزه زیرساخت، کارگروه تشکیل شده؛ در زمینه نیروی انسانی نیز کارگروه خاص خودش شکل گرفته است. در حوزه قوانین و مقررات، کارگروهی به وجود آمده تا به‌صورت یکپارچه ببینیم در حوزه رگولاتوری چه کارهایی می‌شود انجام داد. در زمینه نوآوری و سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری مشترک در هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها مشهود است. ما در کمیسیون بانکداری دیجیتال در تلاشیم در حوزه سرمایه‌گذاری خطرپذیر نیز کار مشترک انجام دهیم. به این ترتیب بعضی از چالش‌هایی که بیان شد، در حال تعدیل یافتن است.

آقای آرنی به نظر شما در سال ۱۴۰۲ هلدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها با چه چالش‌هایی به‌جز جذب و نگهداشت نیروی انسانی مواجه خواهند بود؟ چون این چالش قطعاً در سال بعد نیز وجود خواهد داشت.

آرنی: نیروهای انسانی بزرگ‌ترین سرمایه کشور هستند. مهاجرت این نیروها اجتناب‌ناپذیر است؛ امیدواریم که ضریب برگشت آنها رو به افزایش برود. این مسئله نیاز به مشوق‌هایی دارد. همان‌طور که گفتید، نگهداشت آنهایی که مانده‌اند، مستلزم تأمین معیشت و ایجاد انگیزه‌های معنوی و تعلق سازمانی و احترام خواهد بود. برای آنها نوآوری اهمیت زیادی دارد. در ادبیات علوم رفتاری، تعریف خلاقیت و نوآوری چنین است: «افراد خلاق کسانی هستند که به کارشان عشق و علاقه دارند.» خلاقیت ناشی از عشق به کار است. ما باید شرایطی را فراهم آوریم که همکارانمان، کارشان را دوست داشته باشند و حتی خانواده‌هایشان نسبت به آن کار احساس تعلق نشان دهند.

ثبات مدیریت در نظام کشور باید در اولویت باشد. گاهی یک مدیر کشور یک سند بالادستی فاخر را در مقطعی مشخص با کمک هزاران نفر / ساعت گردآوری و تدوین می‌کند و به تصویب می‌رساند تا به عرصه اجرا بیاورد؛ بعد از مدتی هم به فاز بلوغ می‌رسد و در مسیر تکامل قرار می‌گیرد، ولی ناگهان یک تغییر مدیریتی، کل آن سند را به محاق می‌فرستد. مدیران بعدی هم چون بی‌ثباتی و فقر نگاه سازمانی را می‌بینند به دنبال کارهای بنیادی نمی‌روند. این

و مواجهه با موانع جدید! در عرصه تحول، بعضی جاها رگولاتور مانع می شود یا برایمان آن قدر مشق تعیین می کند که بخش عمده انرژی ما صرف تکمیل سامانه های مورد انتظار آنها می شود و از اهدافمان دور می مانیم. بخشی از این کارها طبیعی است، ولی اگر می خواهیم به سمت توسعه برویم چنین شرایطی معقول نیست. در حوزه فناوری اطلاعات باید در لبه تکنولوژی، به دنبال تکامل هوشمندانه باشیم. تکامل هوشمندانه در نظام بانکی، ضرورت امروز برای تغییر در مدل کسب و کار و فرایندها و توجه به سفر مشتری است. ما مأموریت هایی را که بهمان محول می شود با هر جبر و زوری که باشد پیش می بریم، ولی چندان رضایت نداریم، زیرا در پی فرصتی برای عرض اندام در عرصه صنعت و ایجاد فصل مشترک با دیگر صنایع در جهت انجام کارهای بزرگ هستیم. هیچ صنعتی نیست که نیاز و تمایل به سمت خدمات بانکی نداشته باشد.

بخشی از کارهای ما می تواند برای کشور ثروت آفرین شود و خلق ارزش ملی کند. گاهی در نظام بانکی موازی کاری صورت می گیرد؛ برخی سخت افزارها و نرم افزارها و شبکه های متعدد و دیتاسنترهایی را با هزینه های گزاف شکل می دهیم فقط به این دلیل که هیچ مدل همکاری و مشارکتی در کار نیست. قراردادهای ما نباید فقط win-win بلکه باید all-win باشد و از موازی کاری در کشور جلوگیری کند. ما نیازمند کمک متولیان امر هستیم. این قدر که ما درباره انحراف از سقف پرداخت حقوق و مزایای معیشتی به کارکنان مورد سؤال قرار می گیریم، درباره سرمایه گذاری در شرکت های دانش بنیان و همراه کردن بازیگران پرنرژی و کم تجربه مورد سؤال نیستیم. ما در نظام بانکی، پر از تجربه ایم، پر از داده هایی هستیم که با استفاده از تکنولوژی و یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی می توان برای آنها مدل سازی کرد و در کشور باعث نشاط و انبساط و روایی کسب و کار شد. دغدغه های امنیت را هر ساعت و هر روز و هر هفته لمس می کنیم و دغدغه ۷×۲۴ ما به شمار می رود. تمام این دغدغه ها نیاز به نیرو و هزینه و سرمایه گذاری دارد؛ برای هر کدامش باید روزها و ماه ها اندیشه کنیم. عیب ما نسبت به کشورهایی مثل ژاپن، که معروف است دوبرابر کارهای اجرایی، تفکر و مطالعه انجام می دهند، این است که به وحدت نظر و ثبات نظر نمی رسیم. آنها آزمون و خطا می کنند، مانور می دهند و قبل از اینکه خیلی از مسائل را به محیط واقعی بیاورند، به سمت همگرایی و هم آگاهی و همدلی می روند تا مسائل برطرف شود.

آقای نوری ما از عملکرد و چالش های هلدینگ های فناوری اطلاعات بانک های کشور صحبت کردیم. به نظر تان سال ۱۴۰۳ برای این هلدینگ ها چطور خواهد بود؟

نوری: به نظرم مسیر رشد و توسعه تحول دیجیتال در کشور، اتفاق های خوبی را پیش رو دارد. همان طور که آقای آرانی اشاره کردند، با وجود تمام مشکلات، بانک مرکزی به دنبال نگاه برنامه گرا است. آقای دکتر محرمیان در همایش بانکداری الکترونیک و نظام های پرداخت برای اولین بار یک نقشه راه ارائه داد که متوجه شدیم به کجا می خواهد برود و این کاری بسیار جدید و خوب در



آرانی: گاهی در نظام بانکی موازی کاری صورت می گیرد؛ برخی سخت افزارها و نرم افزارها و شبکه های متعدد و دیتاسنترهایی را با هزینه های گزاف شکل می دهیم فقط به این دلیل که هیچ مدل همکاری و مشارکتی در کار نیست. قراردادهای ما نباید فقط win-win بلکه باید all-win باشد و از موازی کاری در کشور جلوگیری کند. ما نیازمند کمک متولیان امر هستیم

بانک مرکزی بود و جای امیدواری دارد. به نظر من فضای بانکی کشور همین طور است. امیدواریم در سال ۱۴۰۳ در هلدینگ های فناوری اطلاعات با وجود تمام محدودیت های اقتصادی و سیاسی، فضای خوبی را پیش رو داشته باشیم. من خوش بین هستم.

آقای آرانی اگر صحبتی باقی مانده لطفاً به عنوان جمع بندی بفرمایید.

آرانی: من امیدوارم که از آموخته های قبلی مان درس بگیریم و صبور باشیم، در مواجهه با کسانی که از این قافله و از این نوع تفکر تحول گرا عقب اند تحمل عقلایی داشته باشیم. به جوان ها باید فرصت اشتباه کردن بدهیم. شاید یکی از دلایل سیل مهاجرت این باشد که ما پدرها روابط خوبی با فرزندانمان برقرار نکرده ایم؛ ما، هم پدر سازمان هستیم و هم پدر خانواده! شاید در کسوت شاگردی و استادی نیز لازم باشد روابط منسجم تری با جوانان برقرار کنیم.

عده ای فضای جامعه را مخدوش می کنند در حالی که فرصت های خوبی وجود دارد. به قول شاعر همشهری ما: «از چه دلنگ شویم، دلخوشی ها کم نیست.» فرصت ها را می توان با نگاهی دیگر نگر نیست. نگرش خیلی مهم است. نگرش یا قضاوت های از پیش تعیین شده، توسط کسانی که مشخص است در عمق وجودشان کشور را دوست ندارند باعث نارضایتی می شود. کشور ما بسیار غنی است؛ طبیعت خوب، انرژی فراوان، نیروهای جوان و افراد با انگیزه دارد؛ استادان و مدیران خیرخواه کم نیستند، ولی باید بتوانیم همدیگر را بیشتر تحمل کنیم. من هم موافقم که سال آینده با زیرساخت هایی که ایجاد شده و سرمایه گذاری هایی که اتفاق افتاده و گذارهایی که رخ داده، افق های بزرگ تری را پیش رو داریم. من هم موافقم که سال آینده بهتر از امسال خواهد بود.

ما در این پروژه ادغام و کرنکنینگ که برای یک بانک بزرگ مقیاس، مثل سپه شکل دادیم، فرازونشیب های فراوانی را پشت سر گذاشتیم؛ هم کر داشتیم، هم کرونا! هم سیل داشتیم، هم آشوب، هم زلزله داشتیم هم تحریم! بدین ترتیب، حالا ریزه شده ایم؛ با عبور از شرایط گل آلود می توانیم به ساحل آرام برسیم. قدر همدیگر را باید بدانیم. این خیلی مهم است. تأکید می کنم که نظام بانکی، در آمایش اقتصادی و کسب و کار کشور و ایجاد نشاط، نقش بسیار مؤثری دارد؛ به شرطی که رهبران هوشمند، با آشنایی کامل، با موضوعات روز جهانی همگام شوند. در این صورت کمک زیادی به کشور عزیزمان خواهیم کرد.

آقای نوری، جمع بندی شمارا نیز می شنویم.

نوری: سال های ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ موضوعات متعددی را در کشور داشتیم؛ اعم از افزایش نرخ ارز، جدی شدن تحریم ها، بحران های کلان سیاسی و اقتصادی و... به نظر من اکنون کشور به ثبات و آرامش نسبی رسیده و موفقیت هایی هم در حوزه های مختلف به دست آمده است. امیدوارم از فضاهای بحرانی اجتماعی و سیاسی عبور کنیم و سال ۱۴۰۳ بسیار پر نشاط باشد تا بر توسعه زیرساخت های کشور متمرکز شویم. کشور ما به هیچ چیزی بیش از همدلی، وفات و آرامش احتیاج ندارد. من خوشبین هستم که ان شاء الله سال آینده، سال بسیار خوبی خواهد بود. ◆

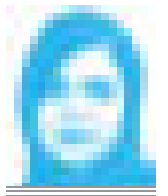
مهرتراکتس



۹۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



مهسانجاتی

عضو هیئت مدیره



۹۴

ASAFETAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

در میزگرد «دارایی های دیجیتال» اتفاق های مهم اکوسیستم رمزارز کشور
در یک سال گذشته بررسی شد

رفتارهای غلط حاکمیت وبه بن بست رسیدن رگولاتوری

به ترتیب از راست به چپ:
احسان مطلبی
محمد یعقوبی
حمیدرضا طهماسبی
عباس آشتیانی



عمر تراکتس

میزگرد

۹۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

با توجه به رشد قابل توجه حوزه رمزارز در کشور در ابعاد گوناگون، سال گذشته را می‌توان سالی پر از فرازونشیب برای این بازار تعریف کرد. شاید بتوان گفت حاکمیت هم در سال گذشته، حوزه رمزارز و دارایی‌های دیجیتال را بیش از پیش مورد توجه قرار داد و این نیاز حس شد که باید برای رگولاتوری این حوزه اقدامات جدی‌تری انجام دهد. البته رگولاتوری، تنها موضوع مطرح این حوزه در سال گذشته نبود، پس برای اینکه به بررسی وضعیت حوزه رمزارزها و یک قدم فراتر از آن، صنعت دارایی‌های دیجیتال در سال گذشته و چشم‌انداز سال آینده آن بپردازیم، میزگردی را با حضور فعالان این اکوسیستم برگزار کردیم و به موضوعات گوناگونی از جمله وضعیت رگولاتوری حوزه بلاکچین و رمزارز در ایران، چالش‌های صرافی‌ها در سال گذشته، کلاهبرداری در حوزه رمزارزها، بحث اثبات ذخایر صرافی‌ها و غیره پرداختیم. این میزگرد، با حضور احسان مطلبی، مدیرعامل صرافی سرمایه‌یکس؛ محمد یعقوبی، مدیرعامل یوبیتکس؛ حمیدرضا طهماسبی، مدیرعامل پنتا و عباس آشتیانی، عضو هیئت‌مدیره انجمن بلاکچین ایران برگزار شد. به عقیده این فعالان، اکنون امیدواری‌هایی از سمت حاکمیت ایجاد شده و بعضی اسناد رگولاتوری شکل گرفته‌اند. به گفته آنها، با توجه به جدول زمان‌بندی که بانک مرکزی داده و تصویری که در کارگروه ساماندهی به دبیری بانک مرکزی، ترسیم شده، در سال جدید متوجه خواهیم شد که این حوزه در کشور به کدام سمت می‌رود و به احتمال زیاد در سال ۱۴۰۳ این اکوسیستم از حالت ابهام بیرون خواهد آمد.





آقای آشتیانی ابتدا از اتفاق‌هایی که در طول یک سال گذشته در حوزه رگولاتوری رمززارها در کشور افتاده، بگوید.

عباس آشتیانی: قرار بود در روندی پیوسته، معاونت اقتصادی ریاست جمهوری، لایحه‌ای را آماده کند و در راستای تنظیم‌گری حوزه‌های رمزنگاری شده به مجلس بفرستد که این لایحه می‌بایست تعاریف ماهیت این موجودیت را در برمی‌گرفت و در هر چهار فراز کامل تدوین می‌شد. تدوین این لایحه را به «معاونت حقوقی» ریاست جمهوری ارجاع دادند و تیمی مشغول بررسی و نگارش شدند. این روند خیلی طول کشید و آذرماه، مجلس اعلام کرد که همان محتوا را در قالب یک طرح ارائه می‌دهد. این یکی از اتفاق‌های مرتبط با تنظیم‌گری در سال جاری بوده است.

دومین اتفاق، مربوط به کارگروه ساماندهی تبادل رمززارها بود. طی ابلاغیه ۲۷ اسفند ۱۳۹۹ مرکز ملی فضای مجازی، این کارگروه ذیل بانک مرکزی و با مشایعت دستگاه‌های مختلف، از جمله سازمان توسعه تجارت الکترونیکی به نمایندگی وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت اقتصاد و پلیس فتا و دستگاه‌های امنیتی و خیلی دیگر از دستگاه‌های همکار و ذی‌ربط شکل گرفته است. یکی از مصوبات آن کارگروه در راستای بند ۳-۳ آن ابلاغیه بود که تنظیم‌گری این حوزه را خارج از نظام مجوزدهی سنتی توصیه می‌کرد. در آنجا روش «خودتنظیم‌گری» به تصویب رسید و یک برنامه اقدام برای آن در نظر گرفتند و قرار شد کسب و کارهای فعال حقوقی در این زمینه ذیل تشکل‌های بخش خصوصی دور هم جمع شوند؛ از جمله نظام صنفی رایانه‌ای کشور، انجمن بلاکچین و انجمن فین‌تک. به این ترتیب، از این پس هر کدام از کسب و کارها از آن سه مرجع رسمی، معرفی‌نامه می‌گیرند و الزاماتی توسط کارشناسان خودشان تدوین و به کارگروه پیشنهاد می‌دهند که در صورت تأیید و تصویب، فعالان ملزم به رعایت الزامات می‌شوند و تشکل‌ها نیز حسن نظارت جهت پیاده‌سازی الزامات را در اختیار دارند. در یک سال گذشته مواضع بانک مرکزی نیز قابل توجه بود؛ قانون بانکداری جدید ابلاغ شد که بنا بر ماده ۵۸ آن، مسئولیت حوزه رمزبول‌ها و پرداخت در حوزه فین‌تک کاملاً برعهده بانک مرکزی قرار گرفت. درباره تعریف رمزبول، اختلاف نظر وجود دارد؛ زیرا در بند «ض» ماده ۱۰ تعریف رمزبول به شکلی عمومی آمده است. قبل از ابلاغ رسمی این قانون و در حین تصویب آن، سند رهنگاشت بانک مرکزی در حوزه فین‌تک را در کنفرانس بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت، ابلاغ کردند. ذیل آن سند، بانک مرکزی، چند برنامه اقدام ارائه داد که یکی از آنها ایجاد یک نهاد واحد تنظیم‌گری در حوزه فین‌تک، ذیل بانک مرکزی بود. این برنامه را تا انتهای سال ۱۴۰۲ پیش‌بینی کرده‌اند. نکته دیگر، تدوین الزامات تبادل در حوزه رمززار است که در برنامه بانک مرکزی قرار گرفت. در آنجا سیاست کلان بانک مرکزی نسبت به این حوزه رمزدارایی اعلام شده که تا قبل از ابلاغ رسمی، این سیاست را «محدودسازی و شفافیت» نامیده بودند، ولی بعد از ابلاغ رسمی تبدیل به «تنظیم‌گری، ساماندهی و شفافیت» شد که رویکرد بهتری به نظر می‌رسد. البته در قیاس با سایر حوزه‌ها، در اینجا هیچ اسمی از «توسعه» نمی‌بینیم و احتمالاً در عمل همان رویکرد محدودسازی پیش گرفته شود.

چشم‌انداز شما برای سال جدید در حوزه رگولاتوری رمزدارایی‌ها چیست؟ آیا ستادی تشکیل خواهد شد یا وزارت اقتصاد یا بانک مرکزی رگولاتور خواهند بود؟ به نظر تان کدام نهاد رگولاتوری این حوزه را برعهده می‌گیرد؟

آشتیانی: بانک مرکزی دغدغه‌هایی ذاتی و ناشی از وظایف اصلی خود دارد. اشتباه حاکمیت

در مخاطب قرار دادن بانک مرکزی، وضعیت را به وجود آورده که الزاماً تقصیر بانک مرکزی نیست. کار بانک مرکزی، ذاتاً به نحوی است که علاقه ندارد این حوزه توسعه یابد یا حتی تبادل آن وجود داشته باشد. در اکثر کشورهای جهان نیز به همین دلیل ماهوی، بانک‌های مرکزی مسئول تنظیم‌گری این حوزه نیستند و صرفاً بر کارکرد ابزار ابراء نشدن این نوع دارایی‌ها تمرکز می‌کنند، ولی در ایران، عدم شناخت صحیح در سال‌های اولیه باعث شد بانک مرکزی مخاطب تنظیم‌گری این حوزه قرار گیرد.

از سوی دیگر، کوتاهی و انفعال سایر دستگاه‌های مسئول، مزید بر علت مشکلات شده است. اسم این دستگاه‌ها را نمی‌توان «ذی‌ربط» یا «ذی‌صلاح» گذاشت، بلکه آنها وظیفه ورود به این حوزه را داشته‌اند. البته خلأ قانونی، بهانه خوبی به دست آنها داد؛ اینکه چنین ماهیت و موجودیت تازه‌ای تعریف قانونی نشده و نمی‌دانند که آیا جزو دارایی می‌گنجد یا پول یا چیز دیگر! به هر حال، جامعه با این پدیده به مثابه یک دارایی رفتار می‌کند. به این ترتیب، اتفاقی توأمان رخ داد؛ هم مسئولیت را گردن بانک مرکزی انداختند و هم وزارت اقتصاد و امور دارایی به عنوان مسئول ذاتی، خودش را از تنظیم‌گری چنین دارایی‌هایی کنار کشید؛ با این بهانه که هنوز تعریف قانونی برای این دارایی‌ها وجود ندارد. همین دو عامل، وضعیت تنظیم‌گری چنین حوزه‌ای را به بن‌بست کشاند و رفتارها را تناقض‌آمیز کرد؛ در کارگروه ساماندهی بانک مرکزی روش خودتنظیم‌گری دنبال می‌شود. بانک مرکزی، در سند رهنگاشت خود، به دنبال یک نهاد واحد و متمرکز برای حوزه فین‌تک می‌گردد. به نظر من آسیب امسال در زمینه رگولاتوری، همین موضوع بود: انفعال وزارت اقتصاد و رفتار دوگانه بانک مرکزی که تا حدودی هم طبیعی بود؛ زیرا مسئولیت را گردنش انداختند و نگرانی‌هایی برای او به وجود آوردند. واحد تخصصی حوزه رمززار در بانک مرکزی شایسته است، ولی فقط برای یکسان‌سازی دیدگاه‌های درون بانک مرکزی، نه اینکه متولی اصلی تنظیم‌گری دارایی‌های رمزنگاری شده باشد. به نظر من در سال آینده از حالت ابهام بیرون می‌آییم. با توجه به جدول زمانی که بانک مرکزی داده و تصویری که در کارگروه ساماندهی به دبیری بانک مرکزی، ترسیم شده بالاخره خواهیم فهمید که این حوزه به کدام سمت می‌رود. فکر نمی‌کنم از مجلس اقدام خاصی سرزند؛ چون تا خرداد یا تیرماه سال آینده هنوز مجلس دوره قبل برقرار است. طرحی که اکنون در مجلس در حال بررسی است در همه زمینه‌های حوزه رمززار وارد شده و به قدری گسترده است که فکر نمی‌کنم طی کمتر از یک سال آینده کامل شود. به نظرم در زمینه خودتنظیم‌گری، اقدامات درستی را می‌توان رقم زد. اگر تا آخر امسال، اولین مجموعه «الزامات» را از کارگروه ساماندهی، به دبیری بانک مرکزی، اخذ کنیم، با توجه به اینکه پلیس فتا و دیگر دستگاه‌ها نیز در آنجا همکاری می‌کنند، احتمالاً سال آینده شاهد اجرای الزامات و تولد «رگ‌تک‌ها» در این حوزه باشیم و اگر مجلس صرفاً بر تعاریف صحیح این حوزه تمرکز کند قطعاً راهگشا تر خواهد بود.



عمر تراکتس

میترگرد

۹۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

عرصه شدند. پس سهم بازار بیت کوین نسبت به دیگر دارایی‌ها افزایش می‌یابد.

در عین حال، این فرایند طولانی مدت خواهد بود و حداقل یکی دو سال زمان می‌برد تا بخشی از دارایی‌های بزرگ به سمت بیت کوین هدایت شود. این مسئله، علاوه بر آنکه بر قیمت بیت کوین تأثیر می‌گذارد، که اثری فرعی به شمار می‌رود، تکنولوژی بلاکچین و بیت کوین را به رسمیت می‌شناساند و راه را برای ورود سرمایه‌گذاران و کسب و کارها باز می‌کند. قطعاً افرادی که در این حوزه صاحب ایده و نگاه کسب و کاری هستند با ورود سرمایه‌گذاران جدید، قدرت بیشتری می‌گیرند. اکنون مارکت بیت کوین در حال قانونی شدن است و به تدریج، کشورهای دیگری شروع به تصویب ETF‌های مشابه می‌کنند و بعد از آن احتمالاً ETF‌های دیگری مثل اتریوم نیز به عرصه می‌آیند تا راه را برای کلاهبرداران و پانزی‌ها ببندند و مدیریت دارایی را به دست شرکت‌های بزرگ‌تر بسپارند. البته شاید نگاه «بیت‌کوینرها» قدری متفاوت باشد؛ آنها به غیرمتمرکز بودن بیت کوین اعتقاد دارند، اما خیلی از مجموعه‌های بزرگ، وارد خرید و فروش بیت کوین به صورت اسپات در اکسچنج‌ها نمی‌شوند. یکی از دلایلی که خیلی از آنها تا به حال وارد بازار نشده‌اند مشکلات اکسچنج‌ها و فرایندهای آنها بوده است. تصویب ETF بیت کوین، بر ماهیت بیت کوین و صنعت بلاکچین اثر می‌گذارد. این اثر در یکی دو سال آینده و طی آینده‌ای کوتاه مدت نمود می‌یابد.

همان‌طور که گفتید، بازار این خبر را «پیش‌خور» کرد. به نظر شما آیا دیگر تأثیری روی قیمت بیت کوین نخواهد داشت؟

یعقوبی: من ترجیح می‌دهم راجع به قیمت قضاوت نکنم، زیرا قیمت تحت تأثیر عوامل مختلف است و صرفاً به یک خبر درباره ETF وابسته نیست، ولی این واقعیت را

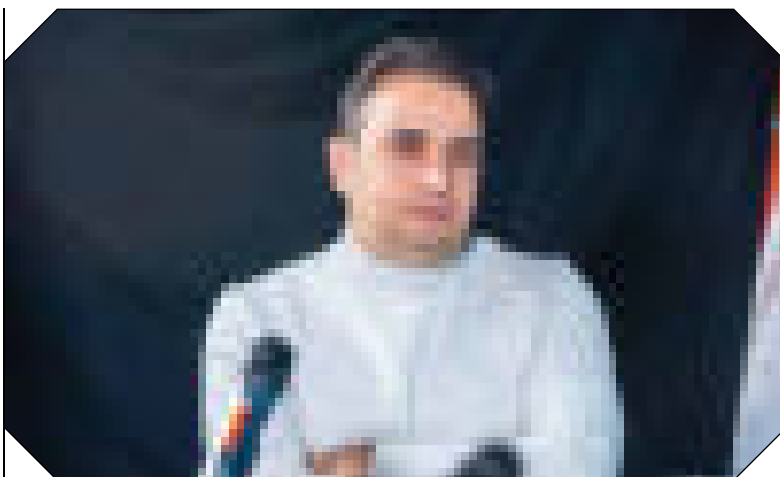
آقای طهماسبی لطفاً بگویند که کلاهبرداری حوزه رمزارزها در یک سال گذشته کمتر شده است یا بیشتر؟ و مردم تا چه حد نسبت به این موضوع آگاهی یافته‌اند؟

حمیدرضا طهماسبی: زمانی که پدیده‌ای شمولیت بالایی پیدا می‌کند و در سبد انتخاب مردم به عنوان یک گزینه موازی با سایر بازارها قرار می‌گیرد، همه آفت‌های دیگر بازارها در اینجا نیز خود را نشان می‌دهد، اما درباره اعمال مخرب، کلاهبردارانه و هک، چون نظارت در این سمت کم‌رنگ‌تر است، چنین اتفاقاتی با شدت و دامنه بیشتری رخ می‌دهد. بله، متأسفانه در سالی که گذشت، موارد متعددی از انواع کلاهبرداری‌ها رخ داد؛ از پروژه‌های «پانزی» گرفته تا توکن‌های جعلی که یک شبه و بدون وایت‌پیپر و هیچ پشتوانه‌ای رونمایی شدند و جذب سرمایه کردند تا انواع مدل‌هایی که رمزارز را تبدیل به ابزار پرداخت جرائم سنتی می‌کند؛ مثلاً برای درگاه‌های قمار، فرار مالیاتی، پول شویی، جرائم سازمان یافته و غیره. تمام اینها یک برچسب کلی به چنین پدیده‌ای می‌زند؛ به این شکل که انگار از ابتدا با هدف پول شویی به وجود آمده است.

امیدواریم در اسناد رگولاتوری، این مسئله جدی گرفته شود و راهکارهایی برای کل اکوسیستم خلق کنند و آفت‌زدایی اتفاق بیفتد. در زمینه فرار مالیاتی و خیلی از موضوعات، جامعه تصور می‌کند تتر و رمزارزهای مختلف ابزار خوبی به شمار می‌روند که نظارت روی آنها کم است و می‌توان اقداماتی از طریق آنها انجام داد. به نظر مهم‌ترین اتفاقی که باید بیفتد نقض کردن همین نگاه است. شفافیت و نظارتی که در حوزه ریال وجود دارد باید درباره تتر و دیگر رمزارزها نیز محقق شود که این اقدام رویکردی پیشگیرانه خواهد بود؛ یعنی قبل از اینکه کلاهبرداری اتفاق بیفتد یا درگاه پرداخت‌های غیرمجاز، از ریال به رمزارز تبدیل شوند، نظارت‌هایی شکل بگیرد و حاکمیت، قواعد انضباط مالی را اعمال کند. به این ترتیب ریسک‌ها و جرائم کاهش می‌یابد.

خبری که اخیراً سروصدای زیادی به پا کرد، تأیید ETF اسپات بیت کوین توسط SEC بود. تأثیر این خبر روی بازار فعلی و بازار آتی چیست؟

محمد یعقوبی: همان‌طور که انتظار داشتیم بعد از ماه‌ها کش و قوس برای تصویب ETF بیت کوین، این اتفاق در ابتدای سال افتاد و ماهیت بیت کوین رسمیت پیدا کرد. البته تا قبل از آن نیز تجربه تصویب ETF‌ها را در کشورهای مختلف داشتیم، ولی ایالات متحده به دلیل بزرگ بودن بازارش، تأثیر خیلی بیشتری نسبت به کشورهای دیگر دارد. تصویب این ETF قطعاً اتفاقی مهم در تاریخ بیت کوین به حساب می‌آید. آثار این اتفاق در آینده بیشتر نمود پیدا می‌کند و در کوتاه‌مدت شاید تأثیر زیادی نگذارد. البته خبر تصویب این ETF از قبل در بازار «پیش‌خور» شده بود، ولی شرکت‌های بزرگ سرمایه‌گذاری به‌مرور وارد حوزه بیت کوین می‌شوند. دیدیم که سبب‌گردان‌های بزرگ مثل «فیدلیتی» وارد این



نمی توان نادیده گرفت که خبر مذکور، بیت کوین را ارزشمندتر کرد.

آقای مطلبی به نظر شما کدام یک از چالش های صرافی ها پر رنگ تر بود؟ آیا در سالی که گذشت این چالش ها کمتر شده یا بیشتر؟ در سال آینده وضعیت به چه صورت خواهد بود؟

احسان مطلبی: زمانی که در دنیای کودکی مشغول بازی بودیم اگر یک فرد جدید وارد جمعمان می شد، خودمان کاری می کردیم که از بازی بیرون برود؛ یا او را اذیت می کردیم یا بلایی به سرش می آوردیم که کنار بکشد. به نظرم اکنون این سیاست کلان در اقتصاد کشورمان نیز در حال انجام است؛ به قدری کسب و کارها را اذیت می کنند و سر راهشان مانع می تراشند که خودشان خسته شوند و کنار بکشند. در سال گذشته این اتفاق برای خیلی از صرافی ها افتاد؛ همکاران ما خسته شدند و کم آوردند! مشکلات از یک سمت و محدودیت ها از سوی دیگر! برخی مسئولان دانش کافی ندارند، ولی قدرت زیادی دارند و می توانند ضربه های شدیدی به کسب و کار بزنند.

یکی از بزرگ ترین چالش های ما این بود که با اعمال محدودیت های مختلف هزینه هایمان را بالا می برند و درآمد را کم می کنند. این شرایط، هر کسب و کاری را از پا درمی آورد. در سالی که گذشت، نه تنها هیچ هزینه ای از ما کم نشد و هیچ چیزی ارزان نشد، بلکه همه هزینه ها رو به افزایش بود. در این شرایط، محدودیت های مختلفی مثل سقف پرداخت درگاه های بانکی، درآمد را به شدت کاهش داد. ۷۲ ساعت وقفه در تراکنش ها و سقف هایی که برای درگاه و کارت بانکی می گذارند و فشارهایی که برای جبران خسارت فیشینگ به کسب و کارها می آورند، همگی باعث افزایش هزینه و کاهش درآمد است. این چالش ها برای ما سنگین بودند در حالی که خیلی از آنها قابل حل اند. به نظرم هدف پشت این مانع تراشی ها این است که کسب و کارها خسته شوند و از صحنه بیرون بروند.

پس به نظر شما عده ای در تلاش اند تا رقبای خود را از صحنه بیرون بیاورند؟ به اعتقاد شما در آینده فضا محدودتر می شود یا افراد بیشتری به سراغ ایجاد کسب و کار در این حوزه می آیند؟

مطلبی: شاید درست نباشد که آیه یأس بخوانیم، ولی من روزنه امید در برخورد درست و متقابل مسئولان با کسب و کارها نمی بینم. فکر نمی کنم قرار باشد اتفاق خوشایندی برای کسب و کارها بیفتد. همین سختی ها و فشارها استمرار می یابد و هر کسب و کاری که زورش بیشتر باشد شاید بتواند بیشتر تحمل کند و دوام بیاورد.

با توجه به این همه چالش که در صحبت ها مطرح شد، به نظر تان مشکل اصلی این حوزه چیست؟ چرا این همه دغدغه وجود دارد؟ چرا رگولاتوری مناسبی انجام نمی شود؟

آشتیانی: به نظرم ما داریم به مسئله یک طرفه نگاه می کنیم. تا زمانی که در سمت سیستم حکمرانی قرار نگیریم و دغدغه های آنها را نبینیم، همین مشکلاتی که آقای مطلبی گفتند ادامه دارد: مشکلات کسب و کار، مهاجرت نیروی انسانی، عدم نوآوری و توسعه و همچنین کاربردپذیر نشدن! به نظرم امسال نیاز به تغییر رویکرد داریم. پرسیدید که به نظرم ان امسال چه اتفاقی می افتد، ولی من می خواهم شرایط ایدئال را بگویم. در حالت مطلوب، نوعی تغییر رویه در تعامل بین بخش خصوصی و حاکمیت اتفاق می افتد. باید دغدغه های موجود را بازگو کنیم. آقای مانی یکتا، مدیرکل نظارت بر نظام های پرداخت بانک مرکزی، در رویداد ۹ ژانویه مستقیماً اشاره کردند که «باید ببینید دغدغه بانک

مرکزی چیست». حاکمیت باید بداند بعد از آنکه به دغدغه های رسیدگی شد، باید به «نقطه بهینه» برسد، نه به صفر یا یک! اولین نکته مهم همین است. دوم اینکه بخش خصوصی نیز باید حاکمیت را متوجه کند که برخی از این دغدغه ها از اساس بی موردند، اما از طرف دیگر اگر مثلاً دغدغه تأثیر رمزارز بر نرخ ارز را داریم، فارغ از اینکه دغدغه درستی باشد یا نه، نمی شود که همه چیز را به صفر برسانیم و تصور موفق شدن داشته باشیم؛ نمی شود جلوی آن را به طور کامل بگیریم و آینده را به خطر بیندازیم. این اتفاق ممکن نیست، زیرا بازار زیرزمینی و پلتفرم های خارجی در سوی دیگر ماجرا نشسته اند. حاکمیت باید به یک نقطه بهینه برسد و این از طریق ابزارسازی میسر می شود و این ابزارها با وابستگی مطلق به پلتفرم ها و کسب و کارهای داخلی به درستی کار می کنند.

هر چیزی که بخواهد منجر به شفافیت شود، وابسته به پلتفرم های داخلی و لنگرگاهی است که مردم از آن استفاده می کنند. تمام نظارت های منتهی به شفافیت و امکان اعمال دستورات قضایی و جلوگیری از تأمین مالی تروریسم و پول شویی، فقط از طریق پلتفرم های داخلی امکان پذیر خواهد بود. وقتی اشخاص فعال تبادل رمزارزها به عنوان اشخاص مشمول در ذیل قانون مبارزه با پول شویی شناخته شوند امکان اعمال قوانین فقط از طریق پلتفرم میسر خواهد بود.

ما امیدواریم که به نقطه بهینه برسیم؛ پس حاکمیت باید این دیدگاه را نهادینه کند که من در نقطه مقابل توسعه رمزارز نیستم و قرار نیست رمزارز اقتصاد را دلاریزه کند. نقطه مقابل ترویج توسط حاکمیت، محدودسازی نیست، بلکه ترویج نکردن است. ترویج نکردن با محدودسازی فرق دارد. اگر این عقربه معکوس بچرخد، به سمت بازار زیرزمینی می رود که رمزارز می تواند تبدیل به ابزار پرداخت مستقیم در کشور شود. تقویت ناخواسته پلتفرم های خارجی نیز مصداق فرار سرمایه خواهند بود. فرار سرمایه تعریف دقیقی در قانون و در علم دارد. هرگاه ثروتی از کشور خارج شود در حالی که خودش یا انتفاع آن به کشور بازنگردد فرار سرمایه اتفاق افتاده است. وقتی مردم را بترسانیم و پلتفرم های داخلی را تضعیف کنیم؛ در حالی که این پلتفرم ها نقطه اتکای شفافیت و تنظیم گری هستند، خروج سرمایه و فرار سرمایه رخ می دهد. پس باید پذیرفت که به trade-off برسیم.

حاکمیت در این میان دغدغه های جدی دارد. یکی از این دغدغه ها، تأثیر رمزارز بر نرخ ارز است که دو منشأ دارد؛ یکی اینکه تسهیل تبادل رمزارز سرعت گردش پول را بالا می برد، مخصوصاً تتر، و دوم اینکه هرکس رمزارز خریداری می کند حرکت او خروج ارز به نظر می رسد. بعد از آن هم مسئله فرار سرمایه و برخی ملاحظات مرتبط با «رفع تعهد ارزی» مطرح می شود. نحوه مواجهه حاکمیت با هر موضوع واحد در رمزارزها می تواند از آن فرصت یا تهدید بسازد.

به نظر من، دغدغه اول از همه مهم تر است: توجه کنیم که کتمان چنین عرصه ای امکان پذیر نخواهد بود

و میزان علاقه مردم برای تهیه این نوع از دارایی زیاد است که دلیل مشخصی دارد: حفظ ارزش پول در شرایط تورمی! متأسفانه کشور ما دچار تورم دائم است. در هر کشوری که تورم رخ دهد مردم می‌خواهند ارز ملی خود را تبدیل به کلاس‌های مختلف دارایی کنند. کشور ما هم مستثنا نیست؛ این یک قاعده اقتصاد رفتاری و ذات انسان است. حق هر انسانی است که آزادی اقتصادی داشته باشد؛ مثلاً عده‌ای تصمیم می‌گیرند که خودرو یا ملک یا طلا بخرند و عده‌ای هم رمزارز یا سیم‌کارت یا گوشی موبایل خریداری می‌کنند؛ تفاوتی ندارد! ما نمی‌توانیم سکه طلا یا خودرو را مقصر تورم بدانیم. اینها عامل افزایش نرخ ارز نیستند.

شرایط تورمی، معلول خلق پول و چاپ نقدینگی است. عالی‌رتبه‌ترین مسئول و مقام کشور ما، پنج روز قبل درباره این موضوع هشدار داد که «باید جلوی رشد نقدینگی گرفته شود، نه جلوی نوآوری». در کنار این جمله، گفته شد: «باید کسب‌وکارهای داخلی مورد حمایت قرار گیرند». وب ۳۰ آینده محتوم است و بدون دورکن اصلی هوش مصنوعی و بلاکچین، قابل تصور نخواهد بود. وقتی از بلاکچین سخن می‌گوییم، می‌دانیم که بازار دارایی‌های رمزنگاری شده و یک بستر پخته و بالغ، برای کشورمان نعمت به شمار می‌رود. آینده کشور و آینده اقتصاد دیجیتال، بدون درست شدن این بخش از ماجرا میسر نخواهد بود: ما نقطه بهینه داریم و نقطه بهینه، محدودسازی نیست، بلکه اتکا به پلتفرم‌ها و کسب‌وکارهای داخلی است!

پس با دلایل و انگیزه‌هایی که بعضاً غلط است، مثل تورم که استقبال از رمزارز فقط معلول آن به شمار می‌رود و خود تورم معلول خلق نقدینگی بیهوده و رشد پایه پولی بیهوده و عدم رشد هم‌زمان تولید ناخالص داخلی با منابع ناشی از صادرات است؛ نباید رمزارز را مقصر بدانیم. طبق تئوری اقتصادی کینز، که نمودش را داریم می‌بینیم، هر نوع چاپ پول به تورم می‌انجامد. ما باید به نقطه بهینه برسیم؛ دیوار را باید طوری فشار دهیم که نه بر سر کسب‌وکارها فروبریزد و نه روی حاکمیت!

آقای طهماسبی لطفاً درباره خالی‌فروشی در صرافی‌ها بر ایمان توضیح دهید. چرا صرافی‌ها «اثبات ذخایر» خود را ارائه نمی‌دهند؟ از کجا متوجه شویم که صرافی‌ها خالی‌فروشی نمی‌کنند؟

طهماسبی:
جلوگیری از خالی‌فروشی راه حل‌های ساده‌ای دارد؛ تأکید می‌کنم راه حل‌های ساده فنی موجودند که به عنوان یک مسئولیت اجتماعی می‌توانند در اختیار همه قرار بگیرند. تازمانی که اجبار رگولاتور یا کارگروه ساماندهی مبادلات رمزارز نباشد خود کسب‌وکارها به سمت Proof of Reserve نمی‌روند

طهماسبی: درباره اینکه چرا صرافی‌ها چنین کاری را در اولویت نمی‌گذارند، صرافی‌دارها می‌توانند توضیح دقیق‌تری بدهند، ولی من پیشنهادی دارم. در اینکه شرایط کسب‌وکار پیچیده است و محدودیت‌هایی از سمت حاکمیت اعمال می‌شود، همه دوستان اجماع دارند. نکته مهم این است که کسب‌وکارها می‌توانند با توجه به نیازهای بازار، اقدامات خلاقانه‌ای انجام دهند که زمین بازی را عوض و آنها را نسبت به

رقبا متمایز کند. من به عنوان یک کاربر، نه کسی که یک کسب‌وکار رگ‌تک در حوزه رمزارز دارد، از پلتفرم‌های مختلف استفاده می‌کنم و یک پیشنهاد به ذهنم می‌رسد که می‌تواند تمایز کسب‌وکاری را در پلتفرم‌های تبادل به وجود آورد؛ اینکه خودشان به صورت داوطلبانه، اثبات ذخایر را به انجام برسانند. این کار راه‌حل‌های فنی دارد؛ اصلاً راه‌حل‌های عجیب‌وغریبی نیست و تکنولوژی بالایی نمی‌خواهد؛ چنین روش‌هایی خیلی رایج و راحت‌اند و می‌توان از شیوه‌های مختلف از جمله Proof of Reserve استفاده کرد. قطعاً تیم‌های فنی دوستان به این کارها مسلط‌اند. به این ترتیب، می‌توانند تعهد خود به کاربر را نشان دهند و خیال او را راحت کنند که دارایی او را موجود دارند.

من پیشنهاد می‌کنم حداقل یکی دو کسب‌وکار پیشرو این روش‌ها را برای سال آینده در پیش بگیرند. به این ترتیب، یک آورده جنبی هم اتفاق می‌افتد که در آینده شاید

تبدیل به اصل ماجرا و یک کسب‌وکار شود که بخش قابل توجهی از دغدغه‌های رگولاتور را رفع کند. آقای دکتر آشتیانی اشاره‌ای به دغدغه‌های بانک مرکزی داشتند. تأثیر تتر بر نرخ ارز و خروج سرمایه برای بانک مرکزی دغدغه است، ولی رفع آن از عهده یک کسب‌وکار خارج خواهد بود؛ منصفانه نیست که از کسب‌وکارها توقع داشته باشیم این مسائل را حل کنند. شاید بهتر باشد اصناف جلو بیفتند و کار جمعی انجام دهند.

به نظرم اکوسیستم باید دغدغه‌ها را به شکل کئی حل کند. در حال حاضر بعد از پنج یا شش سال که از شروع به کار کسب‌وکارهای رمزارزی می‌گذرد گفتن این نکته که «خروج سرمایه و تأثیرگذاری بر نرخ ارز ربطی به تتر ندارد» چندان پذیرفتنی نیست؛ باید اینها را با عدد و رقم و کار پژوهشی نشان دهیم و پاسخ علمی بیاوریم. از دغدغه بانک مرکزی که بگذریم، دیگر بخش‌های حاکمیت نیز دغدغه خالی‌فروشی را دارند. یک سناریوی نامطلوب را در نظر بگیرید؛ کسب‌وکارهای فعلی ما به یک یا دو میلیون کاربر رسیده‌اند. اگر آنها بخشی از دارایی‌های تعهدشده خود را در اختیار نداشته باشند، این سناریو در گوشه ذهن بخشی از حاکمیت شکل می‌گیرد که چه بسا همان اتفاقاتی که برای صندوق‌های مالی کاسپین و فرشتگان و امثال آنها پیش آمد، در اینجا نیز تکرار شود. این بار چه کسی ریسک‌ها را پوشش می‌دهد؟ پس بگذار از همین حالا با کوچک کردن اکوسیستم و متوقف‌سازی صنعت، ریسک را پوشش دهیم. جلوگیری از خالی‌فروشی راه‌حل‌های ساده‌ای دارد؛ تأکید می‌کنم راه‌حل‌های ساده فنی موجودند که به عنوان یک مسئولیت اجتماعی می‌توانند در اختیار همه قرار بگیرند. تازمانی که اجبار رگولاتور یا کارگروه ساماندهی مبادلات رمزارز نباشد خود کسب‌وکارها به سمت Proof of Reserve نمی‌روند. قبل از اینکه چنین خواسته‌ای در قالب یک سند و الزام به میان آید؛ چه بهتر که خود کسب‌وکارها آن را به عنوان یک قابلیت جدید ارائه و دغدغه حاکمیت را رفع کنند و جلوی انواع بهانه‌ها را بگیرند. این یک مزیت رقابتی برای کاربران خواهد بود، به این شکل که: «من قابلیت اثبات دارایی را دارم؛ پس ریسک اینکه هنگام برداشت هم‌زمان دچار ورشکستگی شوم وجود ندارد؛ من کفایت سرمایه دارم که بتوانم تعهدات خود را محقق کنم.» اکنون امیدواری‌هایی از سمت حاکمیت ایجاد شده است؛ بعضی اسناد رگولاتوری شکل گرفته‌اند؛ وزارت اقتصاد یک نظام‌نامه در پاسخ به سندی که شورای فضای مجازی آماده کرده در دست تدوین دارد. شاید کسب‌وکارها نتوانند در زمین حاکمیت وارد شوند، ولی خودشان قادرند بعضی کارها را پیش‌دستانه انجام دهند.

زمانی که بورس اوضاع عجیب‌وغریبی داشت و به نظر می‌رسید از عهده حاکمیت خارج بود که آن همه احراز هویت انجام دهد؛ بعضی کسب‌وکارهای «رگ‌تکی» در حوزه احراز هویت «گل زدند» و خود را به اثبات رساندند. اقداماتی از جنس کاستودی و اثبات سرمایه و احراز هویت از جانب کسب‌وکارها می‌تواند موجب رفع دغدغه‌های حاکمیت شود. بهتر است از موضع انفعالی به موضع فعال حرکت کنیم.

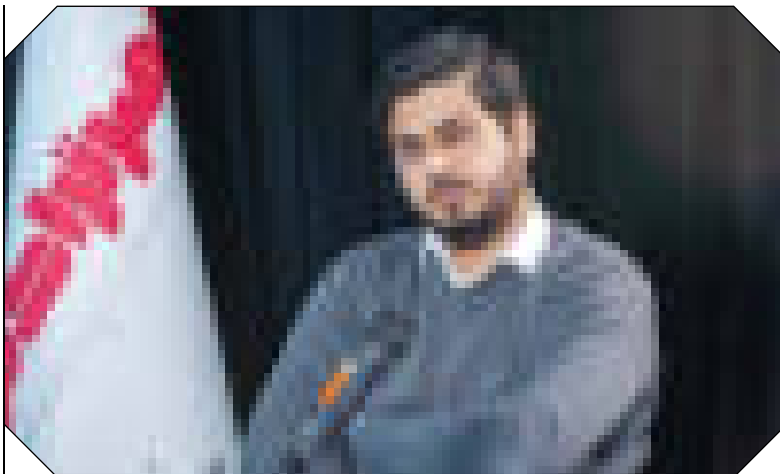


آقای مطلبی شما به عنوان مدیر عامل صرافی سرما یکس در یک سال گذشته چه اقداماتی برای تقویت زیرساخت‌های خود انجام دادید؟ به طور کلی، یک صرافی چه اقداماتی باید انجام دهد که هک نشود و مشکلاتی برایش پیش نیاید و خدمات خوبی به مشتریان ارائه دهد؟

مطلبی: ابتدا لازم است توضیحی راجع به صحبت‌های قبلی دکتر آشتیانی بدهم. ایشان به اهمیت «آمار» اشاره داشتند. از دید ما، آمار یک شمشیر دولبه است! مثالی راجع به «تأثیر بر نرخ ارز» می‌زنم. من نمی‌دانم واقعاً گزارشی در این رابطه وجود دارد یا نه، ولی اگر هم وجود داشته باشد باید مقایسه‌ای باشد؛ مثلاً بگوید: «روزانه یک میلیون دلار رمزارز خریداری و جابه‌جا می‌شود...» در مقایسه با چه؟ یک میلیون دلار برای من خیلی زیاد است، ولی در مقابل چند میلیارد دلار جابه‌جایی‌های دیگری شاید ناچیز باشد و اصلاً زوری نداشته باشد که تأثیری بگذارد. هر آمار که داده می‌شود باید مقایسه‌ای باشد. فرضاً رمزارز در مقایسه با دلار «فیات» و سکه و هر چیز دیگر، چه حجمی دارد؟ مادر مجموعه خودمان یک گزارش تهیه کردیم که نشان می‌دهد رمزارز، ششمین دارایی محبوب در میان کاربران خودمان به حساب می‌آید؛ یعنی در میان کاربرانی که همگی «رمزارزی» هستند! پس حجم این بازار آن قدری زیاد نیست که بر نرخ ارز تأثیرگذار باشد. در رابطه با اشاره‌ای که آقای طهماسبی به «خالی‌فروشی» و دارایی صرافی‌ها داشتند، من به عنوان یک گرداننده کسب‌وکار، دغدغه‌های خاص خودم را دارم. ما هر جا که برویم، برچسب «ایران» روی ما است. این «ایرانی بودن» در خیلی جاها برایمان مشکل‌ساز می‌شود. اگر بخواهیم دارایی‌های خود را به صورت شفاف اعلام کنیم ممکن است دردسر ایجاد شود. بعضی فضاهای خاکستری باید برای ما باقی بماند، چون مجبوریم که خاکستری کار کنیم. ما مواردی را داشته‌ایم که دارایی یک شخص خاص از طرف آمریکا مسدود یا تحریم شده است.

طبیعتاً ما هیچ حمایتی از داخل نمی‌شویم و با دغدغه‌های فراوان همراه هستیم. حتماً می‌دانید که در یکی دو سال گذشته، بسیاری از فعالان این حوزه مورد حمله شدید فیزیکی قرار گرفتند؛ مثلاً آدم‌ربایی یا سوءقصد! اگر من دارایی صرافی را در یک جای شفاف اعلام کنم؛ چهار نفر با چهارتا «قمه» جلوی شرکت می‌آیند و آن دارایی را از من مطالبه می‌کنند. این ساده‌ترین مثال است. ما محدودیت داریم. در عین حال، شفاف‌سازی برای حاکمیت می‌تواند یک راهکار منطقی به حساب آید، ولی برای عموم نه! برای عموم، باز هم همان شمشیر دولبه می‌شود که خطراتی را به دنبال دارد.

شما درباره چالش‌های مجموعه ما در یک سال گذشته پرسیدید. در یک سال گذشته، ما زیرساخت‌های فنی خود را به طور کامل زیرورو کردیم؛ ساختار فنی ما به طور کامل عوض شد. تا الان از زبان برنامه‌نویسی و استک‌های مشخصی بهره می‌بریم که به طور کامل عوض شدند؛ خیلی حرفه‌ای‌تر شدند. ما اولین OTC ایران بودیم که به نام «ارزجو» شروع



درباره «رؤیافروشی» و «سیگنال‌فروشی» بر ایمان توضیح دهید. در یک سال گذشته وضعیت چطور بود؟ امروزه مردم به آگاهی بیشتری دست می‌یابند. تعداد افرادی که سیگنال می‌دهند و رؤیافروشی می‌کنند بیشتر شده یا کمتر؟

یعقوبی: بگذارید به صحبت‌های دیگر دوستان برگردم. این مسائل را نمی‌توان «علت» تلقی کرد. چرا مردم به سمت رؤیافروشان می‌روند؟ ماجرا به همان قصه اقتصاد برمی‌گردد. در یک کشور تورمی، مردم به دنبال روش‌هایی برای حفظ ارزش دارایی خود می‌گردند. یکی از جاهایی که در تمام دنیا، مردم کشورهای توری می‌به دنبالش می‌روند، همین عرصه‌های رؤیافروشی است. در کشورهای دارای ثبات اقتصادی مردم هیچ تمایلی به این روش‌ها نشان نمی‌دهند، چون می‌دانند که با زندگی و پس‌انداز معمول هم به خواسته‌های خود و آینده‌ای قابل قبول می‌رسند و نیازی به پیروی از پکیج‌های رؤیافروشی ندارند. اگر سر معلول را ببریم، مشکل حل نمی‌شود؛ از هر جا که جلوی راه را بگیرد از جای دیگر بیرون می‌زند. طبیعتاً این مسئله روز به روز فزونی می‌یابد. درست است که ما کسب‌وکارها و شما رسانه‌ها و حتی حاکمیت قادر به انجام بعضی کارها و راه‌حل‌ها هستیم، ولی بدون رفع علت اصلی، هیچ‌کدام از اینها کافی نخواهد بود. ما تمام تلاش خود را به خرج می‌دهیم تا مردم را آگاه کنیم که گرچه چنین بازاری می‌تواند سود خوب به دنبال داشته باشد، به همان نسبت زیان‌ده خواهد بود و می‌تواند دارایی مردم را از بین ببرد. مردم به هر حال وارد این بازی می‌شوند. حداقل ما کسب‌وکارهایی که با مردم ارتباط مستقیم داریم، می‌بینیم که قدم به قدم به چنین عرصه‌هایی می‌گذارند و تمایل به افزایش درآمد خود نشان می‌دهند. اینکه ما چقدر بتوانیم جلوی چنین قضایایی را با ارائه دانش و اطلاعات عمومی بگیریم یک سؤال است؛ نمی‌دانم تا چه حد موفق باشیم، اما بهترین حالت این است که علت برطرف شود.

درباره داستان «ارز» هم که جناب آشتیانی اشاره کردند، همین قضیه را می‌بینیم. واقعیت این است که به ما گفته می‌شود: «قیمت تتر روی بازار ارز تأثیر می‌گذارد.» من به این بحث که تأثیر می‌گذارد یا نه ورود نمی‌کنم، چون دوستان به درستی گفتند که میزان تأثیرگذاری آن را باید با کار علمی سنجید، ولی واقعیت این است که اگر تتر را از پلتفرم‌ها حذف کنیم، به بازار زیرزمینی می‌روید و باز هم راه خود را پیدا می‌کند؛ حتی اگر با هزینه زیادتر باشد! در حال حاضر تمام پلتفرم‌ها دارند به صورت شفاف بازی می‌کنند. درباره رؤیافروشی، اگر علت را حل کنیم، بساطش خودبه‌خود جمع می‌شود.

به نظر شما امثال ما به عنوان رسانه و شما به عنوان صرافی که در این حوزه فعالیت می‌کنید؛ چه اقداماتی باید برای افزایش آگاهی مردم انجام دهیم که به این سمت نروند و در دام چنین افرادی نیفتند؟

یعقوبی: به اعتقاد من، هر کاری که انجام دهیم، مردم باز هم کار خودشان را می‌کنند. حداقل تجربه امثال ما در برخورد با کاربرانی که تمایل به استفاده از آن بسترها دارند نشان داد که هرچقدر هم واقع‌بینانه حرف بزنیم و به آنها اطلاعات بدهیم و از خسارت‌های احتمالی بگوییم، حتی مدل‌های مشابه خسارتی را به آنها نشان دهیم، باز هم تمایل دارند که مسیر خودشان را بروند. حداکثر تلاش ما می‌تواند ارائه اطلاعات باشد. هرچقدر اطلاعات دقیق‌تر و علمی‌تر و با مشاهدات تجربی در اختیارشان بگذاریم، تأثیرگذاری آن قطعاً افزایش می‌یابد. فقط حرف زدن کافی نیست؛ وقتی مثال‌های عینی بیاوریم، باورپذیرتر می‌شود.

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



به فعالیت کردیم، ولی از سال گذشته P2P را نیز به فهرست خدمات خود افزودیم. مجموعه ما ذاتاً یک مجموعه فنی متشکل از چند برنامه‌نویس بوده و از حوزه برنامه‌نویسی به صرافی آمده است! ما کل پلتفرم و سیستم مالی خود را به صورت این سورس و داخل مجموعه نوشته‌ایم. از لحاظ امنیتی، به صورت دوره‌ای، همه چیز را بررسی می‌کنیم و گزارش‌ها را به تناوب به مراجع نظارتی می‌دهیم. ما همکاری خوبی با انجمن بلاکچین داریم و در حال نوشتن یک بیس «بلک لیست» برای انجمن هستیم که تمام صرافی‌ها می‌توانند کاربران و موارد مشکوک را در آنجا فهرست کنند تا آن کاربر در صرافی دیگری نتواند دست به سوءاستفاده بزند یا طعمه قرار بگیرد. این کار را دو هفته است که شروع کرده‌ایم که به صورت منبع باز و رایگان در اختیار همه مجموعه‌ها قرار می‌گیرد. مجموعه ما از نظر فنی خیلی رشد کرده که البته مجبور بودیم و راه دیگری نداشتیم. پیرو صحبت قبلی که گفتیم، همین‌ها هم برایمان مرجع هزینه هستند، ولی آپگرید خیلی خوبی را شکل دادیم.

در نهایت به نظر شما، قیمت بیت کوین و به طور کلی وضعیت بازار رمزارزها در سال ۱۴۰۳ به چه صورت خواهد بود؟

آشتیانی: واقعیت این است که «جریان نقدینگی خالص» یا اسمارت مانی که می‌تواند به سمت رمزارز بیاید رو به افزایش است. دوستانی که تحلیل‌های کیفی انجام می‌دهند گاهی کارهای جالبی می‌کنند. آنها یک «ضریب شدت» درآورده‌اند که نشان می‌دهد به ازای چند درصد از مارکت کپ اگر پول تازه بیاید، تغییر در بازار ایجاد می‌شود.

فروشنندگان بیت کوین، تعداد زیادی نیستند. به یاد می‌آورم در بعضی مقاطع، حجم گردش مالی تتر ۲۸ برابر مارکت کپ آن می‌شد. درباره بیت کوین، جالب است که سه، چهار میلیون بیت کوین گمشده داریم؛ تاکنون نوزده میلیون بیت کوین استخراج شده و نهنگ‌های بیت کوین، مثل «هرم» رشد کرده‌اند. اکثر تازه‌واردهایی که وال‌ت درشت دارند، «مؤسسه‌ای» هستند. کسانی مثل «برادران وینک‌لواس» از زمان‌های قدیم حجم زیادی بیت کوین داشته‌اند. یک کیف پول معروف یک میلیون بیت کوینی هم متعلق به «ساتوشی» است که نزدیک به ۵ درصد بیت کوین‌های فعلی را به خود اختصاص داده است. آنالیزهای کیفی نشان می‌دهد با ورود ۵ درصد اسمارت مانی در بازه کم، احتمال دوبرابر شدن بیت کوین وجود دارد.

خیلی جالب است! ۵ درصد از یک تریلیون معادل پنجاه میلیارد دلار می‌شود. اگر پنجاه میلیارد دلار پول به صورت ناگهانی در بازه زمانی کم به بازار بیاید، از آنجا که تعداد فروشنندگان خیلی زیاد نیست، می‌تواند به دوبرابر شدن قیمت بیت کوین بینجامد. من فکر می‌کنم بازار رکوردهای تازه‌ای می‌زند. احتمالاً باز یگرهای ریسک‌گریز و ریسک‌پذیر جای خود را عوض می‌کنند. فعلاً عده‌ای مرددند و خروجی‌ها از ETF در بخش Grey Scale زیاد می‌شوند و ورودی به بقیه ETF‌ها افزایش می‌یابد که احتمالاً به دلیل تعرفه‌های آنها و سطح رضایتشان باشد. Grey Scale دو سه سال است که محصول خود را به صورت ETP دارد: Exchange Tradable Product. تمام اینها را که کنار هم بگذاریم، احتمال یک نوسان بزرگ بعد از گذار سه یا چهار ماهه وجود دارد. این اتفاق می‌تواند تا اوایل تابستان رخ دهد؛ دامنه نوسانات خیلی سنگین و زیاد

خواهد شد و جریان نقدینگی زیادی به این بازار می‌آید. شاید در سال بعدتر، به دلیل وجود ابزار ETF قابل معامله، با آن حجم از یوزر و بروکرها، ناگهان شاهد تحول باشیم. تعداد بروکرهای پیش روی مردم ناگهان خیلی بالا می‌رود. احتمالاً نوسانات سنگین و افزایش قیمت خوبی، شاید تا هشتاد یا نود هزار دلار، طی یک سال آینده پیش‌بینی می‌شود و بعد از آن نوسان کاهش می‌یابد؛ ولی به دلیل ماهیت و ذات ETF بیت کوین و اینکه شروع کننده‌اش آمریکا بوده، احتمال ورود دیگر کشورها هم هست.

به نظرم آمریکا به هیچ روشی نتوانست با این پدیده مقابله کند، پس تصمیم گرفت زمام آن را در دست بگیرد. تمام کشورها و مردم باید مراقب سهم بازار داخلی خود باشند و این جنس ثروت را به راحتی از دست ندهند.

طهماسبی: من در این باره اصلاً متخصص نیستم، نمی‌توانم پیش‌بینی کنم، ولی به عنوان یک کاربر، احساس می‌کنم الان احساسات مارکت خیلی مثبت است. احتمال می‌دهم بیت کوین در حداکثر خود ممکن است ATH قبلی را بزند؛ بعید می‌دانم اتفاق‌های بزرگی بیفتد که به 200k یا 500k برسد، اتفاق تازه‌ای نمی‌افتد. **یعقوبی:** من قطعاً درباره عدد صحبت نمی‌کنم، اما روند حرکتی بازار با دو، سه اتفاق مهم در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ همراه بود؛ یکی از آنها ماجرای ETF بود، یکی هاوینگ و دیگری اتفاقاتی که در اقتصاد کلان دارد می‌افتد؛ مثلاً تغییر نرخ بهره در آمریکا! تمام اینها می‌تواند روند مثبتی را برای بیت کوین و سایر کریپتوها به دنبال آورد. تأثیری که ETF روی قیمت می‌گذارد چه خواهد بود؟ همان‌طور که گفتید، خروجی‌های Grey Scale دارد زیاد می‌شود و احتمالاً حجم عمده دارایی آن خالی خواهد شد؛ زیرا همیشه کارمزد مدیریت زیادی می‌گرفته؛ سالانه ۲ درصد، فارغ از کارمزدهای خرید و فروش؛ ۲ درصد از قیمت بیت کوین، با حجمی که آنها دارند، عدد بسیار بزرگی می‌شود. طبیعتاً مردم به سمت بقیه ETF‌ها مثل «بلک راک» و «فیدلیتی» و بقیه می‌روند. بعد از اینکه خروجی‌های Grey Scale تا حد زیادی خالی شود، احتمالاً بازار یک روند مثبت را آغاز می‌کند و به تدریج بالا می‌رود. به نظرم بیت کوین یک اصلاح خوب در ماه‌های آینده خواهد داشت و پس از آن، روند صعودی را آغاز می‌کند. اینکه تا کجا برسد، به احتمال زیاد می‌تواند ATH را پشت سر بگذارد و بالاتر برود، اما فرایند بیت کوین، مثل همان اتفاقی است که روی ETF طلا افتاد؛ فرایند طولانی مدت است و شاید در طی سالیان رخ دهد. اگر تاریخچه اتفاقات طلا را نگاه کنید متوجه می‌شوید در یک بازه بسیار طولانی مدت، چندین سال، کاملاً مثبت بود. اگر همین اتفاق درباره بیت کوین هم بیفتد، قطعاً شاهد عده‌های عجیب و غریبی خواهیم بود که امروز به نظرمان خنده‌دار می‌رسد. این اتفاق در کوتاه مدت، مثلاً در سال آینده نمی‌افتد. به نظرم در سال آینده شاید بیت کوین بتواند ATH را بزند و قدری بالاتر برود. **مطلبی:** من تحلیلگر قیمت نیستم، ولی به نظرم در سال آینده بیت کوین قیمت هشتاد هزار دلار را رد می‌کند، اما نمی‌دانم فرایندش به چه صورت باشد

مهرتراکتس

میزگرد

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

در میزگرد «تحول، نوآوری و بهره‌وری در سازمان‌ها» مطرح شد

کجای طیف بهره‌وری آکواریومی و بهره‌وری نوآورانه ایستاده‌ایم؟

علی
نعمتی شهاب

عضو هیئت مدیره



۱۰۲

ASAETARAHDESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران





آمارهای رسمی نشان می‌دهند در پنجاه سال اخیر، رشد خالص بهره‌وری اقتصاد ایران صفر بوده و شاید یکی از عوامل اصلی رشد نامناسب اقتصادی، همین نپرداختن به بهره‌وری در اقتصاد باشد؛ آن هم در حالی که تقریباً در تمام برنامه‌های توسعه‌ای کشور، بهره‌وری محوری جدی بوده و در کانون حمایت و توجه قرار داشته است. مثلاً در برنامه ششم توسعه رشد سالانه بهره‌وری در اقتصاد ایران معادل ۲/۸ درصد پیش‌بینی شده و ضمناً در سال آخر برنامه، یعنی پارسال، قرار بوده سهم رشد بهره‌وری به ۳۳ درصد برسد، ولی متأسفانه تمام این شاخص‌ها عملکردی منفی داشتند. در برنامه هفتم نیز مجدداً به موضوع بهره‌وری توجه زیادی شده و همان شاخص رشد سالانه ۲/۸ درصدی از نرخ رشد ناخالص داخلی (GDP) برای بهره‌وری مد نظر قرار گرفته و این بار هدف‌گذاری سهم ارتقای بهره‌وری از اقتصاد به ۳۵ درصد افزایش یافته، یعنی ۲ درصد هم بیشتر شده است. با وجود این، آمارهای واقعی حکایت دیگری از میزان موفقیت برنامه‌های توسعه در افزایش بهره‌وری دارند. در بین برنامه‌های مصوب توسعه، برنامه سوم، همچنان با رشد ۲۹ درصدی شاخص بهره‌وری، موفق‌ترین برنامه بوده است و تقریباً هیچ‌کدام از برنامه‌های دیگر در این زمینه نتوانسته‌اند به توفیقی دست یابند؛ یعنی اگر همان رویکردهای قبلی ادامه یابند، در پایان برنامه هفتم نیز به شاخص‌های تعیین شده دست نخواهیم یافت. در این میزگرد، با همراهی سه مدیر و کارشناس باتجربه، تلاش کردیم به این سؤال پاسخ دهیم: چرا بهره‌وری در جامعه ما نتوانسته آن‌طور که باید، نتیجه‌بخش باشد؟ محمدرضا نوروزی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان آتی‌نگر؛ تیمور ستارزاده، رئیس هیئت‌مدیره گروه دانش‌بنیان نوروز و مدیرعامل سلریار و مهیار شعبانی، مشاور بهره‌وری و معماری سازمانی در سازمان‌های بزرگ دولتی و خصوصی با میزبانی علی نعمتی‌شهاب، مدیرعامل شرکت مشاوره فراراه‌نگر و مشاور تحلیل کسب‌وکار و فناوری در این میزگرد همراه ما بودند.



عمر تراکتس

میزگرد

۱۰۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
مهیار شعبانی
محمدرضا نوروزی
تیمور ستارزاده
علی نعمتی‌شهاب

بهره‌وری با نوآوری و فناوری به شمار می‌رود، بهره‌ورتر کردن فرایندهای سازمان‌ها باشد. آقای شعبانی، شما در این حوزه تجربه‌ای طولانی دارید. خوب است از شما بشنویم تعریف بهره‌وری چیست و چرا اهمیت دارد؟

مهبیار شعبانی: آقای ستارزاده به درستی اشاره کردند که وقتی صحبت از بهره‌وری می‌کنیم، در واقع مدیریت منابع را مدنظر داریم؛ در حالی که فرایندها، مصرف‌کننده منابع اند و می‌خواهند به مجموعه‌ای از خروجی‌ها و نتایج برسند. استفاده از منابع و سازماندهی دقیق آنها می‌تواند برای هر سازمانی دغدغه‌ای مهم باشد. نکته مهم این است که ما فرایندهای سازمان را چطور بهسازی و بهره‌ور کنیم. ما باید مجموعه‌ای از آمار و اطلاعات برای مصرف منابع داشته باشیم. معمولاً در سازمان‌ها، هرکجا صحبت از بهره‌وری به میان می‌آید، مدیران از خود می‌پرسند: «از کجا باید شروع کنیم؟ کدام منابع باید به اندازه مصرف شوند که نمی‌شوند؟ کدام منابع را بیش از اندازه به کار می‌بریم که هزینه سربار زیادی برایمان به دنبال دارد؟» به این ترتیب، شما نیاز به یک مجموعه منابع اطلاعاتی خواهید داشت که در سازمان وجود ندارد. برای مثال، اگر بخواهید منابع انسانی خود را بهره‌ور کنید، باید ببینید به‌ازای نیروی انسانی موجود برای هر فرایند، چقدر هزینه ایجاد شده است.

چالش اینجا است که در بسیاری از فرایندهای سازمان‌ها چنین تحلیل‌های فرایند منسجمی قابل شفاف‌سازی و استخراج و مدیریت نیست، در حالی که وقتی صحبت از فرایند به میان می‌آید، باید به این بیندیشیم که با همین برنامه و همین بودجه سازمان، به چه نتایجی می‌خواهیم برسیم. بعد آن نتایج را کمی می‌کنیم و پس از کمی‌سازی، می‌دانیم که این دستاورد کمی باید در قالب کدام خدمت به مشتری یا ذی‌نفعان سازمان نمود یابد. طبیعتاً هر خدمت به یک یا چند فرایند سازمان وصل می‌شود. هرکدام از فرایندها با منطقی معین از منابع استفاده می‌کنند. با این نگاه، متوجه می‌شویم که در مقایسه و اولویت‌بندی خدمت‌ها، کدام خدمت برای سازمان ارزش بیشتری دارد. به این ترتیب با همین رویکرد روشمند، عملاً سازمان را بهره‌ورتر می‌کنیم، فرایندهایی را که برایمان هزینه زیادی دارند کنار می‌گذاریم و آنهایی را که رضایت‌مندی ایجاد نمی‌کنند به فراموشی می‌سپاریم یا هزینه بیشتری صرفشان نمی‌کنیم.

نکته خیلی جالبی را مطرح کردید: بهره‌وری از زاویه دید خلق ارزش یعنی بهره‌وری را باید از این دید ببینیم که چطور با منابع موجود سازمان، ارزش بیشتری خلق کنیم. از آنجا که چنین کاری مستلزم شناخت فرایندهای سازمان است و هر فرایندی داده و اطلاعات را به‌عنوان «سوخ» به کار می‌برد، سازمان‌ها باید به سمت بهبود مدیریت اطلاعات بروند. تا اینجا به کاربرد فناوری در بهره‌وری نزدیک تر شده‌ایم. آقای نوروزی، شما سابقه کاری طولانی هم در اکوسیستم دانش‌بنیان و هم در سازمان‌های بزرگ فناوری کشور دارید. تعریف شما از بهره‌وری چیست؟

علی‌نعمتی شهاب: وقتی از بهره‌وری سخن به میان می‌آید؛ اغلب افراد به یاد مصرف بهینه برق و آب و انرژی می‌افتند که در رسانه‌های جمعی درباره آنها تبلیغات زیادی می‌شود، اما می‌دانیم که بهره‌وری در مصرف انرژی صرفاً یکی از جنبه‌های بهره‌وری است. یک تعریف کلاسیک از بهره‌وری را آقای «پیتر دراگر»، بنیان‌گذار علم مدیریت مدرن، ارائه داده است: «بهره‌وری از دو عامل تشکیل شده: کارایی به اضافه اثربخشی.» او در مرحله بعدی، این دو مفهوم را تعریف می‌کند: «کارایی، انجام درست کار است، ولی این کافی نیست؛ برای دستیابی به بهره‌وری باید کار درست هم انجام دهیم؛ اثربخشی به معنای انجام کار درست است.» با این حال مثل هر مفهوم انسانی دیگری، بهره‌وری هم می‌تواند به تعداد انسان‌ها تعریف خاص خودش را داشته باشد. بنابراین به‌عنوان اولین سؤال خوب است اشاره‌ای به تعریف بهره‌وری داشته باشیم.

تعریف شما از بهره‌وری چیست؟

تیمور ستارزاده: نگاه انسان‌ها به بهره‌وری از اولین انقلاب صنعتی به بعد جدی شد؛ یعنی از اولین جایی که تصمیم‌گیری به شکلی کارآمدتر، از یک منبع در راه رسیدن به یک هدف استفاده کنیم و حاصلی فراتر از دستاوردهای خطی گذشته به دست بیاوریم. در طول زمان و روزبه‌روز این مفهوم را چرخاندیم، بزرگ‌تر کردیم و تعمیم دادیم تا به اینجا رسیدیم! متأسفانه در بعضی دوره‌ها به دلایل گوناگون، گاه مفهوم بهره‌وری با صرفه‌جویی

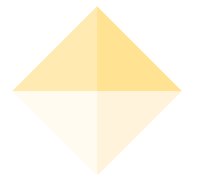
عجین شد؛ گاهی با معنای «برابری» نزدیکی بیشتری یافت و بعضی وقت‌ها هم با «توزیع عادلانه» اشتباه گرفته شد. این در حالی است که اتفاقاً در برخی حوزه‌ها، بهره‌وری یعنی اینکه مصرف یا تولید را بالا ببریم و بازار را گسترش دهیم تا کارها به‌صورت بهینه‌تری پیش بروند. بنابراین نگاهمان به بهره‌وری نباید الزاماً به جنبه کاهش تولید یا کم کردن استفاده از منابع باشد، بلکه گاهی باید روی بزرگ کردن و منطقی کردن بازار یا حتی حذف عوامل مزاحم رشد و توسعه بازار تمرکز کنیم؛ چه بازار محصول باشد، چه هر بازار دیگری.

ستارزاده:
از دید انقلاب صنعتی چهارم، مفهوم بهره‌وری در ابزارهای افزایش بهره‌وری خلاصه می‌شود؛ یعنی مجموعه‌ای از ابزارها که به ما در بهره‌ورتر کردن فرایندها کمک می‌کنند. این دیدگاه امروزی در فرایندها نمود می‌یابد و نه در مواد اولیه، ورودی‌ها و خروجی‌ها و نه حتی در توزیع آنها! بنابراین فرایندهای بهره‌ور، مفهومی امروزی است که هم ریشه در فناوری دارد و هم ریشه در رویکرد علمی و سیستماتیک به توسعه اقتصادی؛ در عین حال، می‌تواند به شکل مقیاس‌پذیر هم رشد کند. متأسفانه «بهره‌وری» به‌عنوان یک ابزار، در معرض «نگاه بهره‌ور» قرار ندارد؛ ما خود بهره‌وری را بهره‌ور نکرده‌ایم، بلکه آن را فقط به‌صورت خطی رشد داده‌ایم و به‌عنوان ابزاری پایه‌ای وارد سازمان‌هایمان کرده‌ایم. ما گفته‌ایم: «اگر از رایانه استفاده کنیم، بهره‌وری هم خودبه‌خود بالا می‌رود.» ما بهره‌وری را فقط از نظر کمی بیشتر کردیم، ولی بهره‌ورتر نکردیم؛ مثل اینکه برای اطمینان از تولید نور بیشتر، مصرف برق بیشتر را الزامی بدانیم.

به‌نظر خود بهره‌وری، به‌عنوان یک پارامتر چالش‌پذیر، باید مورد بازاندیشی قرار گیرد. در اینترنت منابعی مانند «پروداکت هانت» وجود دارند که نیاز شما را می‌پرسند و بعد بهتان می‌گویند چه ابزارهایی می‌توانند شما را بهره‌ورتر کنند. این خوب است اما کافی نیست؛ زیرا بهره‌وری، در ابتدا، چیزی از جنس دانش و برنامه‌ریزی است؛ از جنس برنامه و بودجه و از جنس طراحی سازمان؛ یعنی بیشتر، از جنس فرایندی است تا ابزاری. تا زمانی که بهره‌وری را مفهومی قابل بهبود ندانیم و آن را صرفاً حقیقتی قابل استفاده فرض کنیم، دانش استفاده از ابزار در کنار دانش استفاده از بهره‌وری ما را به سرمنزل مقصود نمی‌رسانند.

به‌درستی اشاره کردید که بهره‌وری، ابعاد مختلفی دارد؛ شاید مهم‌ترین بعد آن که نقطه تلاقی

مصرف تراکتس



۱۰۴

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



عمر تراکتس

میزگرد

۱۰۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

نباشد، خیلی‌ها ترجیح می‌دهند اصلاً داده‌های مدنظر تولید نشود؛ چون خیلی از عدم بهره‌وری‌ها با شفاف‌سازی در قالب داده‌ها روشن می‌شود. در اینجا است که نوآوری و فناوری می‌توانند به کمک بیایند. چگونه؟ ساختارهای سخت و بزرگ، دنبال تغییر نیستند. چرا؟ چون اکوسیستم‌های متنوعی در اطراف آنها شکل گرفته که تغییر حتی یک آجر در ساختار اصلی می‌تواند تمام آن اکوسیستم‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. در این میان، نوآوری می‌تواند به کمک سازمان‌ها بیاید تا راه‌های جدیدی شکل بگیرند که به ساختارهای بزرگ اجازه دهند واکنش‌های مناسب‌تری نسبت به تغییرات محیطی نشان دهند. در یک دوره، رایانه به تدریج وارد سازمان‌ها شد. سازمان‌ها این مسئله را به مرور پذیرفتند، اما کسانی که مثل من سابقه بیشتری دارند، یادشان می‌آید که در اوایل دوره استفاده از رایانه، چه مقاومت‌هایی در برابر ورود آن به سازمان‌های دولتی وجود داشت.

در حد قیچی کردن کابل‌های شبکه!

نوروزی: بله، در همین حد بود! ولی بالاخره رایانه هم جای خود را باز کرد. پس وقتی بخواهیم نقطه تلاقی نوآوری و بهره‌وری را ببینیم؛ نمی‌توانیم به بستر آن بی‌توجه باشیم. اگر انتظار داریم سازمان از طریق نوآوری، بهره‌ورتر عمل کند؛ باید ببینیم آیا آمادگی کافی در سازمان ایجاد شده یا نه؟ آیا محیط اطراف، فشار کافی را وارد آورده یا نه؟ اینجا است که می‌توان طرح‌های متناسب‌تری ارائه داد. متأسفانه در حوزه فناوری نیز همین اتفاق (انحراف در تعریف بهره‌وری) را شاهدیم. یک شاخص معتبر جهانی به نام «شاخص نوآوری جهانی» وجود دارد که هر سال گزارش می‌شود و کشورها را رتبه‌بندی می‌کند. شاخص مذکور، پنج ستون ورودی و دو ستون خروجی دارد. ما از حیث ستون‌های ورودی در وضعیت کاملاً نامناسبی قرار داریم و در جنبه‌های نهادی و سازمانی و ساختاری و حاکمیتی، در سال ۲۰۲۳، رتبه ۱۳۱ از بین ۱۳۲ کشور را داشته‌ایم. در حوزه سرمایه انسانی و پژوهش و وضع‌مان بد نیست و رتبه ۶۰ را داریم. در زمینه زیرساخت رتبه ۹۷ را داریم و در حوزه «پیچیدگی کسب و کار» رتبه ۱۱۷ را کسب کرده‌ایم. در زمینه «پیچیدگی بازار» رتبه نسبتاً خوبی داریم، اما علتش این است که از میان پنج پارامتری که برای شاخص سرمایه‌گذاری می‌سنجند، چهار پارامتر «غیر قابل دسترسی» بوده؛ یعنی رتبه خوب را به دلیل نبود داده به دست آورده‌ایم؛ درکل، رتبه ما در ستون‌های ورودی ۸۷ بوده، اما از نظر خروجی‌های دانش و فناوری و خروجی‌های خلاقانه، به ترتیب رتبه‌های ۵۵ و ۴۳ را در دنیا کسب کرده‌ایم. جالب است که ما با رتبه ورودی ۸۷، به رتبه خروجی ۴۸ رسیده‌ایم! این مسئله، معنای مشخصی دارد؛ یعنی ابزاری که می‌توانستیم از آن درست استفاده

محمد رضا نوروزی: بهره‌وری نتیجه تلاقی سه ضلع نیروی انسانی، فرایند و فناوری با یکدیگر است. من صحبت آقای شعبانی را چنین تفسیر می‌کنم: وقتی درباره بهره‌وری سازمان حرف می‌زنیم، ابتدا باید مفهوم بهره‌وری را درون یک مدل ذهنی جانمایی کنیم. اگر مدل مشهور 7S شرکت مشاوره مک کنزی را ملاک ترسیم آن مدل ذهنی بدانیم، باید از خود پرسیم که آیا بهره‌وری، یک ارزش مشترک در میان اعضای سازمان است یا یک استراتژی است برای بهبود سیستم یا ساختار موجود؟

به عبارت بهتر «خلق ارزش» برای سازمان، یک «جایگاه» را تعریف می‌کند. اما آیا این جایگاه با تعریف واقعی بهره‌وری هم خوانی دارد؟ اگر من بهره‌وری را ابزاری برای دریافت ۳ درصد بودجه سازمانی که در سازمان‌های دولتی مختص به بهره‌وری است، در نظر بگیرم، نه نیازی به فناوری دارم، نه به فرایند. فقط به نیروی انسانی نیاز خواهیم داشت! این یعنی نگاه آبشاری که از بالا به پایین تزریق می‌شود و من هم مجبورم برای دریافت بودجه ۳ درصدی، مجموعه‌ای از فرم‌ها را آخر سال تکمیل کنم تا نشان دهم در زمینه بهره‌وری اقدام کرده‌ام. از این روند، توقع چه نتیجه‌ای را می‌توان داشت؟ چون من همین که فرم‌ها را پر کنم، کارم انجام شده به حساب می‌آید! چه خروجی دیگری انتظار می‌رفته که اتفاق نیفتاده؟ اتفاقی که باید، افتاده: من به وظیفه‌ام که تکمیل فرم‌های کاغذی بوده عمل کرده‌ام و بعد هم آن کاغذها را در جایی جمع کرده‌ایم که خاک بخورد و تمام!

پس برای تعریف بهره‌وری، باید در سازمان خودمان، به دیدگاه منسجمی نسبت به بهره‌وری برسیم. وقتی این مسئله در جایگاه کلان تفکرات سازمانی



گرفته تا خدمت معینی را ارائه دهد، اما به جای تلاش برای شناخت و پیاده‌سازی قابلیت‌های لازم برای ارائه آن خدمت در سازمان خود، فقط فرایندی را برای پاسخ‌گویی به ارباب رجوع و سازمان‌های نظارتی پیش‌بینی می‌کند و تمام! آیا چنین ساختار فرایندی می‌تواند در کنار آموزش و فناوری که بخش جدایی‌ناپذیر سازمان‌های امروزی است قرار گیرد تا با هم تبدیل به یک بسته خدمت‌رسانی مناسب شوند؟ مشکل در همین جاست! برای ایجاد بلوغ در آن قابلیت، باید هر سه مؤلفه پیش‌گفته را به صورت هماهنگ در کنار هم دید؛ نه اینکه مثلاً لبه فناوری را داشته باشید، ولی نیروی آموزش دیده یا نیروی توانمند نداشته باشید یا فرایندهای آن آمادگی استفاده از این نوع فناوری را نداشته باشند.

همان‌طور که به درستی اشاره کردید سازمان‌ها برای دستیابی به بهره‌وری، باید تناسب و تعادلی بین سه عامل بنیادین سازمانده بهره‌وری به وجود آورند تا ترکیب بهینه شکل گیرد و نهایتاً کار درستی که در قالب «قابلیت» تعریف شده را به شکل بهتر و درست‌تر انجام دهند، اما همین ترکیب بهینه هم ممکن است محل اختلاف نظر باشد. آقای ستارزاده، شما تجربه‌ای عمیق و طولانی در عرصه صنعت دارید. خوب است تجربه و دیدگاه شما را در زمینه چگونگی ایجاد این تعادل بشنویم.

ستارزاده: یکی دو نکته در بحث دوستان قابل توجه است. دوستان، امان‌های بهره‌وری را به صورت دقیق نام بردند. حالا بیایید یک پله بالاتر برویم و به صورت کلی‌تر و «حوزه‌ای» به موضوع بنگریم. تولید، توزیع و مصرف، سه حوزه‌ای هستند که در تمامی صنایع مختلف موجودند. علاوه بر آن، مسئله «بهره‌وری فرایندی-حاکمیتی» نیز در صنعت اهمیت دارد. همین‌جا است که به نکته مهم دیگری می‌رسیم: بهره‌وری، یک سویه تاریک دارد که ما راجع به آن حرف نمی‌زنیم. بهره‌وری در سازمان، همه چیزش مثبت دیده می‌شود؛ انگار که بگوییم: «نگه داشتن رژیم غذایی دقیق، کار بسیار خوبی است». بسیار خوب، پس چرا همه آدم‌ها این کار را انجام نمی‌دهند؟ پاسخ در عبارت «سختی کارهای سخت» است: حتماً به دلیل نوعی «نشدنی بودن» در دل افزایش بهره‌وری است که ما آن را نادیده انگاشته‌ایم.

من فکر می‌کنم نگاه ما به بهره‌وری باید از بالا به پایین باشد؛ امکان ندارد بتوان بهره‌وری را از پایین به بالا توسعه داد. بهره‌وری از حاکمیت شروع می‌شود. ما با حاکمیتی مواجیم که هزینه بهره‌وری را نمی‌پردازد؛ چون بهره‌وری، با تعریف ما از عدالت اجتماعی و اقتصادی هم‌خوانی ندارد. بهره‌وری یعنی اینکه واحد تولیدی ناکارآمد را حذف کنیم، اما شرایط اجتماعی اجازه نمی‌دهد. پس نگاهمان به بهره‌وری، به صورت «انتخابی» می‌شود: «ما انتخاب می‌کنیم که اینجا با بهره‌وری کمتر ادامه دهیم». به همین دلیل است که میانگین اعدادمان در زمینه شاخص‌های بهره‌وری پایین می‌آید.

کنیم کار نکرده است. معنای این جمله چیست؟ یعنی ظرف مناسبی برای اینکه «داده» داخل آن بنشیند وجود ندارد. پس من هرچقدر روی توسعه دادن فناوری کار کنم، رتبه کلی بهره‌وری تغییر نمی‌کند؛ چون واقعیت این است که ساختار (همان سه‌گانه نیروی انسانی، فرایند و فناوری) متعادلی برای جذب این فناوری‌ها نداریم. پس هرچقدر هم که شاخه فناوری را تقویت کنیم، تا وقتی نیروی انسانی و فرایندهایمان رشد نکنند، نتیجه بهتری نمی‌گیریم.

جالب این است که در طول سال‌های اخیر نمره فناوری ما در شاخص نوآوری، از ۱۱۳ به ۶۲ رسیده است. البته هم آن رقم ۱۱۳ دلیل داشت و هم این عدد ۶۲ دلایل خاص خودش را دارد، اما به نظر می‌رسد رتبه واقعی‌مان در این حد تغییر نکرده باشد. چرا توسعه فناوری و نوآوری در همین دوره زمانی در بهره‌وری کشور اثری نداشته است؟ باید ببینیم آیا نوآوری ما بهره‌ور بوده؟ آیا در جای درست نشسته؟ آیا عملکردمان درست بوده؟ آیا مخاطب که قرار است با کمک فناوری بهره‌ورتر شود، جایگاهی برای بهره‌وری در ذهنش قائل است؟ از چه منظری به بهره‌وری نگاه می‌کند؟ آیا فناوری که ارائه می‌دهیم، اصلاً متناسب با این مخاطب است؟ وقتی فقط به تغییرات شاخص‌ها در طول زمان نگاه می‌کنیم، طبیعتاً نمی‌توانیم خطوط نانوشته را بخوانیم و در نتیجه طبیعی است که نتوانیم برنامه اثرگذاری هم برای آینده بریزیم. بنابراین واقعیت این است که باید از «رشد بهره‌وری صفر» خوشحال هم باشیم، چون ارقام منفی بعید نبوده است.

از مجموع صحبت‌هایی که دوستان تا الان مطرح کردند، چنین جمع‌بندی می‌کنم که شاید نقطه درست برای شروع بازاندیشی درباره اینکه چرا در رشد بهره‌وری نتوانسته‌ایم موفق باشیم، این باشد که موضوع «بهره‌وری» را با نگاه «بهره‌وری» تحلیل کنیم. اگر خودمان بخواهیم بهره‌ورتر باشیم، از منظر بهره‌ورانه چه رویکردی را باید دنبال کنیم؟

شعبانی: سؤال خوبی است. همان‌طور که اشاره شد بهترین کار این است که «کار درست» را بشناسیم. چگونه؟ برای اینکه در سازمان بدانیم چه کاری درست است، ابتدا لازم است نسبت به کسب‌وکار خودمان به شناخت درستی برسیم. یک کسب‌وکار ساخته می‌شود تا فروش داشته باشد، پس طبیعتاً نیاز به شناخت بازار از نظر نیازسنجی مشتری و رقبا و اطلاعات بازار پیدا می‌کند. در اینجا کلیدواژه «قابلیت» به میان می‌آید: کسب‌وکار باید مجموعه‌ای از قابلیت‌ها را در سازمان خود ایجاد کند تا به هدف تعیین شده برای خود (همان کار درست)، دست یابد. به صورت کلی هرچا صحبت از «قابلیت» می‌شود، همان سه محور مذکور مدنظر است: وجود فرایندهای اثربخش، نیروهای آموزش دیده‌ای که باید فرایند را انجام دهند و فناوری که از آن دو عامل قبلی پشتیبانی کند.

برای شناخت «کار درست» در دنیای واقعی می‌توانیم از مدل‌های مرجع زیادی که در دنیا شکل گرفته‌اند یا بهینه‌کاو (بنچ‌مارک) استفاده کنیم تا با الگوبرداری از آنها بفهمیم برای موفقیت در کسب‌وکار باید چه قابلیت‌هایی ایجاد کنیم. این قابلیت‌ها به ما می‌فهماند که چه کارهایی باید انجام دهیم. هرکدام از این «قابلیت‌ها» پاسخی است به خدماتی که قرار است کسب‌وکار شما ارائه دهد! اگر از نگاه یک «ذی‌نفع» به کسب‌وکار خود بنگرید، باید بدانید که چه خدماتی ضروری‌اند، اما این کفایت نمی‌کند، بلکه باید قابلیت را اجرایی کرد. چالش اینجا است که برای مثال یک ارگان دولتی شکل



دومین نکته مغفول و مهم، توجه به بهره‌وری در حوزه‌های کمتر شناخته شده است. ما در زمینه افزایش بهره‌وری در صنعت و اقتصاد تجربیاتی داریم، در اقتصاد خصوصی و شرکتداری هم تجاربی را از گذشته به دست آورده‌ایم، اما هیچ‌گاه نگاه بهره‌ورانه را به جایی مثل «کشاورزی» یا «صنایع آموزشی» تسری نمی‌دهیم و حتی در سطح مدیریتی هم بهره‌وری را نادیده می‌گیریم. نتیجه اینکه در مدیریت حصولتی، بهره‌وری را از بالا حذف می‌کنیم، ولی در سطح پایین‌تر، به صورت دستوری می‌خواهیم سازمان را بهره‌ور کنیم. واقعیت این است که بهره‌وری، از مدیر نگرش دار و آینده‌نگر نشئت می‌گیرد. صرف توزیع سود بر مبنای بهره‌وری و پاداش بهره‌ورانه چیزی را عوض نمی‌کند. بهره‌ورتر شدن فقط یک راهکار دارد: مبنای فکری مدیران باید بهره‌وری باشد.

در دنیای واقعی، مبنای مدیر ما، دستورات بالادست است و البته الزام هم دارد که چنین کند. مدیر نمی‌تواند دخالت زیادی در این رابطه بکند که «چرا سازمان باید امروز به سمت توسعه بازار برود» یا «چرا سازمان باید فقط زنده بماند؟». پس این «سیاست‌گذاری حصولتی» است که اصول بهره‌وری را تحت سیطره اصول دستوری نگه می‌دارد و صرفاً می‌خواهد سازمان را از پایین بهره‌ور کند. مثلاً ساعت ۲ بعد از ظهر تابستان، «چیلرها» را خاموش می‌کنند و به این نمی‌اندیشند که گرمای هوا موجب بی‌انگیزگی و اتلاف وقت مدیر و نیروی کار خواهد بود که هزاران میلیارد هزینه نامشهود را برای سازمان در پی می‌آورد: با این پول می‌شود هر سال مقدار زیادی برق و نیروگاه تولید کرد! اما کسی که آن بالا در جایگاه تصمیم‌گیر و تصمیم‌ساز نشسته، شعارش این است که «کار بد مصلحت آن است که مطلق نکنیم».

اگر بهره‌وری از بالا به پایین را کنار بگذاریم، به سمت «بهره‌وری آکواریومی» می‌رویم. می‌گوییم: «اصلاً مهم نیست در بیرون کارخانه من چه اتفاقی می‌افتد؛ من در کارخانه‌ام از لامپ کم‌مصرف، دستگاه بهینه و 5S استفاده کرده‌ام؛ رنگ جعبه‌ها با هم متفاوت است؛ حداقل تحرک کارگر را داریم و...» اما دوسوم محصولی که تولید می‌کنیم، می‌گندد، چون کسی نیست که آن را توزیع کند. محصول را بهره‌ور می‌کنیم، ولی کسی آن را نمی‌خرد! تولید سیب‌زمینی را خیلی بهره‌ور کرده‌ایم، ولی هیچ‌کس آن را نمی‌خرد!

بنابراین چالش ما این است که بهره‌وری را تبدیل به کالای لوکس و «زینت‌المجالس» کرده‌ایم و گفته‌ایم: «یکی از شاخص‌های موفقیت هر مدیری، این است که چند مدال بهره‌وری بر گردن او انداخته شده باشد.» ما بهره‌وری را به صورت خطی فهمیده‌ایم. بهره‌وری امری است که با خطی شدن فرایند، به شکل خطرناکی به رشد سریع می‌رسد؛ غافل از اینکه این رویکرد مکانیکی به بهره‌وری، در همه جا مفید نیست و گاهی جلوی خلاقیت و نوآوری را می‌گیرد.

به طور خلاصه باید گفت مدیرانی که بهره‌وری را می‌فهمند، در پی ارزش‌سازی از بهره‌وری‌اند و می‌توانند تک‌تک جزیره‌ها را به زبانی واحد برسانند

تا متوسط بهره‌وری را در کشور بالا ببرند. دستاورد بهره‌وری آزمایشی و آکواریومی، فقط این است که وقتی شب می‌خوابیم، وجدانمان آسوده باشد؛ مثل خاموش کردن لامپ و بستن شیر آب بعد از مسواک زدن! شیر آب هوشمند، بهره‌وری در صنعت آب را به دنبال نمی‌آورد؛ وقتی که دیگر هندوانه را در جای بی‌آب نکاریم بهره‌وری ایجاد کرده‌ایم!

من سه موضوع را از صحبت شما فهمیدم؛ اول اینکه بهره‌وری را باید سیستماتیک و در کل اقتصاد به صورت یکپارچه ببینیم؛ دوم اینکه تا وقتی نگاه کل‌نگرانه نداشته باشیم بهره‌وری جزیره‌ای نمی‌تواند اتفاق جدیدی را در اقتصاد ایران رقم بزند. نکته سوم هم اینکه آدم‌ها باید معتقد و مؤمن به بهره‌وری باشند؛ تا وقتی که ایمان قلبی به بهره‌وری ندارند، خروجی، همان بهره‌وری آکواریومی است که درباره‌اش توضیح دادید. با این دیدگاه، شاید بار سنگین بهره‌وری، بر دوش تک‌تک افراد جامعه گذاشته شود: «من نوعی که در جامعه زندگی می‌کنم، چطور می‌توانم ابتدا خودم بهره‌ور شوم و در مرحله بعد، آن را به سازمان خود تسری دهم؟» آقای نوروزی، شما به عنوان مدیر یک شرکت دانش‌بنیان، روزمره با این چالش‌ها سروکار دارید؛ نگاه شما به موضوع بهره‌وری در سازمان خودتان چیست؟

نوروزی: این سؤال هرروزه ماست! در یک بنگاه خصوصی، در لحظه، برای هر پرداخت، هر دریافت، هر تحلیل خدمت و هر تحلیل محصول، این موضوع را در نظر می‌گیریم؛ در غیر این صورت، آخر ماه سؤال‌هایی از جنس «حقوق را از کجا بپردازم؟» پیش می‌آید. شما سؤال دیگری هم پرسیدید که تاحدی مغفول ماند: «نگاه شخصی افراد به بهره‌وری چگونه است؟» هر جامعه بنا بر ذات انسانی، مسیرش را رو به آسایش انتخاب می‌کند و چالش این است که بهره‌وری با این تمایل در تناقض قرار می‌گیرد. من همیشه دنبال آن هستم که کارم‌آسان‌تر انجام شود؛ اگر در دو کار پیش روی خود ببینم که یکی سخت‌تر است، به سمت کار آسان‌تر می‌روم.

بیا بید نگاه‌های جامعه‌ای بیندازیم که در پنجاه سال گذشته، بهره‌وری آن در حد صفر بوده؛ در یکی از سفرهایی که به یزد رفتم، مزرعه هندوانه دیدم. کشاورزهای عزیز آنجا می‌گفتند: «ما کمبود آب داریم؛ چون پمپ‌های جدیدی که آمده می‌تواند آب را از عمق بیشتری استحصال کند.» اما در همان جا، قنات‌هایی داریم که نزدیک به هزار سال عمر کرده‌اند! شبکه این قنات‌ها، بالغ بر هفتصد کیلومتر می‌شود. این را مقایسه کنید با رفتاری که در شمال ایران در رابطه با برنج انجام می‌شود.

این همان نکته‌ای است که آقای ستارزاده هم به آن اشاره کردند: اینکه من بهره‌وری یک گوشه را با یک پارامتر بسنجم، راه به بیراهه دارد. همین جامعه‌ای که الان مسئله آب دارد، در زمانی در گذشته درباره آب، به تعادل رسیده بوده است: آنجایی که مجبور شده، قنات کشیده، جایی که آسایش را دنبال می‌کرده، مزرعه برنج ساخته؛ با همین استدلال، وقتی از سازمان، شرکت یا فرد صحبت می‌کنیم؛ صادقانه‌ترین بیان این است که جایی که اجبار نباشد، خبری از بهره‌وری نخواهد بود! من چه زمانی مجبور می‌شوم به سراغ بهره‌وری بروم؟ موقعی که بخواهم در اقتصاد رقابتی فعالیت کنم! وقتی مجبور باشم بهای تمام‌شده را پایین بیاورم و ارزش افزوده را بالا ببرم تا منافعی خود را حفظ کنم. قدم اول این است. تازه بعد از آن به دنبال افزایش منافعی می‌روم که نیازمند افزایش بهره‌وری است. وقتی یک سازمان دارد خدماتی را به صورت انحصاری می‌دهد و مردم هم مجبورند و عادت کرده‌اند که آنها را بخرند و بدون توجه به کیفیت خدمات، مصرف آنها جزئی



سازمان‌های ما دفن می‌شود. پردازش این کلان داده‌ها امروزه «ترند» است. هر استارت‌آپی باید بتواند سرمایه جذب کند. برای جذب سرمایه باید روی کلیدواژه‌هایی مثل هوش مصنوعی، پردازش بزرگ و در پنج سال آینده روی Quantum Computing تمرکز کرد که فناوری‌های اساسی حوزه بهره‌وری شناخته می‌شوند. نوری: امروزه سازمان‌ها ناخواسته بعضی منابع خود را هدر می‌دهند و لزوماً از این بابت خوشحال نیستند؛ هرچند که بعضی منابع هم در سازمان‌ها به هدر می‌رود که از بابتش خیلی هم خوشحال‌اند! شاید دوستان نوآور ما بتوانند مسیری برای بهینه‌سازی هدررفت منابع دسته اول که به سازمان‌ها فشار وارد می‌کنند، بیابند. برای مثال یکی از فناوری‌هایی که به فین‌تک‌ها و نئوبانک‌ها کمک زیادی می‌کند ایجاد گردش کارهای خودکار از طریق پرداخت‌های الگوریتمی و مالی نهفته است. این کارها، هم بهره‌وری مالی را بالا می‌برد و هم سازمان‌ها را از منافعش بهره‌مند می‌کند.

شعبانی: پاسخ سؤال شما نیاز به کمی تأمل و تفکر دارد، ولی ایده اولیه من این است که خیلی وقت‌ها، سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی، سرویس‌هایی می‌دهند که آن سرویس‌ها را به شکل گران می‌خرند و در اختیار مشتریان قرار می‌دهند. به‌طور مثال در روزهای آغازین شکل‌گیری دولت الکترونیک در ایران، هرکدام از سازمان‌های دولتی، برای احراز هویت مخاطبانی که می‌خواستند از آنها خدمات الکترونیکی بگیرند، از او می‌خواستند که اطلاعات هویتی خود را در قالب مدارک اسکن شده در اختیار ایشان بگذارند، ولی امروزه به‌راحتی با یک وب‌سرویس می‌توانند از ثبت احوال، کد ملی شخص را استعلام کنند. این نمونه می‌تواند در جاهای دیگری هم بازتولید شود.

ستارزاده: یک مثال دیگرش جایی است که سازمانی می‌خواهد کاری را انجام دهد، ولی خودش دوست ندارد دنبال آن برود، چون برایش گران درمی‌آید!

شعبانی: بله! شما باید اینها را پیدا کنید و سرویس‌های پشت‌صحنه آنها را هم بشناسید. حتی ممکن است به این نتیجه برسید که برای ارائه آن سرویس‌ها، ایجاد یک شرکت جدید به‌صرفه نیست! گاهی اوقات در صنعت، از «زیرپله‌ها» حرف می‌زنیم. زیرپله‌ها، برای صنایع بزرگ، لزوماً آفت نیستند و اتفاقاً گاهی خیلی هم مثبت‌اند؛ مثلاً من در صنعتی دنبال ایجاد سبدهای محصولات هستم و فقط تعداد مشخصی از آنها برایم ارزش و صرفه تولید و سودآوری دارد. من برای جور بودن جنس خودم، از «زیرپله‌ها» نیز کالایی می‌گیرم و سبدم را کامل می‌کنم. شما می‌توانید این نگاه را به حوزه خدمات الکترونیکی و دیجیتال تسری دهید. چه سرویسی است که ماهیتش «زیرپله‌ای» است و کسب‌وکارهای بزرگ دنبال آن هستند؟ شما باید جای خود را بین «تخم‌مرغ‌ها» پیدا کنید. به‌نظم این می‌تواند برای استارت‌آپ‌ها نقطه شروع خوبی باشد

از سید زندگی‌شان شده، چرا از این سازمان توقع بهبود بهره‌وری داریم؟ چرا باید تغییر کند؟ چرا باید بهره‌وری را یک ارزش بشناسد؟ چرا باید مؤمن به بهره‌وری باشد؟ این سازمان زمانی مؤمن به بهره‌وری می‌شود که احساس ریسک کند. در جایی که ریسک اطاعت از دستورات بالادستی وجود داشته باشد، در همین جهت بهره‌وری می‌شود؛ و در جایی که ریسک را در ضعف کیفیت پایین خدمات ببیند، در آن جهت بهره‌وری می‌شود. هیچ جامعه‌ای به خودی خود، مسئولیت بهره‌وری را برعهده نمی‌گیرد؛ شرایط است که جامعه را به آن سمت می‌برد.

ژاپنی‌ها چرا آقای «دمینگ» را آوردند تا کیفیت را در آنجا پیاده‌سازی کند؟ چون اقتصادشان در جنگ جهانی دوم از بین رفته بود. آنها مجبور بودند به خارج از ژاپن کالا بفروشند، مجبور بودند به صادرات رو بیاورند و باید در بازار آمریکا و اروپا رقابت می‌کردند! بعدها سیاست‌های کره جنوبی نیز به همین سو رفت؛ مثلاً برای فروش به داخل، مالیات سنگین می‌بستند و مالیات صادرات را حذف می‌کردند که کاملاً خلاف جهت سیاست‌های ما است. این سیاست‌گذاری‌ها به چه نتیجه‌ای انجامید؟ شرکت‌های کره‌ای مجبور شدند در بازارهای دیگر بفروشند و در بازارهای دیگر رقابت کنند. رقابت کردن یعنی چه؟ یعنی باید قیمت بهینه، کیفیت بهینه و خدمات بهینه ارائه بدهید تا به فروش برسید. چنین اجباری بود که شرکت‌های ژاپنی و کره‌ای را به سمت بهره‌وری برد. البته من با نگاه بهره‌وری از بالا به پایین موافق نیستم؛ از دید من، بهره‌وری یک اکوسیستم است. واقعیت این است که وقتی اکوسیستم اقتصادی کشور طوری شکل گرفته که هرکدام از ما با یک یا دو یا پنج واسطه، نهایتاً «کارمند نفت» باشیم؛ تنها چیزی که برایمان اهمیت می‌یابد حفظ کردن موقعیت فعلی است.

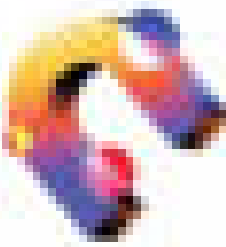
شرکت دانش‌بنیان، بازارش را وقتی می‌تواند رشد بدهد که تبدیل به «مأمور خرید سازمان‌های دولتی» شود؛ به جای اینکه به سمت تولید برود! این کار سود بیشتری دارد. در این شرایط، چرا تولید را بهینه کند؟ بهتر است واردات را به سمت بهینگی برد. منفعت این شرکت و تمام فشارها آن را به این سو می‌برد. وقتی ساختارهای حمایت از تولید داخلی نمایشی و زینت‌المجالسی است، من هم «ادعای دانش‌بنیانی» را به میان می‌آورم، جنسی را از چین وارد می‌کنم، برایش قاب می‌سازم و آن را می‌فروشم! این اتفاقی طبیعی در جامعه است.

تا اینجا نگاه منتقدانه به موضوع بهره‌وری داشتیم که مصداق همان کلیدواژه «بهره‌وری آگوار بومی» است، اما برای جمع‌بندی بگذارید با دیدی کمی امیدوارانه صحبت کنیم: من یک جوان هستم و می‌خواهم یک استارت‌آپ راه بیندازم؛ به موضوع بهره‌وری هم مؤمن هستم و می‌خواهم در حوزه بهره‌وری کار کنم. چه استارت‌آپی راه بیندازم؟ چه حوزه‌ای برای کار کردن در عرصه بهره‌وری می‌تواند جذاب باشد؟

ستارزاده: دیدگاه من این است که کنترل‌گرهای ۳۶۰ درجه عملکرد باعث می‌شوند بهره‌وری را به سازمان تحمیل کنیم؛ او که کمتر کار کرده را یا او که بیشتر کار کرده متفاوت بدانیم! این روش، خلاقیت را از بین می‌برد، اما اگر صرفاً به این نگاه کنیم که چه چیزی در حوزه بهره‌وری پول‌ساز است، می‌توان گفت که امروز، کنترل‌گرهای مبتنی بر پردازش بالای داده حوزه جذابی است. ما با پردازش داده‌های سازمان‌ها، می‌توانیم جلوی تعدادی فرایند اشتباه و چیزهایی که داشته دفن می‌شده را بگیریم. بخش زیادی از داده‌های

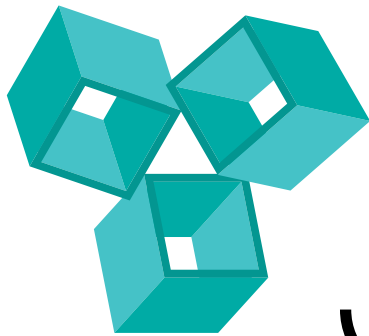
برند کارفرمایی

EMPLOYER BRANDING



INOTEX

IT DAY



رویداد ۹ ژانویه

Jan 9



عصرانه راهکار

دوره‌می فعالان کسب و کارهای اقتصاد نوآوری ایران



عصر تراکتس



رویدادها

۱۰۹

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

مروری بر مهم‌ترین رویدادهای صنعت فناوری های مالی کشور در سال ۱۴۰۲

تبدیل مباحث چالشی به رویدادهای علمی

۱۴۰۲، سال برپایی دوباره رویدادها و پایه‌گذاری رویدادهای جدید بود. اکوسیستم نوآوری و صنعت فناوری های مالی کشور که چند سال اخیر هم‌زمان هم رشد را تجربه کرد و هم با بحران‌هایی مانند همه‌گیری ویروس کرونا و بعد از اتفاق‌های داخلی سال ۱۴۰۱ همراه شد، فرصت‌های محدودی برای شبکه‌سازی و گردهمایی داشت، اما در سالی که گذشت، فعالان این صنعت یکدیگر را در نه در فضاهای مجازی، بلکه در سالن‌ها و مراکز همایش‌های مختلف دیدند و شبکه‌سازی کردند. رویدادهای چندساله اینوتکس، فاینکس، الکامپ و جیتکس امسال با استقبال بیشتر و پرمحتواتر (به‌ویژه رویداد الکامپ) برگزار شدند و رویدادهای جدیدی مانند برند کارفرمایی پا به صحنه گذاشتند. نکته جالب سال ۱۴۰۲ در برگزاری رویدادهای این صنعت، شکسته شدن فضای انحصاری تیم‌های برگزاری رویدادهای متنوع بود. امسال کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار با برگزاری چند رویداد بزرگ و تخصصی فرصت‌هایی برای گردهمایی و شبکه‌سازی ایجاد کرد و حالا دیگر می‌توان گفت یکی از بازیگران جدی و اثرگذار در توسعه اقتصاد دیجیتال و شبکه‌سازی در قالب پلتفرم رویداد، «راه‌کار» است. راه‌کار در میانه سال با حضور در رویداد جیتکس، فرصتی برای هم‌نشینی ایرانی‌های حاضر در این نمایشگاه فراهم کرد و یکی از برگزارکنندگان رویداد پرشین تک سامیت بود. رویداد ۹ ژانویه نیز در سومین دوره خود با مخاطبان بسیار گسترده‌تر و در دو روز برگزار شد و رویداد برند کارفرمایی نیز برای اولین بار در این سال برگزار شد. در چند سال اخیر فعالان اکوسیستم همواره یکی از چالش‌های اساسی خود را موضوع منابع انسانی عنوان می‌کردند و رویداد برند کارفرمایی همین موضوع را از حاشیه به متن آورد و تلاشی بود برای اینکه بتوان با توصیف دقیقی از لحظه حال، به راهکارها پرداخت. در ادامه نگاهی به مهم‌ترین رویدادهای صنعت فناوری های مالی و اکوسیستم نوآوری کشور در سال ۱۴۰۲ انداختیم.



دوازدهمین نمایشگاه اینوتکس

دوازدهمین دوره نمایشگاه بین‌المللی نوآوری و فناوری اینوتکس ۲۰۲۳ از ۱۹ تا ۲۲ اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۲ در پارک فناوری پردیس در سه بخش نمایشگاهی، رویدادهای تجاری و ترویجی و بخش‌های آنلاین میزبان اعضای اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور اعم از شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها، پارک‌های فناوری و شرکت‌های سرمایه‌گذاری بود. در این دوره از نمایشگاه بیش از چهارصد شرکت نوآور و فناور در قالب غرفه‌دار و نیز ۱۵۰ سرمایه‌گذار استارت‌آپی حضور داشتند و چهارصد جلسه بین کسب‌وکارها و حدود بیست رویداد جانی، چند سخنرانی و چندین پنل متنوع برگزار شد. در جریان نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۳ پنل‌های متنوعی برگزار شد.

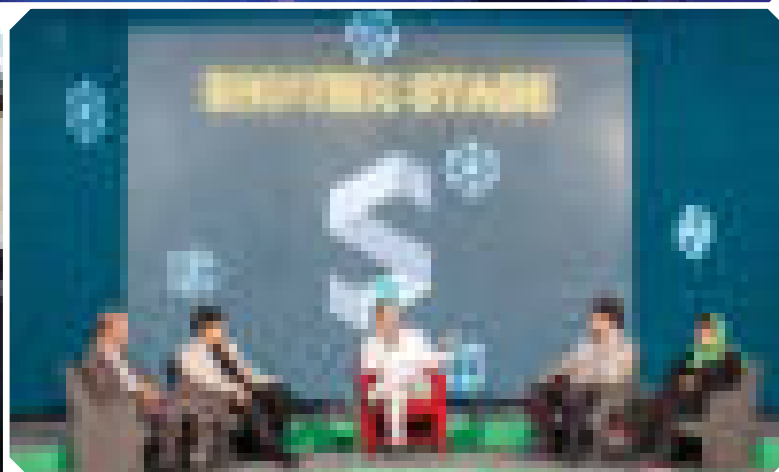
«اینشورتک کی بیمه‌ها را متحول می‌کند؟»، «وضعیت فین‌تک در دولت جدید»، «دولت‌ها چگونه به‌جای تسلیم شدن، به استقبال دیفای می‌آیند؟»، «قلب تپنده اقتصاد ایران در دهه پیش رو چیست؟» و... از جمله پنل‌هایی هستند که در استیج اینوتکس ۲۰۲۳ برگزار شدند.

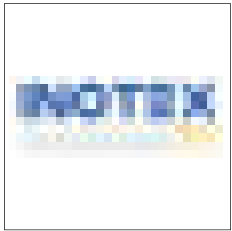
مهرتراکتس



ASAE.TARAKTS.IR

ماهانمه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



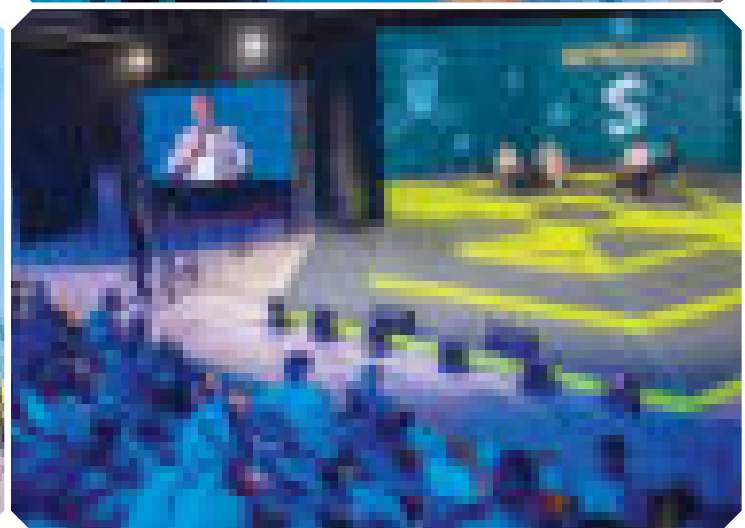
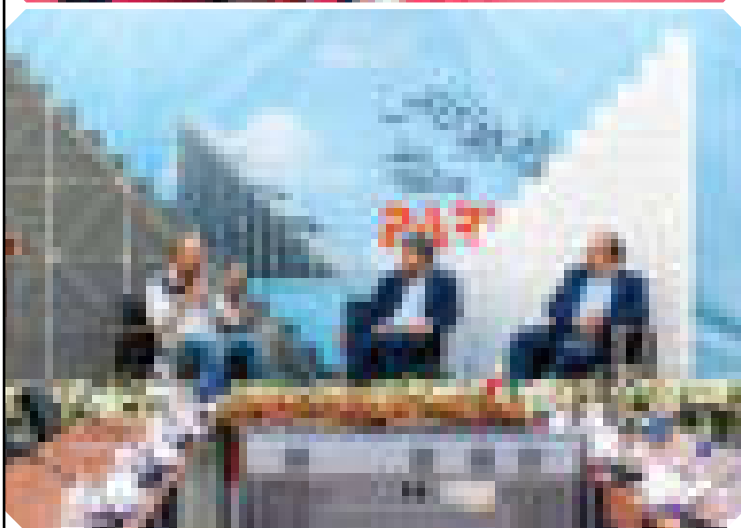
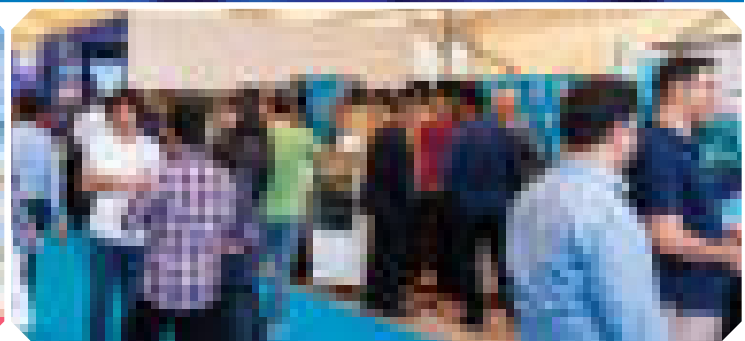
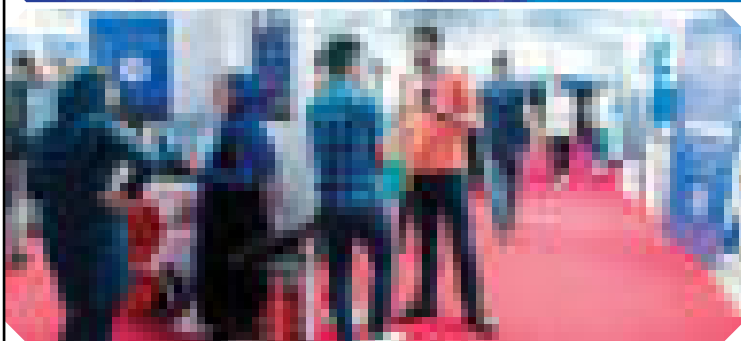


عمر تراکتس



اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



دومین سمینار رگ تک

دومین سمینار رگ تک ایران، در تاریخ ۱۰ خرداد ۱۴۰۲ توسط کارخانه نوآوری رسانه راه کار در محل آکادمی ایرانسسل برگزار شد. هدف اصلی دومین سمینار رگ تک این بود که توجه نهادهای حاکمیتی و کسب و کارهای خصوصی و دولتی را به مفهوم رگ تک و کاربرد اثربخش فناوری در قانون گذاری، نظارت و تطبیق در عرصه های گوناگون و استفاده از فناوری در راستای افزایش کیفیت زندگی مردم جلب کند. در این سمینار دو پنل و سه سخنرانی برگزار شد. پنل اول «بررسی تخصصی رگ تک در ایران و اثرات آن تا امروز» و پنل دوم «فرصت های آینده رگ تک در ایران» نام داشت و سه سخنرانی نیز توسط رضا باقری اصل، دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات؛ حمید حسن آبادی، مدیر سابق فناوری اطلاعات سازمان بورس و مجتبی توانگر، عضو کمیسیون اقتصاد دیجیتال مجلس انجام شد.



همراه با گفت

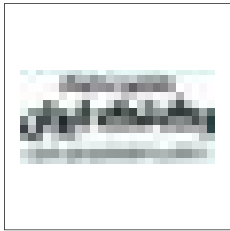


۱۱۲

ASAE.TARANESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران





عمر تراکتس

رویداد

۱۱۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم





مهرتراکتس

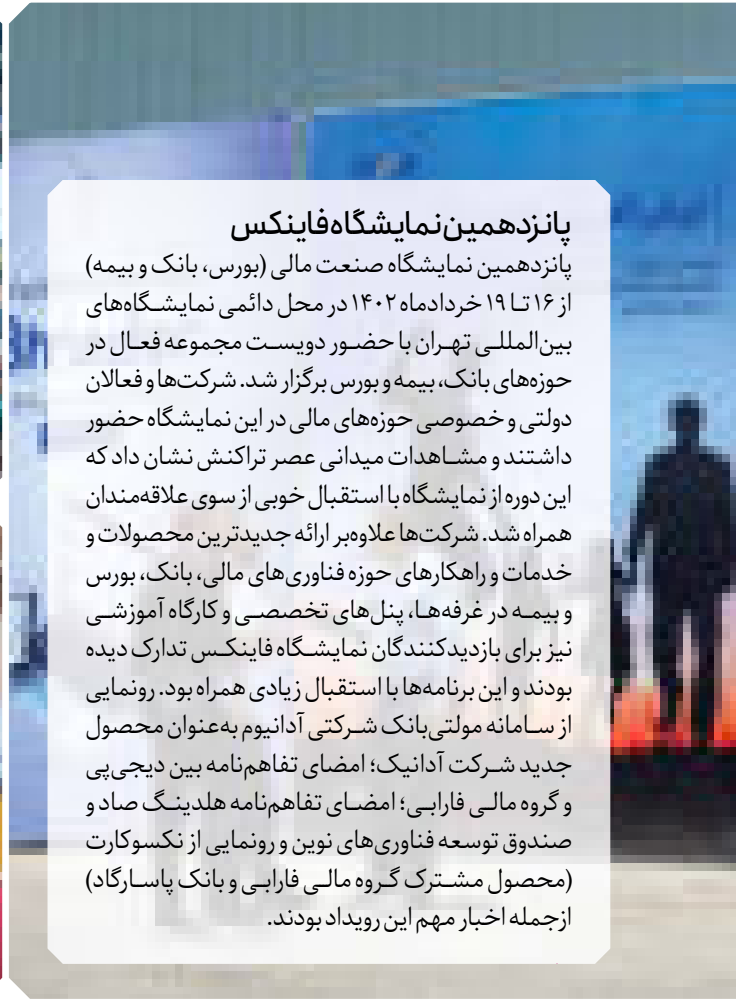
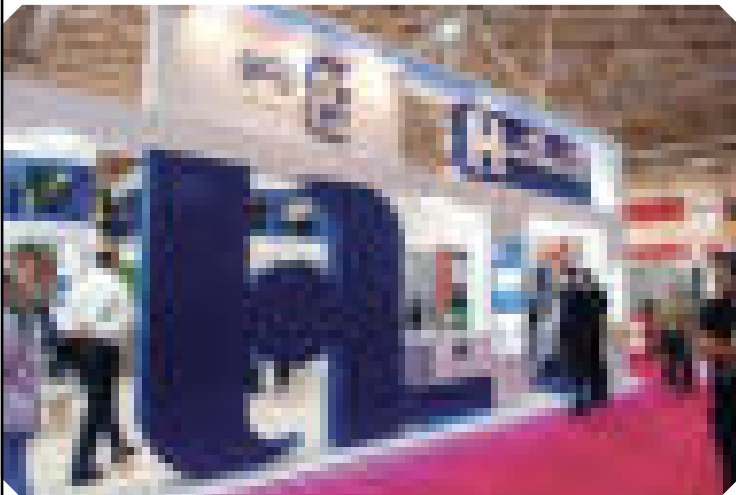


۱۱۴

ASAEETRAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران





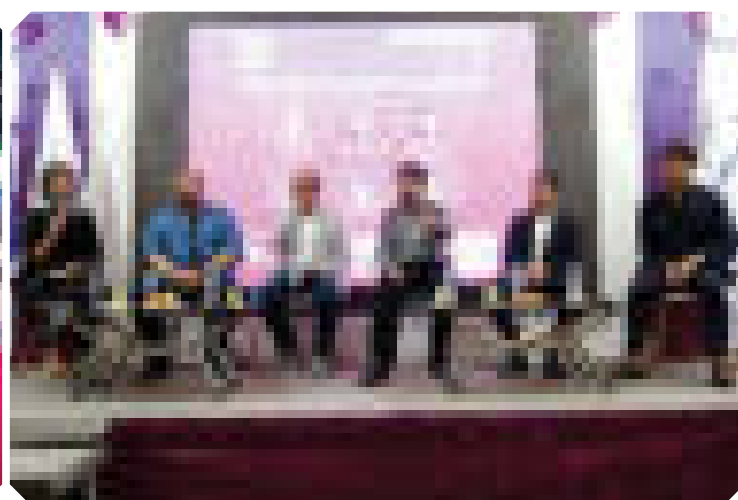
پانزدهمین نمایشگاه فاینکس

پانزدهمین نمایشگاه صنعت مالی (بورس، بانک و بیمه) از ۱۶ تا ۱۹ خردادماه ۱۴۰۲ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران با حضور دوپست مجموعه فعال در حوزه‌های بانک، بیمه و بورس برگزار شد. شرکت‌ها و فعالان دولتی و خصوصی حوزه‌های مالی در این نمایشگاه حضور داشتند و مشاهدات میدانی عصر تراکنش نشان داد که این دوره از نمایشگاه با استقبال خوبی از سوی علاقه‌مندان همراه شد. شرکت‌ها علاوه بر ارائه جدیدترین محصولات و خدمات و راهکارهای حوزه فناوری‌های مالی، بانک، بورس و بیمه در غرفه‌ها، پنل‌های تخصصی و کارگاه آموزشی نیز برای بازدیدکنندگان نمایشگاه فاینکس تدارک دیده بودند و این برنامه‌ها با استقبال زیادی همراه بود. رونمایی از سامانه مولتی بانک شرکتی آدانپوم به عنوان محصول جدید شرکت آدانیک؛ امضای تفاهم‌نامه بین دیجی‌پی و گروه مالی فارابی؛ امضای تفاهم‌نامه هلدینگ صاد و صندوق توسعه فناوری‌های نوین و رونمایی از نکسوکارت (محصول مشترک گروه مالی فارابی و بانک پاسارگاد) از جمله اخبار مهم این رویداد بودند.





عکس‌ها:
 نسیم اعتمادی
 رضا نعمت‌پور
 محمد نبی‌خانی
 میترا افتخار



عصر تراکنش



۱۱۶

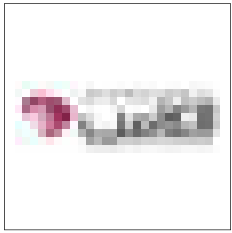
ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
 فناوری‌های مالی ایران

بیست‌وششمین نمایشگاه الکامپ

پس از چهار سال وقفه به بهانه‌های مختلف، بیست‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) به مدت پنج روز از چهارم تا هشتم تیرماه سال ۱۴۰۲ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران با حضور ۴۸۰ شرکت، ۱۲۰ هزار بازدیدکننده و هفتاد مهمان خارجی در قالب چهار شرکت از ۱۰ کشور جهان برگزار شد. الکامپ امسال با ساختاری جدید برگزار شد و در این دوره از نمایشگاه بخش‌های استیج و استودیو به محتوای الکامپ اضافه شدند. در برنامه استیج با برگزاری پنل‌های تخصصی و ایراد سخنرانی، تحولات، روندها و چالش‌های اکوسیستم نوآوری ایران بررسی شد. طبق بررسی‌های عصر تراکنش، ۳۳ موضوع در دل محتواهای ارائه‌شده در استیج جای گرفته بود و بحث‌های رگولاتوری، دارایی دیجیتال و سخت‌افزار سهم بیشتری از موضوعات استیج را به خود اختصاص داده بود. طی پنج روز برگزاری الکامپ ۵۳ نشست و سخنرانی با حضور ۱۵۳ نفر از مردان و زنان فعال در فضای صنفی و حوزه فناوری اطلاعات در الکامپ استیج برگزار شد. علاوه بر این موارد، برخلاف دوره‌های قبل که کسب‌وکارها و صرافی‌های رمزارزی در الکامپ حضور فیزیکی نداشتند یا با عنوان استارت‌آپ در نمایشگاه حاضر می‌شدند، در این دوره، چند غرفه با مترائز بالا داشتند.





عمر تراکتس

رویداد

۱۱۷

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



عکس ها:
رضا نعمت پور
زهرا پایدار
محمد نبی خانی
محمد برهمندپور

دومین رویداد ملی روز فناوری اطلاعات

دومین رویداد ملی روز فناوری اطلاعات ۲۰ تیرماه ۱۴۰۲ با حضور ۱۶۰۰ نفر از فعالان بخش خصوصی و دولتی و با حمایت شرکت های تندر نور، ارتباط فردا، تجارت الکترونیک پارسیان و داده ورزی جویا برگزار شد. در این رویداد که توسط سازمان نظام صنفی رایانه ای استان تهران در سالن همایش های برج میلاد برگزار شد، محمدباقر قالیباف، رئیس مجلس شورای اسلامی؛ عیسی زارع پور، وزیر ارتباطات؛ محمدمبین آقامیری، دبیر شورای عالی فضای مجازی و حسن هاشمی، رئیس سازمان نصر کشور حضور داشتند و از اهمیت حوزه فناوری اطلاعات در شکوفایی اقتصاد کشور صحبت کردند. پخش کلیپ روز فناوری، پخش کلیپ معرفی حامیان، مسابقه و قرعه کشی، هم نشینی چهره ها و تشکل های صنفی و کسب و کاری، تقدیر و تشکر از پیشکسوت های فناوری اطلاعات ایران، اهدای جوایز تینواستارز و گفت و گویی در همین باب، اهدای جوایز جام انفورماتیک با حضور وزیر ورزش، جمع سپاری برای آزادسازی زندانیان حوزه فناوری و قرائت بیانیه پایانی از دیگر برنامه های این رویداد بود.

مهرتراکتس

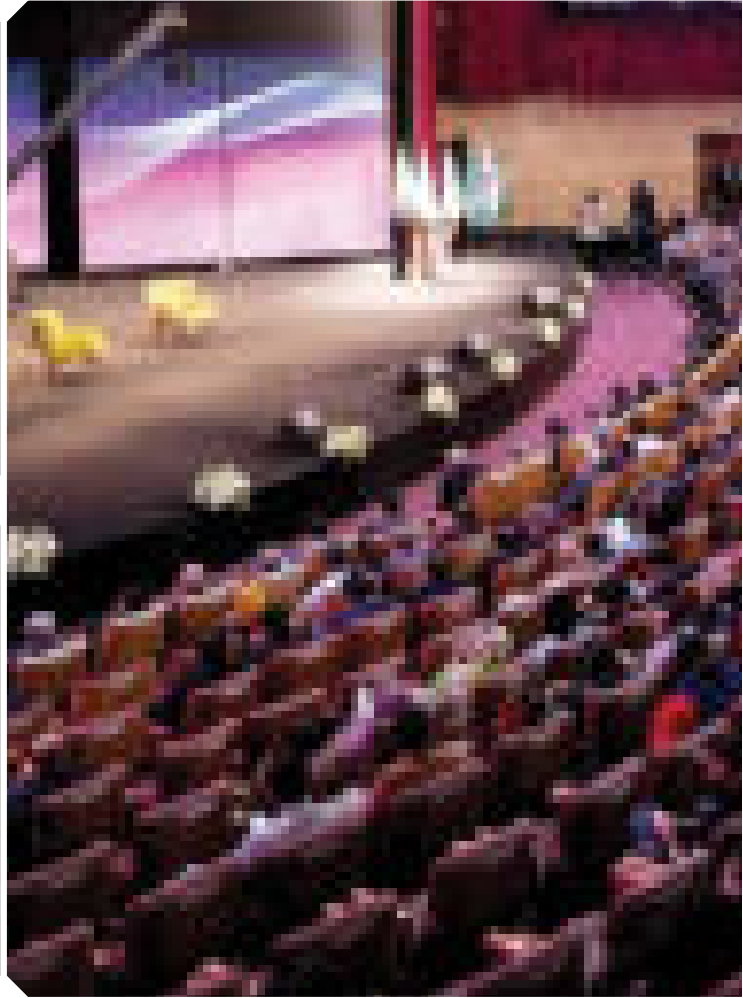
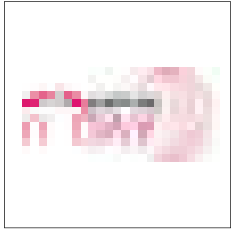


۱۱۸

ASAE TARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران





عمر تراکتس

رویداد

۱۱۹

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

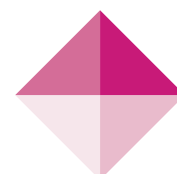




عکس:
 زهرا پایدار
 رضا نعمت پور
 محمد خدابخش
 هانیه رستگار



عصر تراکتس



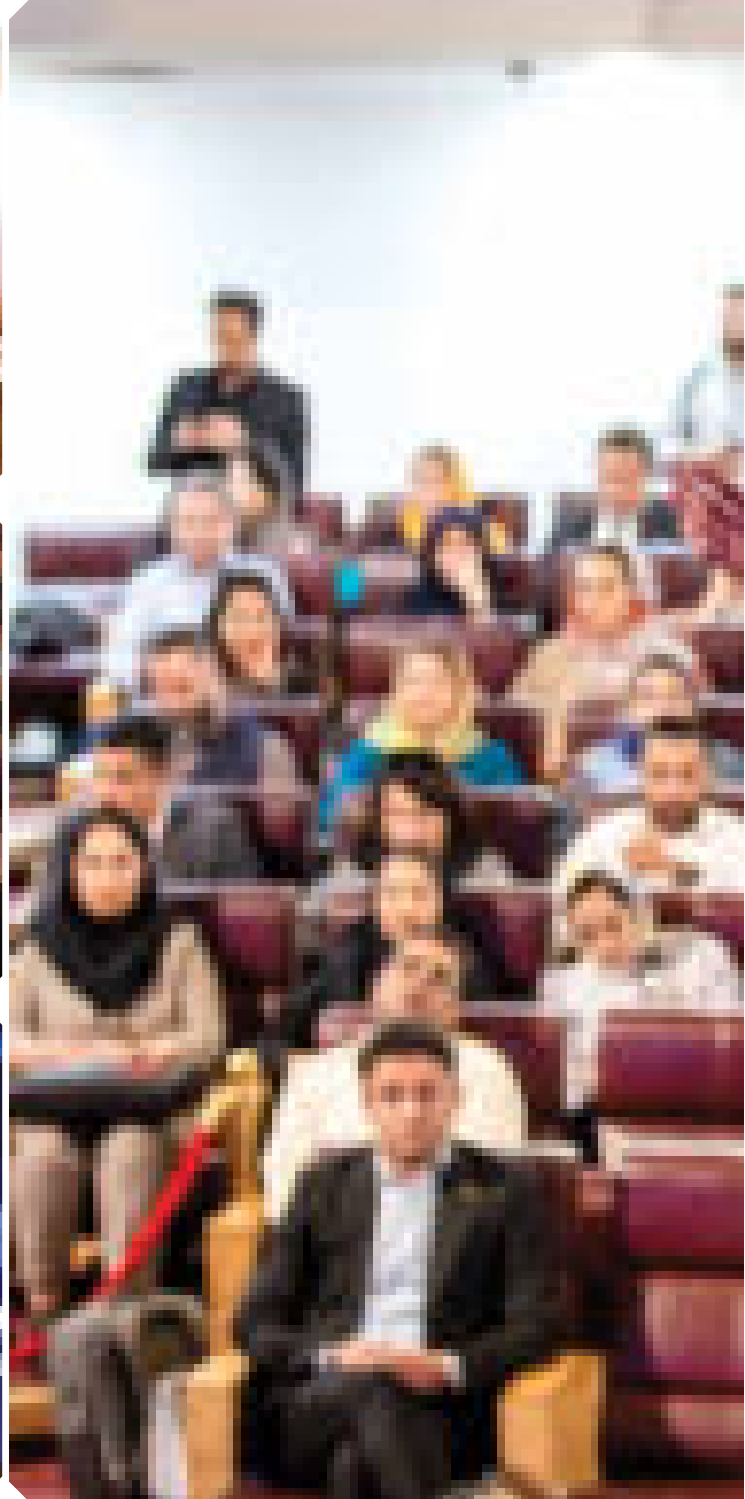
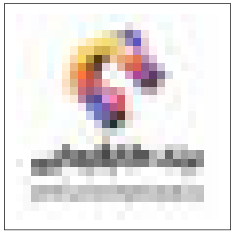
۱۴۰۲

ASAE TARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
 فناوری های مالی ایران

اولین رویداد برند کارفرمایی

هشتم شهریور ماه ۱۴۰۲ اولین رویداد برند کارفرمایی توسط کارخانه نوآوری رسانه راه کار و حمایت بانک تجارت برگزار شد؛ رویدادی که فرصت بسیار خوبی را برای مدیران ارشد و مدیران منابع انسانی کسب و کارها فراهم کرده بود تا بتوانند تجربه های خود در حوزه برند کارفرمایی و چالش های جذب و نگهداشت منابع انسانی را به اشتراک بگذارند. این رویداد با چهارده سخنران و یک پنل تخصصی به موضوعاتی مانند راهکارهای جذب و نگهداشت منابع انسانی، روابط عمومی و نقش آن در توسعه برند کارفرمایی کسب و کارها، چالش های جذب نیروی انسانی متخصص در کسب و کارهای خارج از تهران، تفاوت ها و چالش منابع انسانی برای مدیران شرکت های بزرگ، نسل زد و فرهنگ کاری جدید آنها پرداخت. در این رویداد که با حضور بیش از ششصد نفر از مدیران کسب و کارها برگزار شد، علاوه بر اینکه متخصصان و مدیران منابع انسانی کسب و کارها از چالش های این روزهای خود گفتند، بنیان گذاران و مدیران عامل کسب و کارهای کوچک و بزرگ نیز این فرصت را یافتند تا با فرصت های سازمان ها برای ساخت، تقویت و حفظ برند کارفرمایی بیشتر آشنا شوند.



عمر تراکتس

رویداد

۱۲۱

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

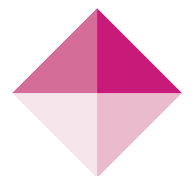




نمایشگاه جیتکس ۲۰۲۳

جیتکس ۲۰۲۳ از ۲۴ تا ۲۸ مهرماه در مرکز تجارت جهانی دومی برگزار شد؛ نمایشگاهی که چهل و سومین دوره خود را پشت سر گذاشت. جیتکس ۲۰۲۳ 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 کردند. یکی از مهم‌ترین محورهای اصلی این نمایشگاه هوش مصنوعی بود و کنفرانس‌ها با ۲۱ محور اصلی و ۱۵۰۰ سخنران از هشتاد کشور برگزار شد. یکی از موضوعات جالب در این دوره از برگزاری جیتکس این بود که بخش‌هایی مستقل برای فین‌تک و بلاکچین وجود داشت. تیم رسانه‌ای راه‌کار نیز هر روز مهم‌ترین تحولات این رویداد جهانی را با ما در میان گذاشت. طبق مشاهدات تیم راه‌کار، هرچند جیتکس با نگاه اول سوار بر روندهایی همچون هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، متاورس و وب ۳.۰ بود؛ اما واقعیت آن است که کاربردپذیری این روندها نیز توسط شرکت‌های بزرگ بسیار به چشم می‌آمد. شرکت‌های بزرگ حاضر در جیتکس به دنبال ارائه محصولات خود برای حل چالش‌های کسب‌وکارها بودند و نه فقط ارائه یک محصول و سوار شدن بر روندهای جهانی.

مهر تراکتس

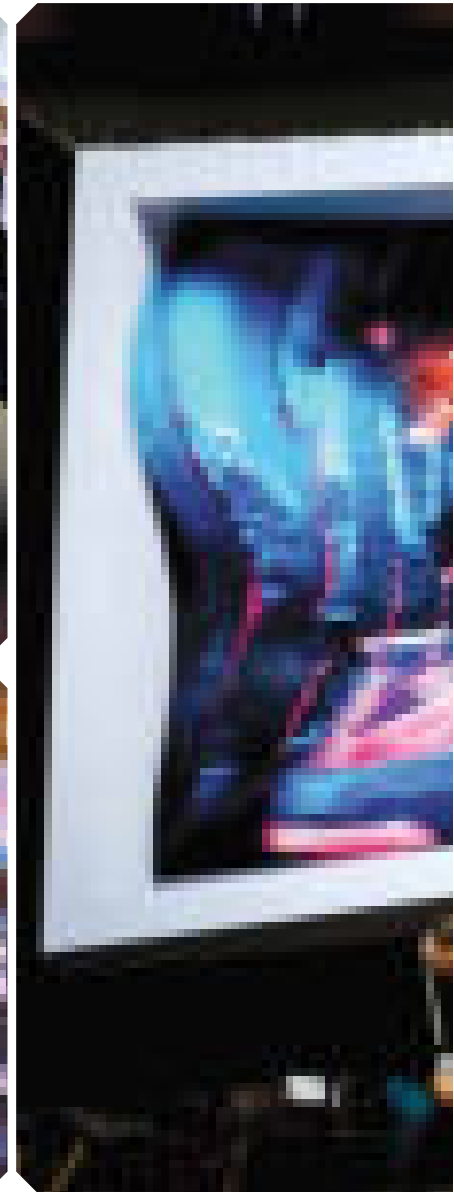


۱۲۲

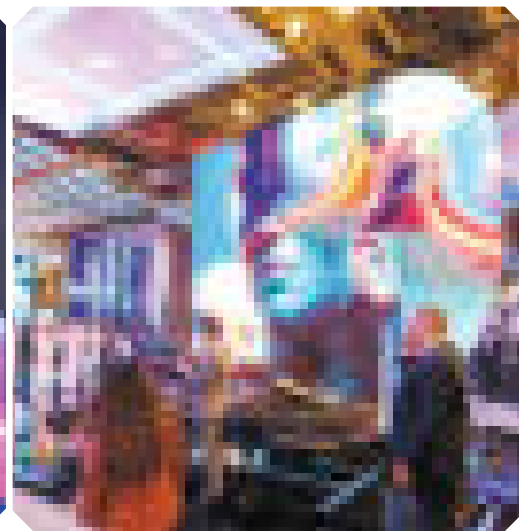
ASAEETARAHDONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران





عمر تراکتس



۱۲۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



رویداد پرشین تک سامیت

در چیتکس ۲۰۲۳ شاهد حضور پررنگ ایرانیان در شهر دومی بودیم و دوره‌می‌هایی نیز توسط فعالان کسب‌وکاری ایرانی در حاشیه این رویداد برگزار شد؛ دوره‌می‌هایی که به نظر می‌رسید شروع راهی برای ساختن کامیونیتی و حلقه ارتباطی فعالان کسب‌وکارهای فارسی‌زبان مبتنی بر فناوری در منطقه بود. یکی از کامل‌ترین این رویدادها، پرشین تک سامیت بود که فرصت خوبی برای تبادل نظر و البته شبکه‌سازی فراهم کرده بود. این رویداد در تاریخ ۲۷ مهرماه از ساعت ۱۷ الی ۲۱ برگزار شد و شامل سخنرانی‌ها، کارگاه‌ها و پنل‌های تخصصی بود و شرکت‌کنندگان این امکان را داشتند تا طی این همایش با فرصت‌های سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های فعال آشنا شوند و شبکه حرفه‌ای خود را گسترش دهند. طاها تهرانی، عظیم ربیع‌زاده، مصطفی ثابتی، مصطفی مرشدی و همچنین مجموعه‌های عصرانه راه‌کار و شورای بازرگانی ایرانیان دومی برگزارکنندگان اصلی این همایش بودند. همچنین پوریا حداد، مصطفی ثابتی، مهگل ثابت، مصطفی مرشدی، کیوان محیط مافی، هاجر سعیدی نژاد، طاها تهرانی، جواد بهره، رضا قربانی، عماد قائنی، محمد رحمانی، مهدی رجبی و عظیم ربیع‌زاده در این برنامه سخنرانی کردند. کارنگ و استودیو راه‌کار نیز از حامیان رسانه‌ای این دوره‌می فعالان اکوسیستم بودند.



عصر تراکتس



۱۲۴

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

عصرانه راهکار

دوره میهمان کسب و کارهای اقتصاد نوآوری ایران

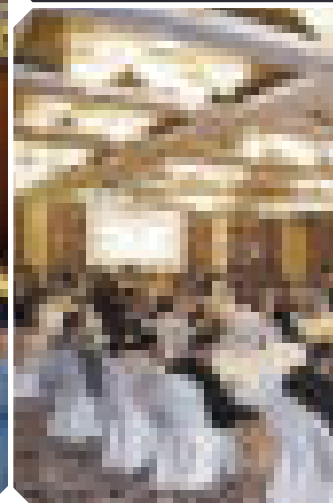
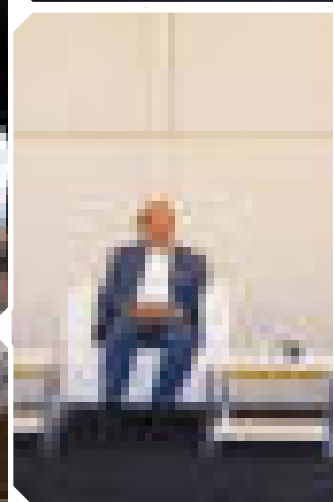
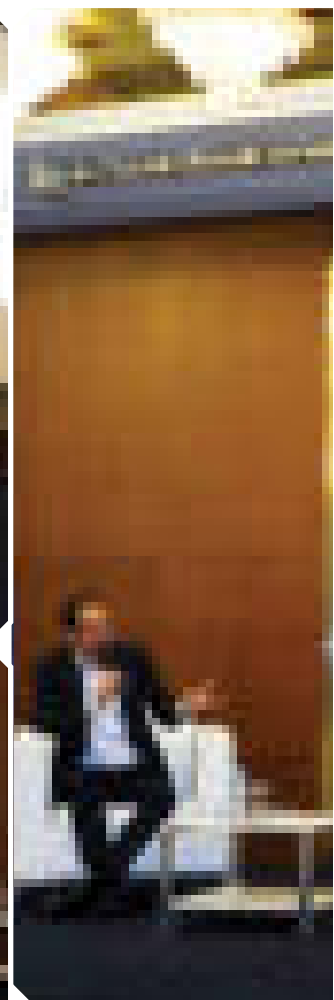
عصر تراکتس

رویداد

۱۲۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



دهمین نمایشگاه کیش اینوکس

دهمین نمایشگاه کیش اینوکس ۲۰۲۳ (نمایشگاه بین المللی بورس، بانک، بیمه، خصوصی سازی و معرفی فرصت های سرمایه گذاری کشور) از ۱۵ تا ۱۸ آبان ماه ۱۴۰۲ در جزیره کیش برگزار شد. یکی از خصوصیات که این نمایشگاه را متمایز می کند، برگزاری آن در جایی غیر از پایتخت است. مهم ترین اتفاقی که در چهار روز برگزاری کیش اینوکس افتاد، شبکه سازی هایی بود که نه تنها در دل این رویداد که به واسطه برگزاری آن در جایی خارج از پایتخت و به دور از فضاهای رسمی و اداری شکل گرفت. در این دوره از رویداد کیش اینوکس بانک ها حضور بسیار پررنگی داشتند و با غرفه سازی هایی که انجام داده بودند، از آخرین دستاوردها و محصولات خود رونمایی کردند. علاوه بر بانک ها، در این رویداد شاهد حضور شرکت های بیمه ای، کارگزاری های بورس و... نیز بودیم. تنظیم گری و نظارت هوشمند، نقش سیستم بانکی کشور در مسیر مهار تورم و رشد تولید، استفاده از ظرفیت های مشترک بازار پول و سرمایه، بانکداری و بیمه آفشور در مناطق آزاد و... از جمله محورهای سخنرانی ها و میزگردهای این رویداد بودند.



همراه با کیش



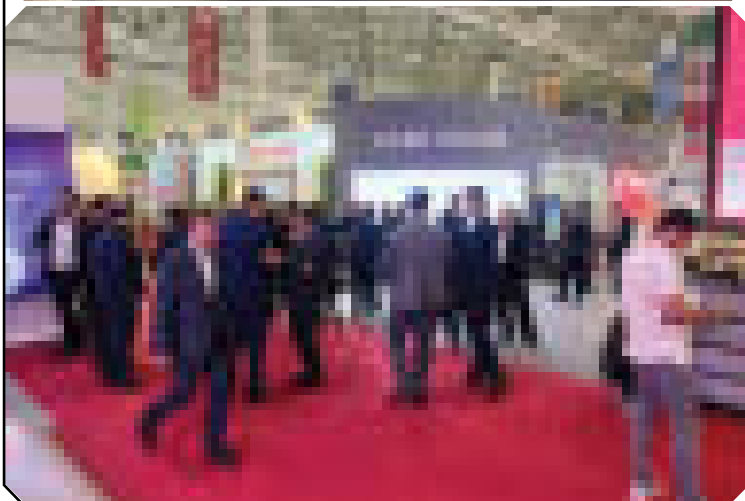
۱۲۶

ASAE TARAHDONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



kish 2023
INVEX



عمر تراکتس

رویداد

۱۲۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



عکس:
 زهرا پایدار
 رضا نعمت پور
 محمد خدابخش
 نسیم اعتمادی

دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت

دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت با موضوع «گذار به بانکداری هوشمند»، روزهای ۲۹ و ۳۰ آبان ماه ۱۴۰۲ برگزار شد. این همایش به همت پژوهشکده پولی و بانکی و حمایت شرکت ملی انفورماتیک در مرکز همایش‌های بین‌المللی صداوسیما با شانزده نشست تخصصی، سیزده کارگاه آموزشی و ۲۴ کارگاه معرفی محصول، سخنرانی‌های مقامات و صاحب‌نظران، معرفی نوآوری‌های برتر در قالب جشنواره دکتر نوربخش و نمایشگاه محصولات تخصصی در صنعت پرداخت برگزار شد. دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت دارای چهار محور اصلی بانکداری هوشمند، مفاهیم، روندها و آثار؛ نقشه راه بانکداری هوشمند؛ تجربه مشتری در بانکداری هوشمند و سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری هوشمند بود. طبق اعلام علیرضا ماهیار، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک، دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت در مجموع بیش از شش هزار بازدیدکننده داشت و این استقبال نشان‌دهنده آینده روشن صنعت بانکداری است. پیمان قربانی، رئیس سابق پژوهشکده پولی و بانکی کشور، نیز در مراسم اختتامیه این همایش اعلام کرد که قرار است هم‌راستا با گذار از بانکداری الکترونیک به سمت نسل چهارم بانکداری، نام همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت به بانکداری نوین و نظام‌های پرداخت تغییر کند.

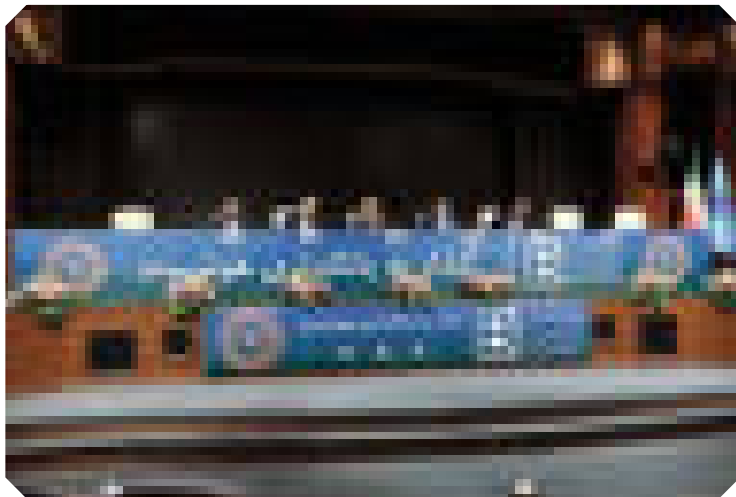
همراه گشت

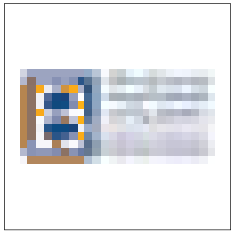


۱۲۸

ASAE-TARAFHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
 فناوری‌های مالی ایران





عمر تراکتس

رویداد

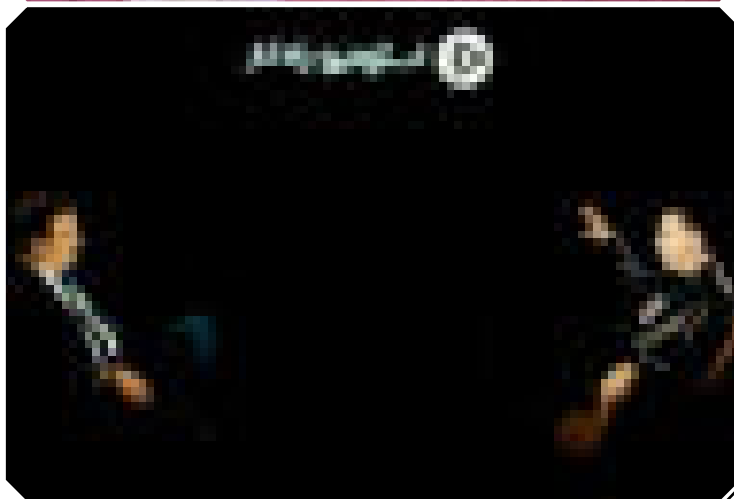
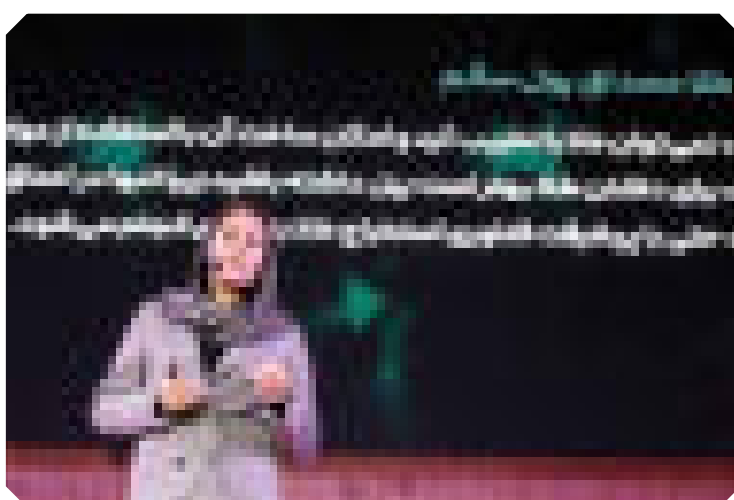
۱۲۹

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



عکس:
فاطمه هاشمی
زهرا پایدار
رضا نعمت پور
محمد خدابخش
محمد نبی خانی



عصر تراکتس



۱۳۰

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



سومین رویداد ۹ ژانویه

رویداد ۹ ژانویه که عنوان رویداد «بلاکچین، رمزارز و دارایی دیجیتال ایران» را با خود یدک می کشد، یک رویداد سالانه با محوریت کسب و کارها و فعالان حوزه رمزارز، بلاکچین و دارایی دیجیتال ایران است و طی سال های گذشته به یکی از مهم ترین دوره های اکوسیستم رمزارز و دارایی دیجیتال ایران تبدیل شده و فرصتی است برای اینکه درباره مهم ترین مسائل بازیگران این جهان نوپدید بحث و راهکارهای احتمالی مطرح و نقد و بررسی شود. سومین دوره این رویداد که در روزهای ۱۹ و ۲۰ دی ماه در کتابخانه ملی برگزار شد، با استقبال بیش از دو هزار بازدیدکننده همراه شد و بیش از صد ارائه، سخنرانی، کارگاه و مصاحبه های تحلیلی در آن انجام شد. سومین رویداد ۹ ژانویه که به همت کارخانه نوآوری رسانه راه کار و با حمایت والکس، کاریزما، نوبیتکس، آبان تتر، هیتوبیت، فرهاد اکسچنج، کاریزما و زربان برگزار شد، در مقایسه با سال های قبل تفاوت هایی پیدا کرده بود و علاوه بر سخنرانی ها و پنل های تخصصی، بخش هایی مانند نمایشگاه، کاریابی، جایزه، شبکه سازی و کارگاه های آموزشی نیز به آن اضافه شده بود. طی دو روز برگزاری سومین رویداد ۹ ژانویه، سالن قلم کتابخانه ملی میزبان پنج بخش بود که در مجموع ۴۳ نفر در آنها، ارائه داشتند.



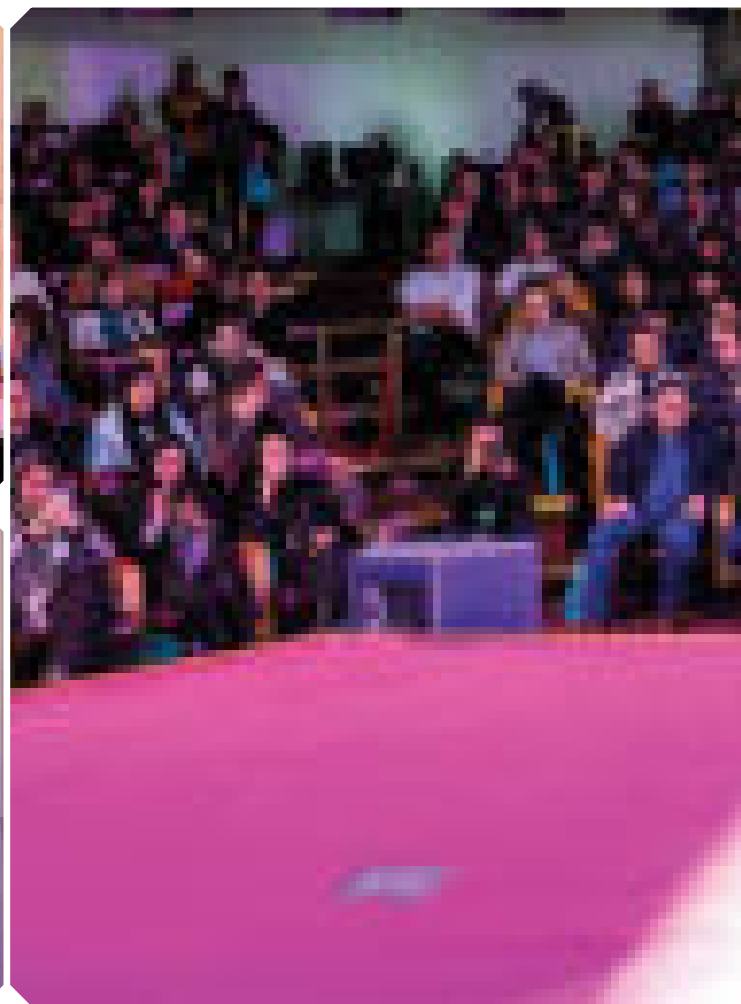
عمر تراکتس

رویداد

۱۳۱

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



به ترتیب از راست به چپ:
حمید حسن آبادی
علی حاجی زاده مقدم
نیما شمسپور



میثم سلیمانی

عضو هیئت مدیره



۱۳۲

ASAE TAAHONESH IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



بررسی یک سال رگ تک ایران در میزگردی با حضور حمید حسن آبادی
نیما شمسپور و علی حاجی زاده مقدم

بازی رگ تک تازه شروع شده است

از سال ۱۳۹۹ و با موج بورس و اتفاق‌هایی که افتاد، بحث احراز هویت غیر حضوری شروع شد، اما بعد از آن دوره دیگر از بحث احراز هویت خیلی جلوتر نرفتیم. فکر می‌کنید علت این ماجرا چیست و چرا در این بخش پیشرفت دیگری نداشتیم؟

حمید حسن آبادی: رگ‌تک پدیده جدیدی است، ولی مفهوم نوینی نیست و سابق بر این هم کاربرد داشته است. طی چندسال اخیر در ایران هم دو کاربرد از پنج کاربرد اصلی رگ‌تک بیشتر رشد نکرده است. پنج بخش رگ‌تک شامل احراز هویت، انطباق، پایش تراکنش‌ها، گزارش‌های تنظیم‌گری و مدیریت ریسک است که در دنیا به مانند ایران بخش‌هایی از آن اهمیت بیشتری دارد. طبق آخرین آمار دیلویت ۵۳۱ شرکت در حوزه رگ‌تک فعالیت می‌کنند. از این تعداد ۲۲۸ شرکت در حوزه انطباق مشغول فعالیت‌اند و ۱۰۲ شرکت دیگر در حوزه KYC؛ یعنی ۴۳ درصد کل رگ‌تک‌ها در حوزه انطباق و ۱۹ درصد در حوزه KYC، ۱۷ درصد در حوزه گزارش‌های تنظیم‌گری، ۱۴ درصد در حوزه مدیریت ریسک و ۷ درصد هم در حوزه پایش تراکنش‌ها مشغول‌اند. این آمار را در خرداد امسال در سمینار رگ‌تک نیز ارائه دادم و هنگامی که آمار را با هشت ماه گذشته مقایسه کردم، متوجه شدم ۱ درصد از مدیریت ریسک و ۱ درصد از پایش تراکنش‌ها کم شده و به انطباق اضافه شده و این امر مؤید هزینه‌های سنگین عدم انطباق است و نیز نشان می‌دهد که همچنان موضوع انطباق در دنیا داغ است. در ایران هم به‌درستی اشاره کردید حوزه KYC و همچنین پایش تراکنش از مصادیق پرکاربرد رگ‌تک است.

آیا در ایران آمار مشخصی درباره درصد سهم KYC از رگ‌تک وجود دارد؟

حسن آبادی: آمار موثقی هنوز منتشر نشده و تحقیقی هم صورت نگرفته است، اما به‌طور تقریبی می‌توان گفت که حدود ۷۵ درصد کاربردها در همین دو حوزه KYC و پایش تراکنش‌ها انجام می‌شود و در خوش‌بینانه‌ترین حالت می‌توان گفت که ۲۵ درصد این سهم مربوط به سه دسته دیگر حوزه رگ‌تک است. ولی این موضوع که چرا سایر بخش‌ها شکل نگرفته و فعال نشده باید ریشه‌یابی شود. در بحث احراز هویت، پیشرفت‌مان را تا حدود زیادی مدیون کرونا هستیم، زیرا اگر کرونا نبود احراز هویت غیر حضوری در کشور شکل نمی‌گرفت. با آغاز این فرایند در بازار سرمایه رفته‌رفته سایر نهادها، از جمله قوه قضائیه و بانک‌ها نیز وارد این فضا شدند، اما موضوع پایش تراکنش‌ها از اولین کاربردهای رگ‌تک در ایران به شمار می‌رود.

به نظر شما عمده‌ترین مسئله‌ای که اجازه نداد ما از این نقطه جلوتر برویم چیست؟

حسن آبادی: من فکر می‌کنم دلیلش نبود تنظیم‌گری درست بود. ما باید به کل این فرایند به شکل یک اکوسیستم نگاه کنیم و بدانیم رگولاتوری یکی از بازیگران اصلی این حوزه است. از آنجایی که هیچ‌یک از رگولاتورهای ما به سمت قاعده‌مند کردن اکوسیستم رگ‌تک نرفتند دیگر کاربردهای این حوزه نیز به‌طور جدی شکل نگرفت و هر کدام از اتفاقات در این حوزه به‌صورت خودجوش و برحسب تصادف و نیاز پا گرفت تا از مزایای آن استفاده کنیم.



موضوع رگ‌تک در ایران بسیار نوپاست؛ در طول یک دهه گذشته شاید به‌راحتی از کاربردهای آن گذشتیم، ولی در نهایت مجبور شدیم سال ۱۳۹۹ برای حل مشکلاتمان به آن پناه ببریم. در آن سال به بهانه کرونا دولت تصمیم گرفت احراز هویت غیر حضوری



را به رسمیت بشناسد تا مردم برای اولین بار به‌صورت جدی ظهور و بروز رگ‌تک را در زندگی روزمره خود ببینند. از آن سال به بعد شاخه‌های دیگر رگ‌تک جدی گرفته شد؛ موضوعاتی همچون امضای الکترونیکی که مصوبات قانونی آن حدود پانزده سال پیش ایجاد شده بود جدی‌تر شد و چک و سفته الکترونیکی رفته‌رفته جای خود را در تبادلات مالی کشور پیدا کرد. اما واقعیت آن است کسب و کارهای رگ‌تکی به مانند سایر حوزه‌های فین‌تک نتوانستند رشد پیدا کنند. برخی معتقدند در ایران این کسب و کارها به نقطه اشباع رسیده‌اند و برخی دیگر بر این عقیده هستند که هنوز ابعاد زیادی از رگ‌تک باقی مانده که هنوز به آن پرداخته نشده است. در میزگردی با حضور حمید حسن آبادی، مشاور ارشد نوآوری و فناوری‌های مالی؛ نیما شمس‌پور، مدیرعامل یوآیدی و علی حاجی‌زاده مقدم، مدیرعامل آدانیگ به بررسی وضعیت رگ‌تک در طول یک سال گذشته پرداختیم.

عصر تراکنش

میزگرد

۱۳۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



به شدت ضعیف عمل کرد و به عنوان مرجع صدور هویت در سطح ملی، در قالب ارائه‌کننده راهکار و محصول ظاهر شد. در صورتی که نقش سازمانی مانند ثبت احوال این نیست و تجربه نشان داده که این روش موفق نخواهد بود و با نشستن در جایگاه ارائه‌کننده انحصاری راهکار، جلوی شکل‌گیری رقابت و توسعه بازار احراز هویت و رسیدن به سطوح بلوغ بالاتر گرفته می‌شود. بانک مرکزی نیز در این حوزه بی‌خطر عمل کرده، به طور مثال در حوزه بانکداری باز ابتکار عملی نداشته، اما آسیبی هم نزده و نقش نظارتی خود را ایفا می‌کند. در بحث احراز هویت ضوابطی را ارائه داده که تا حدی قابل قبول است، هرچند نقدهایی به آن وارد است، اما آسیبی وارد نکرده است، اما در حوزه‌هایی مانند پرداخت یاری و نئوبانک‌ها آنها را با خاک یکسان کرده است.

آقای شمس‌پور با توجه به صحبت‌های آقای حاجی زاده آیا توانسته‌ایم در حوزه رگ تک مسیر بلوغ را طی کنیم؟
نیما شمس‌پور: دیدگاه من نسبت به آقای حاجی زاده اندکی متفاوت است. ما در یک بازار آزاد می‌توانیم بگوییم که کسب و کارهایی شکل بگیرند که به نیازها پاسخ دهند، اما در حوزه‌ای که مربوط به موضوع تنظیم‌گری می‌شود ماجرا اندکی فرق می‌کند. در این سمت نیاز وجود دارد و راه حل آن نیز موجود است، اما به راحتی به هم نمی‌رسند. این موضوع را چهار سال پیش تجربه کردیم. ما یک سال راه حل را در اختیار داشتیم و نیاز نیز وجود داشت، اما در عمل اتفاقی رخ نمی‌داد. در این ماجرا دیدگاه سیاست‌گذار بسیار مهم بود. همه‌گیری ویروس کرونا بخشی از داستان بوده تمامش؛ در آن زمان، سرویس وجود داشت و از طرفی دولت و وزارت اقتصاد پیشاپیش قصد داشتند که بورس رونق بگیرد. در آن دوره این سه بخش به هم متصل شدند. آیا در سایر حوزه‌های رگ تک این اتفاق افتاده؟ به نظر من خواهد افتاد.

در دوره‌ای بانک‌ها مقاومت بسیار زیادی در بحث احراز هویت غیر حضوری داشتند و حتی زمانی که ضوابط آن هم ایجاد شده به سمت آن نمی‌رفتند و حتی برخی در مقابل افتتاح حساب غیر حضوری هم مقاومت می‌کردند. آیا در طول یک سال گذشته در شبکه بانکی نسبت به احراز هویت غیر حضوری این دیدگاه تغییر کرده است؟
شمس‌پور: من فکر می‌کنم در لایه احراز هویت برای خدمات پایه بانکی تغییرات بسیار خوبی رخ داده است. اکنون هیچ‌کس شک ندارد که این سرویس باید عملیاتی شود. همین الان در برنامه هفتم توسعه بناست که چک فیزیکی حذف و چک دیجیتال جایگزین شود. لازمه آن هم تحقق امضای دیجیتال و احراز هویت غیر حضوری است. این موضوع در لایه تنظیم‌گری حل شده، ولی کماکان بانک‌ها با مشکل مواجه‌اند.

اما موضوعاتی مانند مرکز ریشه هنوز حل نشده است.
شمس‌پور: در ظاهر حل شده و همه آن را قبول دارند؛ اکنون همه موافق‌اند که می‌توان بانکداری بدون شعبه داشت و می‌شود آن را گسترش داد. هم‌اکنون یکی از

آقای حاجی زاده، شما در آداتیک طیف گسترده‌ای از رگ تک را پوشش می‌دهید. آیا علاوه بر احراز هویت توانسته‌اید سایر حوزه‌های رگ تک را نیز توسعه دهید؟

علی حاجی زاده مقدم: احراز هویت بخشی از موضوع KYC است و بخش مهم‌تر آن شناخت مشتری براساس داده‌هاست. ما در آداتیک علاوه بر موضوع احراز هویت غیر حضوری و امضای دیجیتال، با ورود به حوزه تحلیل داده‌های کلان و تشخیص ناهنجاری، تلاش داریم ابزارهایی برای دیگر نیازهای حوزه رگ تک فراهم کنیم. البته همان‌طور که آقای حسن آبادی اشاره کردند، نقش رگولاتور در رشد یا توقف رگ تک بسیار برجسته است. در موضوع نیاز به احراز هویت غیر حضوری شیوع کرونا مؤثر بود، وگرنه ممکن بود این حوزه هم مانند حوزه‌های امضای دیجیتال یا کیف پول پیش نرود.

به نظر شما اگر این نیاز شکل نمی‌گرفت بحث احراز هویت غیر حضوری در ایران رشد نمی‌کرد؟
حاجی زاده: همین‌طور است. در دنیای امروز تنظیم‌گری نمی‌تواند پیشینی باشد، زیرا ما نمی‌توانیم برای تمام حالت‌های ممکن پیش‌بینی داشته باشیم. تنظیم‌گر باید ابتکار عمل داشته باشد و بر مبنای شرایط جامعه و اتفاقاتی که در حال وقوع است خلأها را شناسایی و با تعامل با خود باز یگران هر حوزه مقررات را تنظیم کند. درباره پرداخت یاری این اتفاق تا حد خوبی رخ داد و مثلاً در بحث ایجاد فهرست سیاه پرداخت یاری فرایند به شکل خودجوش و توسط خود پرداخت یارها ایجاد شد، این اتفاق مشابه جریانی بود که در دنیا رخ می‌دهد. باز یگران حول محور الزامات موجود ابتکار عمل به خرج می‌دهند، رگولاتور با دادن فضای رشد و ایجاد سند باکس، ریسک‌ها را می‌سنجد و با تعامل با باز یگران دست به تنظیم‌گری می‌زند. در این نقطه رگ تک‌ها وارد می‌شوند و ابزار لازم برای تنظیم‌گری را فراهم می‌کنند. در بحث سایر حوزه‌های رگ تک موضوع تحلیل کلان داده‌ها و کاربرد آن در بحث‌هایی مانند مبارزه با پول شویی و کشف تقلب اهمیت بالایی پیدا کرده است.

اکنون موضوع کشف تقلب یکی از نیازهای جدی بانک‌هاست. آیا این نیاز به اندازه احراز هویت احساس شده است تا روی آن سرمایه‌گذاری جدی انجام دهند؟
حاجی زاده: بخشی از این نیاز باید در داخل کسب و کار شکل بگیرد، اما تنظیم‌گر نیز باید از زاویه درست وارد شود. به‌طور مثال اگر تنظیم‌گر تصمیم می‌گرفت به جای تدوین چهارچوب الزامات، خودش سامانه ملی متمرکز مبارزه با پول شویی و کشف تقلب راه‌اندازی کند، مسیر رقابت و تحقیق و توسعه بسته و گلوگاه دیگری هم به گلوگاه‌های موجود اضافه می‌شد، ولی خوشبختانه این کار را (حداقل تا به حال) نکرده و به درستی در جایگاه تنظیم‌گر نشست و باز یگران را هدایت کرده تا در این زمینه به راهکار دست پیدا کنند.

آیا در بحث رگ تک در حال طی مسیر رشد و بلوغ هستیم؟
حاجی زاده: در بعضی موارد این اتفاق رخ داده، اما نمونه‌های بسیار بدی نیز داریم. به‌طور مثال در بحث سجام شاهد بودیم که سازمان بورس ضوابط را تنظیم کرد و بحث پیاده‌سازی سامانه‌ای احراز هویت توسط شرکت‌های خصوصی انجام شد. در اینجا رقابت شکل گرفت و حتی کیفیت سرویس‌ها نیز ارتقا پیدا کرد و در این بین برنده اصلی مصرف‌کننده بود. در نا هم همین تجربه موفق تکرار شد و بالاتر رفتن سطح بلوغ تنظیم‌گری، دغدغه‌های حفظ داده‌ها و حریم خصوصی نیز بهتر از تجربه قبلی یعنی سجام لحاظ شد، اما جایی مانند ثبت احوال



زیرا از این طریق می‌توان نه تنها از یک شخص، بلکه از یک کسب و کار، شناختی کامل پیدا کرد. در این روش هر هویت مجموعه‌ای داده نیز به همراه خود دارد. ورود به فضاهاى جدیدی همچون KYB (Know Your Business) به شما اجازه می‌دهد اطلاعات دقیق داشته باشید و بر مبنای آن اطلاعات تصمیم‌گیری کنید. ما در این حوزه هنوز کاری را پیش نبرده‌ایم و فاصله زیادی با دنیا داریم. هر چند شرکت‌هایی در این حوزه هستند که فعالیت‌هایی انجام داده‌اند و به این مسیر کمک می‌کنند، ولی هنوز تعریف دقیقی از آن وجود ندارد. در کشور ما هنوز کاربردهای KYC به درستی درک نشده است، اگر در این شرایط KYB را نیز وارد کنیم قطعاً دچار مشکل می‌شویم. در این بخش، علاوه بر حضور تنظیم‌گری، به قاعده‌مند کردن فضای این بازی و مشخص کردن ابعاد مختلف نیاز داریم.

به نظر شما آیا صنایع و حتی رگولاتورها توانسته‌اند از قابلیت‌های دیگر رگ‌تک استفاده کنند؟
حسن آبادی: دو کاربرد مهم رگ‌تک در کشور تحقق یافته است، اما در بحث پایش تراکنش‌ها اصل ماجرا در اختیار حاکمیت قرار دارد. مثلاً شاپرک یا شرکت مدیریت فناوری بورس عمده تراکنش‌های مالی کشور را رصد می‌کنند. در بورس به‌طور مشخص شرکت مدیریت فناوری بورس، پایش تراکنش کل بازار سرمایه را برعهده دارد. در صنعت بانکی نیز این امر توسط شرکت‌های ذیل گروه ملی انفورماتیک صورت می‌گیرد. بنابراین در حوزه پایش تراکنش، شرکت جدیدی شکل نگرفت و حتی هلدینگ‌های بانکی که توان این کار را داشتند به سمت آن نرفتند. در این بین، در این حوزه استارت‌آپ جدی و پررنگی هم شکل نگرفت، اما در ارتباط با سه حوزه دیگر رگ‌تک بخش عمده فعالیت معطوف به صنعت مالی بود. هر چند این ابزار را می‌توان در هر صنعتی به کار برد، ولی واقعیت این است که خاستگاه آنها صنعت مالی بوده است. درد اصلی موضوع انطباق است که خود قصه‌ای پرغصه است.

آقای حاجی زاده، به نظر شما با توجه به حرف‌هایی که زده شد، چرا انطباق در ایران جدی گرفته نشده است؟ در صورتی که در دنیا شاهد توسعه این بخش از رگ‌تک هستیم.
حاجی زاده: عمده‌ترین بحث رگ‌تک موضوع رویکرد تنظیم‌گری است. رویکرد تنظیم‌گری می‌تواند این فضا را بسازد یا تخریب کند. از نظر من هنوز تکلیف ما در حوزه رویکرد کلی تنظیم‌گری مشخص نیست و وحدت رویه نداریم. نگاه ما در حوزه‌های مختلف و حتی در صنعت مالی همچنان مجوزمحور است. در صورتی که رویکرد تنظیم‌گری پرواکتیو، مشاهده و بازخورد است. گاهی در بخش‌هایی قدمی به پیش می‌رویم، اما چون کماکان نگاه مجوزمحور وجود دارد، دوباره دو گام به عقب برمی‌گردیم. مجوزمحور بودن باعث عدم شکل‌گیری خلاقیت و نوآوری می‌شود. وقتی مجوزی وجود ندارد، آیا می‌توان وارد حوزه کشف ثقل شد؟ آیا دسترسی به داده در اختیار شرکت ما قرار می‌گیرد، یا انحصاری حاکمیتی تلقی می‌شود؟ آیا مکانی وجود دارد که بتوانیم در نقش یک بازیگر مستقل و نه فقط ابزار فروش به آن وارد شویم. به‌طور مثال در بحث پرداخت یاری هر چند رگولاتوری پرواکتیو صورت گرفت،

ژست‌های بانکداری ارائه‌وام غیرحضوری است که نتیجه احراز هویت غیرحضوری است. اگر وام غیرحضوری اعطا شود، سایر سرویس‌ها را نیز می‌توان غیرحضوری ارائه داد. سفته دیجیتال اکنون فعال است و این اکوسیستم و چرخه ارائه سرویس‌های غیرحضوری بانکی در حال انجام است، اما یک بانک سنتی قصد دارد این را دیرتر انجام دهد و این موضوع صرفاً معطوف به احراز هویت غیرحضوری نیست.

اما همین بانک‌های سنتی علاقه‌مند به حل موضوع‌اند. پس چرا این فرایند کند پیش می‌رود؟
شمساپور: به هر حال هر تکنولوژی یک لایه اجتماعی دارد و باید آن را پذیرفت. من دیدم که افرادی در واقع در رده‌های سنی بالا دوست دارند که صبح به بانک بروند و با کارمند بانک صحبت کنند. واقعیت این است که خیلی‌ها کماکان دوست دارند قبض خود را حضوری پرداخت کنند! این فرایند صرفاً با تغییر نسل تغییر می‌کند. شاید در حدود یک سال است که این موضوع را بیشتر می‌شنویم، اما از همان ابتدا مطرح می‌کردیم بحث احراز هویت می‌تواند به یکی از سرویس‌های پایه‌ای پلتفرم‌های اقتصاد اشتراکی تبدیل شود، زیرا نیاز است دوفنر به هم اعتماد کنند. حال بعد از سال‌ها شاهد چنین اتفاقی هستیم و اکنون احراز هویت کاربران باعث می‌شود دزدی و کلاهبرداری کمتر رخ دهد. هر چند در روزهای اول مقاومت وجود داشت، اما حالا که پس از چهار سال شاهد این اتفاق هستیم موضوع بسیار مهمی است.

آقای حسن آبادی در رویداد رگ‌تک چیزی را مطرح کردید تحت عنوان KYB که احراز هویتی فراتر از موضوع تشخیص چهره است. حتی به نحوی می‌توان آن را ترکیبی از اعتبارسنجی و احراز هویت دانست. آیا در طول یک سال گذشته توانسته‌ایم در این فضای جدید قدمی برداریم؟
حسن آبادی: این موضوع یک پارادایم جدید است؛



کسب و کاری تعریف کرد. هم اکنون شرایط به این شکل است که درباره کشف تقلب و موضوع انطباق صحبت می کنیم، اما مدل کسب و کاری پشت آن نیست. مشکلی که در ایران با آن مواجهیم این است که برای یک راه حل در کل دنیا ۱۰ شرکت وجود دارد اما برای همان یک موضوع در ایران ۱۰ شرکت ایجاد شده است. بنابراین در چنین شرایطی کسب و کار شکل نمی گیرد، زیرا این شرکت ها به حدی کوچک می شوند که دیگر توان تأمین امنیت خود را ندارند و نه می توانند سرویس خوبی ارائه دهند و نه در مسیر رشد قرار بگیرند. در اقتصاد یک اصل انحصار چندتایی باید شکل بگیرد. این موضوع در فضای رگ تک هم صادق است. اکنون ما شاهد هستیم که دیگر مجوز بانک جدید در کشور صادر نمی شود، اما در فضای فناوری محدودیتی در این زمینه نیست، زیرا هنگامی که با بانک ها وارد مذاکره می شویم همه شرکت های این حوزه را صدا می کنند و هر کس ارزان تر سرویس داد کار به آن شرکت داده می شود. در صورتی که این فضا کمی به کیفیت سرویس دهی شرکت های فناوری نمی کند. بنابراین اگر بناست درباره نگرانی از ایجاد انحصار در صورت محدود شدن مجوز صحبت کنیم باید درباره انحصاری که در عدم اعطای مجوز بانک جدید شکل گرفته نیز حرف بزنیم.

آیا به لحاظ کسب و کاری در بحث احراز هویت به سقف و اشباع رسیده ایم؟

شمسپور: نه، به هیچ عنوان به سقف آن نرسیده ایم. با احراز هویت همه سیستم های ما می تواند آنلاین شود. در پلتفرم های اقتصاد اشتراکی شاهد این اتفاق هستیم. هر چند که با محدودیت های اجتماعی نیز روبه روییم، زیرا اگر سرویسی را روی پلتفرم ها ببرید، این طور نیست که همه از آن استفاده می کنند. از طرفی سرویس امضای دیجیتال و احراز هویت کماکان در حال رشد است. در طول یک سال گذشته بسیاری از سازمان ها تمایل داشتند از سرویسی که ثبت احوال می دهد استفاده کنند چون اطلاعات آن جزئیات بیشتری دارد، اما تاکنون به دلیل عدم کیفیت مناسب نتوانسته اند جایگزین مناسبی برای سرویس های ما باشند.

آقای حاجی زاده، از صحبت های آقای شمسپور این نتیجه برمی آید که کسب و کارهای رگ تکی به نسبت سایر حوزه های فین تک رشد چندانی نداشته اند. نظر شما در این باره چیست؟

حاجی زاده: موضوعی که آقای شمسپور گفت فراتر از حوزه رگ تک است. مثالی می زنم: اگر در یک حوض ماهی گیری کنیم، به سرعت ماهی های آن تمام می شود و در نتیجه هیچ کس منفعت زیادی نمی برد، ولی اگر به کنار اقیانوس برویم، شرایط متفاوت می شود. در حال حاضر، برای ما نه رقیب بیرونی وجود دارد و نه می توانیم با دیگران خارج از حوض خودمان رقابت کنیم. بزرگ ترین شرکت های ما، در مقیاس بین المللی کوچک اند. این یک واقعیت است که ناشی از شرایط نامطلوب حاکم بر تعاملات ما با دنیا و انزوایی است که ما را در بر گرفته است.

اما در نهایت فرایند مجوز محور آن را نابود کرد. در موضوع کریپتو هنوز بلاتکلیفی وجود دارد، هر چند تا حدی با بازیگران آن مدارا می شود. در زمینه معاملات الگوریتمی نیز ایجاد محدودیت و نگاه مجوز محور به شدت بازار را تحت الشعاع قرار داد.

نکته دیگر اینکه در این موضوع گاهی جایگاه رگولاتور با ارائه دهنده راهکار یکی می شود. اکنون تنها شرکت رگ تک جدی ایران، شرکت خدمات انفورماتیک است که رگولاتور اجازه دسترسی به اطلاعات را به آن می دهد، زیرا بازی اجرایی تنظیم گر است و هیچ بازیگری اجازه ورود در آن سطح به این حوزه را ندارد. متأسفانه در ایران عمده راه حل ها در حوزه های مرتبط با رگولاتوری انحصاری است. در صورتی که در سایر کشورها بانک ها به شکل کنسرسيوم ارائه سرویس هایی را که در اینجا به عهده شتاب یا شاپرک است به یک استارت آپ محول کرده اند.

اگر به عنوان یک شرکت رگ تکی در خواست اطلاعات از بانک مرکزی یا سازمان بورس داشته باشید چه پاسخی دریافت می کنید؟

حاجی زاده: درخواست مجوز می کنند. ما الان به عنوان RA اجازه داریم گواهی امضای دیجیتال صادر کنیم و باید برای این کار احراز هویت کنیم، اما چگونه احراز هویت کنیم؟ پیش از هر چیز ما باید بتوانیم به نحوی اطلاعات کارت ملی فرد را به دست بیاوریم. برای این کار ما دو مرجع شاهکار و ثبت احوال را در اختیار داریم که از این دو، شاهکار به همراه ما و اگر هابی این کار را انجام می دهد، ولی عملاً احراز هویت در کشور را پیامکی کرده است، ولی ثبت احوال به جز به بانک و برخی سازمان های دولتی به هیچ فرد یا سازمانی اطلاعات ارائه نمی دهد. در مجموع رویکرد مجوز محوری و راهکارهای انحصاری اجازه نداده است که رگ تک در ایران به طور جدی رشد کند.

آیا آن رویکردی موفق خواهد شد که بگوید «خودم هم می توانم برای رفع نیاز راه حل آن را ایجاد کنم» یا آن نگاهی که اعتقاد دارد باید برای رفع نیاز خود به یک نفر سوم مراجعه کند؟

حاجی زاده: تنظیم گری که بخواهد به دنبال راه حل و برطرف کردن نیاز باشد از کار اصلی خود بازمی ماند و شتاب نوآوری را می گیرد. در بحث امضای دیجیتال بانکی شاهد آن بودیم که تنظیم گر مدت ها رشد بازار را متوقف کرد و کوشید ارائه کننده راه حل باشد. حتی وقتی تصمیم گرفت برای کاری مثل احراز هویت سراغ بخش خصوصی برود، رویکردش خرید یک شرکت و باز هم ارائه یک محصول انحصاری بود. هر چه تنظیم گر بار ارائه راهکار را از روی دوش خودش سبک کند و قانونی که تنظیم می کند نسبت به تکنولوژی بی طرف تر باشد، فضای رقابتی بهتری ایجاد می کند و در این فضا امکان رشد و نوآوری و بهبود فضا ایجاد می شود.

آقای شمسپور با توجه به فرهنگ و جغرافیای ایران تنظیم گر چه مدل مطلوبی را می تواند پیاده سازی کند؟

شمسپور: بستر جامعه بسیار مهم است. در این زمینه حتی مطالعاتی انجام شده که توضیح می دهد شرکت هایی مثل ملی انفورماتیک باید چگونه برخورد کنند تا کارایی بالاتری داشته باشند. در کشورهایی با رویکرد دموکراتیک تر، شرکت های مشابه ملی انفورماتیک از دایره و ساختار تصمیم گیری بازتری برخوردارند، اما کشورهای همسایه نسبت به ما جرات رویکرد بالابده پایین دارند.

به هر حال مدل مطلوب در عرصه رگ تک این است که بتوان یک اکوسیستم و یک مدل



با توجه به فضای موجود در کشور، به نظر می‌رسد در بحث رگ تک این نگاه وجود دارد که کسب و کارهای رگ تکی سقف خود را زده‌اند. آیا شما هم چنین حسی دارید؟

حاجی زاده: در بحث احراز هویت به نظر همین طور است، اما بسیاری از حوزه‌های رگ تک در ایران هنوز باز نشده‌اند. مثلاً همین بحث KYC. در این موضوع ما فقط به بخش کوچکی از آن وارد شده‌ایم. بحث‌های پیشرفته‌تر می‌تواند بلاکچین را وارد بازی کند و در نتیجه فضا گسترده‌تر شود. در حال حاضر شاهد دیپ‌فیک هستیم که در حال عمومی شدن است و تشخیص چهره‌ها را در مواردی غیرممکن می‌کند. موضوع امضای دیجیتال نیز دنیای جدیدی را به روی کسب و کارها باز می‌کند و ابزاری در خدمت تحول بسیاری از حوزه‌های رگولاتوری خواهد بود. حوزه کلان داده‌ها همچنان دنیایی کشف نشده است که اکتشاف آن مانند کشف نفت در مسجد سلیمان خواهد بود.

سفته الکترونیکی به شدت مطرح شد. آیا در این مدت توانسته‌ایم تا حد زیادی پیشرفت داشته باشیم یا نه و کماکان بر سر مسائلی مانند مرکز میانی درگیریم؟

حاجی زاده: در حوزه امضا حتماً پیشرفت داشتیم و رویکرد دولت هم این بوده است. ابلاغیه معاون اول رئیس جمهور در این مسیر تأثیرگذار بود. در حوزه بانکی به طور خاص در بحث چک الکترونیکی پیشرفت قابل توجهی داشتیم. اکنون در زمینه ثبت شرکت‌ها از امضای الکترونیکی استاندارد استفاده می‌شود. مرکز ریشه هم از گذشته قواعد بازی آن را تعیین کرده است. به طور کلی اتفاق‌های خوبی در این یک سال در حوزه امضای داده است، اما در این باره در حوزه بانکی به طور خاص کمی درجا می‌زنیم که دلیل آن این است که تنظیم‌گر ما عادت کرده که ارائه‌دهنده راه حل باشد. به طور مثال بانک مرکزی می‌خواهد مرکز ریشه باشد در صورتی که می‌تواند یک مرکز میانی مؤثرتر باشد. همچنین در دوره‌ای میلیون‌ها توکن فیزیکی وارد ایران شد و سرنوشت آنها شفاف و روشن نشد. عرضه توکن موبایلی انحصاری هامون هم تکرار همان تجربه شکست بود.

آقای حسن آبادی، نظر شما در باره این موضوع چیست؟

حسن آبادی: به نظر من، ما فاصله زیادی تا سقف داریم. رسیدن به سقف یعنی ما با اشباع شدن مواجهیم؛ آقای حاجی زاده درست اشاره کردند، اگر به آن به چشم یک بازی نگاه کنیم، می‌بینیم که تازه مراحل ساده‌اش برای ما باز شده و مراحل بعدی هنوز برای ما قفل است و به آن دسترسی نداریم. بنابراین فضای بسیار وسیعی برای کار وجود دارد. در مجموع، اگر چه نمی‌توان گفت که رگ تک به اندازه سایر حوزه‌های فین تک بزرگ شده، اما این ظرفیت رشد برای آن وجود دارد.

آقای شمسپور، آیا به نظر شما ما در بحث امضای دیجیتال به ویژه در حوزه بانکی طی یک سال گذشته پیشرفت داشتیم؟

شمسپور: پیشرفت که حتماً بوده، ولی نسبت به معماری فعلی در امضا واقعاً منتقدم. چرا مدرکی را امضا می‌کنیم؟ اصلاً هدف امضا کردن چیست؟ شما چک را امضا می‌کنید تا در بانک آن را نشان بدهید و این معیار احراز هویت شماست. به نظر من ۹۰ درصد امضاهایی که انجام می‌شود امضای یک بار مصرف هستند، زیرا قانون بوده و قانون برای سال ۱۳۸۹ است. اتفاقاً من الان امضا را ۲۵ هزار تومان با مصوبه سال ۱۳۸۹ ارائه می‌دهم. قیمت‌ها متعلق به پانزده سال پیش است و تنظیم‌گری آن به نظر من هنوز به روز نشده است. هنوز جای کار دارد. بالای ۹۰ درصد امضاها در لندتک‌ها و بانک‌ها امضاهایی یک بار مصرف‌اند، در صورتی که می‌توانستید با یک بار احراز هویت امضای خود را در اپلیکیشن ثبت کنید. دستورالعمل موجود بر مبنای تکنولوژی آن زمان نوشته شده و اکنون فضا فرق کرده و باید به روزرسانی شود. اکنون قراردادهای نیروی کار و احکام می‌تواند الکترونیکی باشد و از درجه اعتبار بالاتری هم برخوردار شوند. معماری کنونی امضای دیجیتال موجب این اتفاق شده است، بنابراین در معماری جدید باید اپلیکیشن‌های ایجاد شود تا کاربر برای هر بار استفاده نیازی به پرداخت هزینه برای احراز هویت نداشته باشد. طبق برنامه هفتم نیز تا پایان برنامه دیگر چک کاغذی نباید ردوبدل شود.

اما همین الان صحبت کردیم که اگر همه‌گیری و بروس کرونا نبود، رگ تک در کشور در این حد هم پیش نمی‌رفت. به نظر تان این نیازی که به آن اشاره کردید، بناست چه زمانی احساس شود؟

حسن آبادی: باید از یک جا شروع می‌شد. فقط هم اتفاق‌های مربوط به کرونا نبود. چند پارامتر دخیل بود و دست به دست هم داد و باعث شد که قفل یکی از این کاربردها باز شود. قفل اول که باز شد تازه فهمیدیم که KYC زیرمجموعه چیست. تا آن موقع نمی‌دانستیم KYC در کجای فین تک قرار می‌گیرد.

و آیا به نظر شما تنظیم‌گر می‌تواند ارائه‌کننده راه حل باشد؟

حسن آبادی: خیر، اصلاً کار درستی نیست. تنظیم‌گر نقش داور بازی را برعهده می‌گیرد و باید دو وظیفه اصلی را انجام دهد: اول اینکه قواعد بازی را بچیند و دوم اینکه شرایط را برای بازی کردن افراد تسهیل کند، اما اگر تنظیم‌گر به عنوان بازیگر وارد این فضا شود نه وظایف خود را درست انجام می‌دهد و نه اکوسیستم رشد پیدا می‌کند.

آقای حسن آبادی طی سال‌های اخیر اختلافاتی بر سر ایجاد مرکز ریشه جدید وجود داشت و بانک مرکزی قصد داشت مرکز ریشه خود را تأسیس کند که اجازه داده نشد، نظر شما در این باره چیست؟ همچنین آیا به عقیده شما طی یک سال گذشته این فضا تغییر کرده است؟

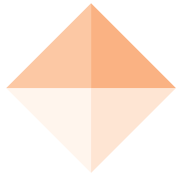
حسن آبادی: نکته اصلی این است که ما باید بپذیریم مرکز ریشه یکی باشد. ما مرکز ریشه وزارت صمت را داریم، ولی در طی این چندسالی که از این قانون گذشته، دیدیم نهادهایی که قصد داشتند مرکز ریشه ایجاد کنند موفق نشدند. طبق معماری در لایه اول ریشه را داریم، سپس CA را و بعد هم دفاتر RA قرار دارند. جای شکرش باقی است که در این حوزه، حداقل قانون مشخص وجود دارد، ولی قانون با توجه به مقتضیات زمان و ورود بازیگران جدید نیازمند اصلاح است. ♦

در بخش آخر بحث به موضوع امضای دیجیتال می‌پردازیم. در طول یک سال گذشته، موضوع چک و



مرضیه امیری

عضو هیئت مدیره



۱۳۸

ASAE.TARAFHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



در میزگرد «لندتک در ایران و عبور از سدها» مطرح شد

لندتک ها بازار یاب بانک ها نیستند

به ترتیب از راست به چپ:
محمدصادق آزادانی
علیرضا شفیعی
محمد مهدی مؤمنی
محمد رضا آشتیانی



عصر تراکتس

میزگرد

۱۳۹

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

صنعت لندتک در ایران سال ۱۴۰۲ را با یک اوج و یک فرود گذراند. نیمه اول امسال با رشد پنج برابری تعداد کاربران اوج گرفت و در نیمه دوم در «ساعت یک بعد از ظهر یک روز پنجشنبه» با ابلاغ دستورالعملی از سوی رگولاتور حیات خود را در خطر دید؛ دستورالعملی که می گوید لندتک حق دریافت کارمزد ندارد، واریز وجه اقساط به حساب تسهیلات یار ممنوع است و همچنین لندتکها باید از نرخ سود تسهیلات مصوب بانک مرکزی (۲۳ درصد) تبعیت کنند. همه اینها به گفته فعالان صنعت لندتک یعنی نابودی تدریجی صنعت. در ادامه میزگردهای رویداد «فناوری های مالی» عصر تراکتس مروری بر روندهای یک سال گذشته لندتک داشتیم و از «لندتک در ایران و عبور از سدها» صحبت کردیم. محمد مهدی مؤمنی، مدیرعامل ازکی وام؛ محمدصادق آزادانی، مدیرعامل اعتبارینو؛ علیرضا شفیعی، مدیرعامل کیپا و محمد رضا آشتیانی، مدیرعامل قسطا میهمانان این میزگرد بودند و به توصیف کمی و کیفی لندتک در ایران پرداختند. همچنین در این نشست درباره هدف رگولاتور از محدود کردن لندتکها صحبت شد. این فعالان معتقدند، تصور رگولاتور از اینکه لندتکها بازار یاب بانکها هستند و بانکها از طریق آنها نرخهای مصوب تسهیلات را دور می زنند، غلط است. به گفته آنها ممنوعیت دریافت کارمزد برای لندتکها یعنی «کار رایگان» و برای کسب و کاری این مدل فعالیت توجیه اقتصادی ندارد. مشکل رگولاتور نه ماهیت و نوع فعالیت لندتکها بلکه شفافیت تسهیلات دهی است. سالهاست بانکها به صورت اسمی با نرخ بهره مصوب وام می دهند و نرخ بهره واقعی دریافتی را با ترفندهای مختلف در هزینه تمام شده متقاضی مخفی می کنند. مسئله اصلی همین است که آیا می خواهیم نرخ واقعی سودهای دریافتی را با لندتکها برای مردم شفاف کنیم یا همچنان می خواهیم که این نرخ در قیمت پنهان بماند؟



آقای شفيعی، این رشد آماری که برخی از ارقام آن را آقای آزادانی توضیح دادند، در کسب و کار شما چطور خودش را نشان داده است؟ تعداد و میزان تسهیلات اعطایی امسال شما به کاربران در مقایسه با سال گذشته چه تغییراتی داشته است؟ پراکندگی این متقاضیان، به لحاظ جنسیتی و جغرافیایی چگونه است؟

علیرضا شفيعی: «کیپا» نیز همین رشد را در اعداد و ارقام شبکه مشتریان و پذیرندگان امسال تجربه کرد. چیزی که محرک رشد ما و تمام شرکت‌های دیگر لندتکی شد، شاخص «اعتماد» بود. در هر صنعتی که نوآوری ایجاد کند، طی چند سال، ذی‌نفعان به اعتماد می‌رسند؛ به شرطی که پایه و اساس صنعت بر ایجاد ارزش برای مخاطبان و ذی‌نفعان باشد.

در سه، چهار سال گذشته تلاش کردیم به تمام ذی‌نفعان نشان دهیم که لندتک‌ها آمده‌اند تا به زنجیره تأمین بهبود بخشند؛ سرعت خدمات را بهتر کنند؛ ارزش افزوده بیافرینند و تسهیلات را به سمت خرید کالا و خدمات سوق دهند.

این عوامل، در کنار نکات درستی که دیگر دوستان اشاره کردند، یک سال کاملاً رو به رشد را برای لندتک‌ها رقم زد؛ به طوری که ما در کیپا، طی شش ماهه اول امسال، رشد چهاربرابری را نسبت به سال گذشته تجربه کردیم.

همچنین پراکندگی مناسبی در سطح کشور به لحاظ خدمات‌دهی شکل گرفت. در کیپا، در هر شهر حداقل یک فروشگاه حضوری داریم؛ از فروشگاه‌های زنجیره‌ای گرفته تا سایر فروشگاه‌ها. عموم فروشگاه‌های آنلاین، وارد تعامل و همکاری با ما شده‌اند. حتی خودمان نوعی فیلترینگ، به معنای پایش و پالایش فروشگاه‌هایی که سرویس مناسب و باکیفیت دارند، صورت داده‌ایم. درباره شاخص پراکندگی جنسیتی می‌توان گفت که حداقل در جامعه مخاطبان کیپا، تعداد مردان بیشتر از زنان است؛ در سایر مجموعه‌های لندتکی نیز بین ۵۵ تا ۶۰ درصد از مخاطبان مردان‌اند.

درباره رشد متقاضیان دریافت اعتبار در نیمه اول سال توضیحاتی داده شد، اما در سمت دیگر مخاطبان لندتک، یعنی شبکه پذیرندگان، امسال چه تغییراتی وجود داشت؟ در سال‌های اخیر شاهد کاهش شدید قدرت خرید مردم بوده‌ایم. آیا لندتک‌ها توانسته‌اند نیروی کمکی برای اصناف باشند؟ خدمات لندتک چه تأثیری بر میزان فروش پذیرندگان داشته است؟
محمد رضا آشتیانی: در دوره‌های رکود تورمی هم قدرت خرید مردم سقوط می‌کند و هم درآمد اصناف به شدت کاهش می‌یابد. پذیرندگان و فروشندگان، برای اینکه حجم فروش خود را حفظ کنند، نیاز دارند به سمت گزینه‌های اعتباری بروند؛ پس به مردم پیشنهاد خرید اعتباری می‌دهند تا خلأ قدرت خرید را به نحوی جبران کنند. در عین حال فروشندگان با مشکل نقدینگی مواجهند و

پریش‌هایم را از مروری بر نیمه اول سال ۱۴۰۲ آغاز می‌کنم. اگرچه سال قبل لندتک برای عموم افراد موضوع شناخته شده‌ای نبود، امسال دامنه آشنایی فراگیرتر شد و حالا کاربران اگر خودشان هم دریافت‌کننده خدمات لندتک‌ها نباشند، با مفهوم لندتک و تاحدی با خدمات آن آشنايند. طبق آمارهای تجمیعی و مشاهداتان چه جمعیتی از ایران، در حال استفاده از ابزار لندتک هستند؟ این فراگیری و روند افزایش جذب کاربر در روند آماری صنعت لندتک چه نمودی داشته است؟

محمد مهدی مؤمنی: درباره اینکه چه اتفاقاتی در نیمه اول امسال در صنعت لندتک افتاد و چرا باعث شد در این حوزه یک جهش احساس شود، به نظرم باید به سیر تلاش‌های فعالان کسب و کار لندتک که از سه تا پنج سال گذشته شروع شد، توجه کنیم. حاصل این تلاش‌ها این بود که شبکه بانکی و لیزینگ و ابزارهای تأمین مالی به زیرساخت‌های تکنولوژیک و ارتباطی مناسبی دست یافتند و از حالت سنتی و با دایره فراگیری محدود به سمت خدمات‌دهی به تعداد زیادی از کاربران حرکت کردند.

بخش زیادی از این اتفاق‌ها در سال ۱۴۰۱ رخ داد و در نیمه اول سال ۱۴۰۲ تکمیل شد. شبکه بانکی در کنار صنعت لندتک قرار گرفت و فرصت سرویس‌دهی به میلیون‌ها کاربر را به دست آورد.

در ارتباط با این موضوع که چه تعداد کاربر و به چه صورت در کشور ما از این سرویس‌ها استفاده می‌کنند، بهتر است آقای آزادانی توضیح بدهند، زیرا تحقیقاتی انجام داده‌اند و می‌توانند توضیح کامل‌تری ارائه کنند. محمدصادق آزادانی: در چند سال اخیر، بازار تأمین اعتبار ما با یک لایه و یک بعد دیگر مواجه بوده؛ روند فزاینده تقاضا برای وام‌های خرد، همه می‌دانیم که اقتصاد ایران درگیر رکود تورمی سنگینی است. در این فضا، لندتک‌ها با استفاده از ظرفیت‌های تأمین مالی که ایجاد کرده‌اند، خلأهایی را پوشش می‌دهند و نکته مهم این است که اگر اکنون شاهد رشد مستمر سرویس‌دهی لندتک‌ها بایم، دلیلش همکاری نسبتاً موفق لندتک‌ها با شبکه بانکی بوده است. امروز نزدیک به پنج میلیون نفر مشتری لندتک‌ها هستند. این رقم برای صنعت نوپای لندتک ایران رقم قابل توجهی است، اما اگر آن را با ضریب نفوذ شبکه بانکی در کل کشور مقایسه کنیم، درمی‌یابیم که تعداد زیادی از مردم هنوز از خدمات لندتک بهره‌ای نبرده‌اند.

در عین حال نتایج مطالعه‌ای مشترک بین سازمان نظام صنفی و انجمن فین‌تک نشان می‌دهد که ضریب نفوذ شبکه لندتکی در استان‌های برخوردار، ۲۰ درصد کمتر از ضریب نفوذ شبکه بانکی است و حوزه لندتک در استان‌های نیمه‌برخوردار و کم‌برخوردار دارای ضریب نفوذ بهتری است. البته همچنان سهم برخوردارها بیشتر است، چون توان مالی و تقاضای بالاتری دارند، ولی به دلیل آنلاین بودن خدمات لندتک و اینکه نیاز به شعبه ندارد، ۲۰ درصد از سهم تسهیلات بانکی استان‌های برخوردار به سمت لایه‌های پایین‌تر اجتماع رفته است. طبق نتایج همین مطالعه، ۷۰ درصد مردم از حق دریافت وام محروم‌اند و فقط ۳۰ درصد امکان استفاده از آن را دارند. نکته قابل توجه این است که ۷۰ درصد مخاطبان لندتک‌ها از بین همین کسانی بوده‌اند که تا امروز موفق به دریافت وام یا اعتبار از شبکه بانکی نشده و رتبه اعتباری نداشته‌اند.

این افراد با استفاده از خدمات لندتک به مرور در حال ثبت رتبه و سابقه اعتباری‌اند و این دقیقاً یعنی تحقق فراگیری مالی.



آزادانی: امروز نزدیک به پنج میلیون نفر مشتری لندتک‌ها هستند. این رقم برای صنعت نوپای لندتک ایران رقم قابل توجهی است، اما اگر آن را با ضریب نفوذ شبکه بانکی در کل کشور مقایسه کنیم، درمی‌یابیم که تعداد زیادی از مردم هنوز از خدمات لندتک بهره‌ای نبرده‌اند. در عین حال نتایج مطالعه‌ای مشترک بین سازمان نظام صنفی و انجمن فین‌تک نشان می‌دهد که ضریب نفوذ شبکه لندتکی در استان‌های برخوردار، ۲۰ درصد کمتر از ضریب نفوذ شبکه بانکی است

مهرتراکتس



۱۴۰۲

ASAE.TARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



تسهیلات لندتکی گرچه بالاست، ولی باز هم از نرخ تورم پایین تر است و به سود مشتری است. به نظر تان لندتکها تا چه موقع می توانند روی این نرخ تورم حساب کنند و مخاطب خود را با این استدلال راضی نگه دارند؟

مؤمنی: این سؤال موردعلاقه من است. در علم اقتصاد با دو مفهوم «نرخ بهره» و «نرخ سود» مواجهیم. رسانه‌های ما خیلی دوست دارند که نرخ تورم اقتصاد آمریکا را پررنگ کنند. در چند سال اخیر، مدام اعلام کرده‌اند که نرخ تورم آمریکا در حد ۶ یا ۷ درصد بوده و بر مبنای همین نرخ آن کشور را در مرز فروپاشی معرفی می‌کنند. در حالی که آخرین گزارش‌ها نشان می‌دهد نرخ تورم امروز آمریکا در حد ۲ درصد است. علت چه بوده؟ فدرال رزرو آمریکا با ابزارهای پولی و بانکی تورم را مهار کرده است؛ از جمله اینکه نرخ سود بانکی، یعنی نرخ سپرده را بالا برده، حجم پول موجود در بازار را کاهش داده و نرخ بهره را هم بالا برده است؛ یعنی وام گرفتن گران است و اگر بخواهید پول خود را داخل بانک بگذارید که تبدیل به پایه پولی نشود و تورم را افزایش ندهد، سود خوبی به آن تعلق می‌گیرد. به این ترتیب، این دو مسئله، همدیگر را تعدیل می‌کنند. این راهکار، ابزاری است که تمام بانک‌های مرکزی جهان در اختیار می‌گیرند تا تورم را کنترل کنند. در کشور ما هرگز از این ابزار استفاده نشده است. البته خوشبختانه، چند روز پیش، نرخ سود ۳۰ درصدی اوراق سپرده تأیید شد.

در مجموع اینکه بگوییم «لندتک‌ها گران هستند» گزاره صحیحی نیست. لندتک‌ها نرخ واقعی تأمین مالی در ایران را نشان می‌دهند. دولت، نرخ سود وام بانکی را ۲۳ درصد تعیین کرده است. این نرخ با واقعیت اقتصاد ایران در تضاد کامل قرار دارد. وقتی تورم ۵۰ درصد است و نرخ تأمین مالی از طریق بازار سرمایه به ۳۸ یا ۴۰ درصد می‌رسد، چطور یک بانک می‌تواند با نرخ ۲۳ درصد وام بدهد؟ در عمل چنین اتفاقی نمی‌افتد. بانک‌ها مجبور می‌شوند به انواع و اقسام ترفندها برای دور زدن نرخ تکلیفی متوسل شوند.

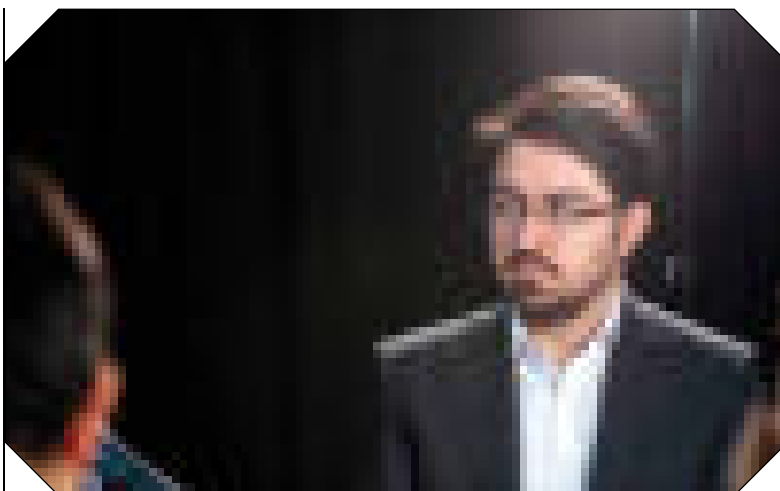
درواقع لندتک‌ها گران نیستند، بلکه نرخ واقعی تأمین مالی را نشان می‌دهند. اگر کسی نرخ پایین‌تری ارائه کند، یعنی یک جای کار می‌لنگد. در حال حاضر ما نمونه‌هایی از وام‌های خرید کالا را می‌بینیم که به ظاهر با نرخ سود ۲۳ درصدند و مشتری را مشروط به خرید از سراها و شهرهای فروش می‌کنند، اما زمانی که به فروشگاه مراجعه می‌کنید متوجه می‌شوید کالای مثلاً ۱۰ میلیون تومانی را به صورت اقساط باید ۱۲ میلیون تومان بخرید. بنابراین در واقع، نرخ سود پرداختی واقعی شما ۴۳ درصد است، اما مابه‌التفاوت بین ۲۳ تا ۴۳ درصد در قیمت کالا پنهان شده است.

تجربه کاربران در استفاده از سرویس‌های لندتکی چه تأثیری در سبب مصرفی و رفتار مالی آنها داشته است؟ گرچه آمارهای رسمی در این رابطه وجود ندارد، با توجه به مشاهدات

نمی‌توانند به تمام مشتریان اعتبار عرضه کنند. حجم فروش آنها هم به اندازه‌ای نیست که بتوانند با شبکه بانکی برای دریافت اعتبار قرارداد مستقیم منعقد کنند. حاصل همین واقعیت‌ها این شده که انواع «سراها» و «شهرها» [و مرکز خریدهای بزرگ با سرمایه‌گذاری زیاد] به وجود می‌آید و شعب آنها توسعه می‌یابد؛ در حالی که فروشندگان خرد از این بابت متضرر می‌شوند و به سمت نابودی می‌روند. این موضوع اتفاقاً اصلاً مطلوب نیست و حذف شدن کسب‌وکارهای خرد به هیچ‌وجه به نفع کشور نخواهد بود.

یکی از کمک‌های مؤثر صنعت لندتک این بود که اعتبار را به سمت فروشندگان و پذیرندگان خرد سوق داد. آمار ما در «فستا» ۷۰ به ۳۰ است؛ یعنی ۷۰ درصد از پذیرندگان در شهرستان‌اند و ۳۰ درصد در تهران. اگر هرم تقسیم اعتباری شبکه بانکی کشور را نگاه کنید درمی‌یابید که بیشترین سهم از اعتبارات، ابتدا به تهران و سپس به شهرهای بزرگ اختصاص یافته و هرچه به سمت شهرهای کوچک می‌رویم، اعداد و ارقام هم بسیار کوچک می‌شوند؛ یعنی شهرهای کوچک حتی اگر پذیرندگان خرد هم داشته باشند اعتباری در شبکه بانکی نیست که به آنها تخصیص یابد، اما امروز لندتک، تمرکززدایی کرده است. شعاری که مسئولان کشور سال‌ها مطرح می‌کردند، یعنی عدالت اجتماعی، تمرکززدایی از تهران و توزیع متوازن ثروت، حالا به معنای واقعی در صنعت لندتک، حداقل به لحاظ دسترسی به خدمات اعتباری محقق شده است.

اگر سرویس‌های لندتک را محصول در نظر بگیریم، خیلی‌ها این محصول را در قیاس با وام‌های سنتی و اعتبارهای خرید، گران ارزیابی می‌کنند. استدلال فعالان لندتک و موافقان این ابزار این است که نرخ سود



این آموزش‌ها برای ارتقای دانش افراد ضروری است و کمک می‌کند مردم به سمت استفاده از اعتبارات در کالاهای سرمایه‌ای و توسعه فردی بروند. این کار در شبکه بانکی انجام نمی‌شود؛ برای بانک اهمیت ندارد و امی که از شعبه گرفته‌اید کجا خرج می‌شود. در حال حاضر، ما کسب و کارهای لندتکی، ارتباطاتی در بین خودمان شکل داده‌ایم تا اطلاعات دریافت‌کنندگان اعتبار را با یکدیگر به اشتراک بگذاریم. این کار هم به جلوگیری از نکول کمک می‌کند، هم به شناسایی مشتریان بدحساب و رصد کردن کاربران. با این شیوه می‌توانیم ریسک مشتری را کنترل کنیم. همچنین خیلی از بازیگران صنعت، اطلاعات خود را با «شرکت رتبه‌بندی اعتباری ایرانیان» به اشتراک می‌گذارند و این اطلاعات روی رتبه اعتباری فرد، سابقه اعتباری او و کارنامه اعتباری‌اش اثرگذار است. به این ترتیب، ریسک کسب و کارها و بانک‌ها نیز کنترل می‌شود. اتفاقاً ما از این لحاظ، نسبت به بانکداری سنتی یک پله جلویییم. در بانکداری سنتی، راه‌های زیادی برای دور زدن قانون وجود داشت؛ وقتی رئیس شعبه تصمیم بگیرد به شما وام بدهد، راهکار و ماده قانونی‌اش را پیدا می‌کند و نهایتاً، اگر به خودتان هم نتواند وام بدهد، به یکی از نزدیکان مثل همسر یا مادر یا پدرتان اعتبار می‌دهد، ولی در لندتک چنین کاری میسر نیست.

در نیمه دوم امسال، بانک مرکزی دستورالعملی برای تسهیلات یارها ابلاغ کرد که صنعت لندتک را تحت تأثیر قرار داد. شما به عنوان ذی‌نفع تا چه حد از قبل در جریان صدور این دستورالعمل بودید؟

مؤمنی: این دستورالعمل در شرایطی ارائه شد که برای ما خیلی عجیب به نظر می‌رسید. ما ماه‌ها سعی داشتیم تا حد ممکن در شکل‌گیری یک دستورالعمل مشارکت داشته باشیم تا متن آن تعاملی و تطبیق‌پذیر باشد و بتوانیم آن را پیاده کنیم. ما منتظر یک قانون‌گذاری منطقی بودیم. قطعاً بانک مرکزی یا هر نهاد قانون‌گذاری دیگر در کشور، خیلی بزرگ‌تر از صنعت نوپایی مثل لندتک است؛ پس می‌تواند تجربه خیلی خوبی را رقم بزند و برای اولین بار، قانون جذابی را براساس استانداردهای جهانی وضع کند؛ یا اگر در حد جهانی هم نیست، می‌تواند در حد منطقه‌ای باشد تا شرکت‌های کشور بتوانند همپای منطقه پیش بیایند.

مجموعه‌های ما که در طول سه، چهار سال اخیر به شکل گسترده فعالیت کرده‌اند، هرگز به دنبال دور زدن قوانین پولی و بانکی نبوده‌اند؛ همیشه خود را تا حد ممکن با قوانین ضد پول‌شویی و شورای پول و اعتبار تطبیق داده‌اند و نوعی خودتنظیم‌گری را دنبال کرده‌اند. درباره این دستورالعمل هم، تمام تلاش خود را کردیم که ضوابط خوبی شکل گیرد، ولی ناگهان با پدیده عجیب و غریبی روبه‌رو شدیم. فعالان صنعت، به‌شوخیه «ساعت ۱۰:۰۷ بعدازظهر پنج‌شنبه» اشاره می‌کنند که ناگهان

شما، چه میزان از تسهیلات خرد صرف هزینه‌های روزمره می‌شود و چه مقدار صرف هزینه‌های ماندگارتر یا حتی پس‌انداز و سرمایه‌گذاری؟

شفیعی: اولین شاخص نشان‌دهنده تجربه مطلوب، همین رشدی است که در نیمه اول امسال و قبل از آن شاهد بوده‌ایم. با حضور صنعت لندتک، برخی مفاهیم شکل گرفته است که تا هفت یا هشت سال قبل، هیچ ذهنیتی درباره آنها نداشتیم. هفت سال پیش، هیچ‌کدام از ما وام یک‌روزه و یک‌ساعته و چند دقیقه‌ای را تا تجربه نکرده بودیم. در آن زمان این چیزها، خیلی دور از ذهن به نظر می‌رسید. اینکه بتوانید بدون مراجعه حضوری، بدون داشتن دسته‌چک، بدون نیاز به ضامن و فقط با چند کلیک به صورت آنلاین وام بگیرید و کالای خود را خریداری کنید، تغییر و بهبود نیست، تحول است.

ما چندین مدل محصول را در دو، سه سال اخیر طراحی کرده‌ایم. منظورم از «ما» کل صنعت است. دریافت اعتبار خرد در قالب BNPL که برای بازه دو تا چهارماهه است و اغلب صرف خریدهای روزمره و ارزاق می‌شود. برخی تسهیلات در بازه شش الی دوازده ماه ارائه می‌شود که مناسب خرید کالاهایی در بازه قیمتی بیست تا چهل میلیون تومان است. تسهیلات دوازده‌ماهه، ۲۴ ماهه و ۳۶ ماهه نیز داریم که افراد برای خرید لوازم خانگی و کالاهای سرمایه‌ای به سراغ آن می‌روند.

فلسفه لندتک‌ها چیست؟ می‌گویند: «امروز بخر، استفاده کن، لذت ببر، از خرید تجربه مطلوب داشته باش و بعد هم بازپرداخت پیش‌بینی شده را انجام بده؛ نیازی به فضای مبهم و مه‌آلود و پر از ریسک‌نداری؛ نگران این موضوع نباش که آیا تا دو ماه دیگر قیمتش همین می‌ماند یا نه.» به این ترتیب، هم پیش‌بینی‌پذیری ایجاد می‌شود و هم شفافیت. از طرف دیگر می‌دانیم که لندتک‌ها، به هر حال، خودشان هم می‌خواهند در بازار بمانند و ادامه حیات دهند؛ پس حواسشان هست که نرخ نکول و پارامتر اعتبارسنجی مشتری را درست مدیریت کنند. اگر فردی تقاضای اعتبار کند، ولی تحلیل مجموعه‌های لندتکی نشان دهد که درخواست این فرد بیش از توان بازپرداخت او است و ممکن است خودش را با تصمیمی اشتباه بدهکار کند، قبل از اینکه دست به چنین کاری بزند، لندتک خواسته او را برآورده نخواهد کرد؛ به این ترتیب هزینه ریسک نکول بالا نمی‌رود و آن فرد هم می‌تواند تصمیم بهتری بگیرد.

آقای آشتیانی، آقای شفییعی به برنامه‌ریزی مالی متقاضیان اشاره کردند. در سیستم بانکی سنتی، تعداد زیادی از افراد، محروم از دریافت وام بودند. لندتک این افراد را زیر چتر تسهیلات‌دهی آورده است، اما در شبکه بانکی حداقل براساس قانون مکتوب، هر فرد فقط می‌تواند از یک بانک وام بگیرد و تا زمانی که وام را تسویه نکند، قادر به دریافت وام دیگری نیست، ولی این شبکه بین لندتک‌های مختلف وجود ندارد و هر شهروند می‌تواند هم‌زمان از چند لندتک وام بگیرد. در این شرایط و با توجه به روند فزاینده فقر و ناهمخوانی دخل و خرج عموم مردم ایران، مسئولیت برنامه‌ریزی مالی و دقت در استفاده از خدمات لندتک را چقدر می‌توان برعهده خود کاربر گذاشت؟ آیا اقداماتی برای تجمیع و به اشتراک‌گذاری اطلاعات بین لندتک‌ها انجام شده است؟

آشتیانی: آموزش، یکی از موضوعاتی بوده که در صنعت دنبال کرده‌ایم. ما در کنار اعتباردهی به مشتری، بابت آموزش هزینه می‌کنیم تا اعتبار درست‌تر استفاده شود.

دستورالعمل روی سایت بانک مرکزی قرار گرفت و از قضا، شنبه صبح بانک‌ها کسب‌وکار برخی از دوستان را بستند. بانک مرکزی، در همان روز به بانک‌ها نامه زد که «از شنبه صبح دستورالعمل را اجرایی کنید». این شکل از قانون‌گذاری در کل دنیا عجیب به نظر می‌آید که پنج‌شنبه، روز تعطیل، خارج از ساعت کاری مؤسسات دولتی، در ساعت ۱۰:۰۷ بعدازظهر دستورالعمل را به تصویب برسانند و از شنبه به اجرا درآورند.

هدف بانک مرکزی چه بود؟

مؤمنی: واقعاً نمی‌دانم چه هدفی پشت این تصمیم بوده است، ولی خیلی عجیب به نظر می‌رسید. قطعاً اگر ما غیرقانونی کار کرده باشیم، باید تعطیل شویم، ولی اگر قانونی کار کرده باشیم و تعطیلیمان کنند، باید به دیوان عدالت برویم و دو سال دوندگی کنیم تا دستور بازگشت بگیریم. درکل، این اتفاق خیلی عجیب بود. برخی از مجموعه‌ها، فوراً بسته شدند، چون مدل کارشان به هیچ طریقی نمی‌توانست با دستورالعمل منطبق شود. مجموعه ما و دو یا سه مجموعه دیگر، بعضی از مدل‌های لندتک را توانستند در چهارچوب بانک مرکزی بگنجانند. ما در حوزه کالا فعالیت می‌کردیم و از آنجا که با اقتصاد نمی‌شود جنگید، توانستیم با پذیرندگانی که قیمت کالای بالاتری ارائه می‌دهند، تعامل کنیم تا بخشی از درآمد خود را به ما بدهند و هزینه وام افزایش نیابد؛ در حالی که ما به دلیل ایجاد شبکه و زیرساخت‌هایمان حق داریم هزینه دریافت کنیم، اما دستورالعمل بانک مرکزی می‌گوید: «همه باید کارمزد صفر درصد داشته باشند؛ همه باید برای رضای خدا کار کنند.»

به نظر می‌رسد نگرانی بانک مرکزی از فعالیت لندتک‌ها ناشی از مدل ارتباطی لندتک‌ها و بانک‌ها باشد. آیا بانک‌ها با استفاده از خدمات لندتکی در حال دور زدن نرخ سود مصوب وام (۲۳ درصد) هستند؟

مؤمنی: مسئولان بانک مرکزی، در جلساتی که با آنها داشتیم، بر این موضوع مدام تأکید داشتند. دوستان بانک مرکزی تصور می‌کنند لندتک‌ها کانال‌ها را برای بانک‌ها باز کرده‌اند که نرخ بهره اسمی را دور بزنند؛ در حالی که حجم کل وام‌های لندتک که به دست کاربر نهایی می‌رسد، کمتر از نیم‌درصد حجم وام‌های خردی بوده که بانک‌ها طی دوازده ماه اخیر در شبکه بانکی به مشتریان داده‌اند. فکر نمی‌کنم این نیم‌درصد بتواند روی ۹۹/۵ درصد باقی‌مانده اثری بگذارد.

شاید هم هدف این بوده که تا وقتی چنین مسیری بزرگ‌تر نشده و به جایی نرسیده که نتوانند جلوی آن را بگیرند، هرچه زودتر راهش را ببندند. واقعیت این است که به دستورالعمل هجده‌بندی بانک مرکزی، یک بند دیگر هم باید اضافه می‌کردند که «کل صنعت را ببندید». دستورالعمل را که می‌خوانید،



درمی‌یابید ابتدا مدل کسب‌وکار را مخدوش می‌کند، سپس مسیر درآمدی را متوقف می‌سازد و بعد از آن به مسیرهای ریسکی آسیب می‌زند. این دستورالعمل تمام کارهایی را که طی سه، چهار سال اخیر صورت گرفته تا برای مشتریان خلق ارزش ایجاد شود، به طور کامل بر هم می‌زند.

در کشورهای پیشرفته بیش از ۷۰ یا حتی ۸۰ درصد از پرداخت‌ها در شبکه بانکی از بسترهای اعتباری می‌گذرد. در کشور ما این عدد ۲ درصد است.

«اعتبار» یکی از ارکان بسیار مهم «شمولیت مالی» به حساب می‌آید. ارکان دیگر عبارت‌اند از: دسترسی به منابع سرمایه‌گذاری، دسترسی به کارت و حساب بانکی. رکن اعتبار در کشور ما همیشه مغفول مانده و حالا صنعتی نوپا آمده و برای جبران کم‌کاری و سهل‌انگاری شبکه سنتی بانکی تلاش می‌کند. این صنعت طی سه سال توانسته اعداد و ارقام جذابی از حیث تعداد کاربران ارائه دهد. گرچه از لحاظ حجمی این گردش مالی ناچیز است و پنج میلیون نفر از آن خدمات بهره برده‌اند.

به نظرم دوستان در بانک مرکزی اساساً با نوآوری مشکل دارند و ذهنیتشان این است: «بانک‌ها هستند و خدمت را آنها باید ارائه دهند؛ شما برای چه آمده‌اید؟!»

آقای آزادانی، برداشت من از صحبت‌های آقای مؤمنی این بود که فعالان حوزه لندتک، از فلسفه سیاست‌گذاری بانک مرکزی درک دقیقی ندارند؛ یعنی بانک مرکزی تصمیم و محدودیتی را به اجرا گذاشته که ذی‌نفعان آن هیچ توجیهی برای آن ندارند. درست است که لندتک‌ها توانسته‌اند پنج میلیون کاربر را جذب کنند، ولی در مقیاس کلی، گردش مالی چشمگیری ندارند که تا این حد نگرانی رگولاتور را برانگیزند. چرا چنین اتفاقی افتاده؟ چرا رگولاتور دست به صدور دستورالعمل اعمال محدودیت برای فعالیت لندتک‌ها زده است؟

آزادانی: بررسی ما نشان می‌دهد از مجموع تسهیلات خرد سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، سهم لندتک‌ها فقط ۰/۵ درصد بوده است. این عدد در کشورهای نزدیک به ما که فضای کسب‌وکارشان خیلی فراتر از ما نرفته، بین ۷ تا ۸ درصد می‌شود، اما دو نکته حائز اهمیت را نمی‌توان نادیده گرفت؛ اول اینکه لندتک‌ها شفافیت ایجاد کرده‌اند؛ آیا این شفافیت را دوست داریم یا نه؟! بالاخره تکلیفمان را باید روشن کنیم. آیا دوست داریم مردم، قیمت تمام‌شده تسهیلات و اعتبار را بدانند یا نه؟ شبکه بانکی دائماً دچار مضیقه اعطای منابع به مشتریان است. چرا بانک‌ها برای اعطای تسهیلات، از مردم می‌خواهند که مدتی سپرده‌ای نزد بانک بگذارند؟ آیا مسئله این است که بانک می‌خواهد سودجویی کند؟ آیا می‌خواهد استفاده بیشتری ببرد؟ یا نه، واقعاً روش توجیه‌پذیر دیگری وجود ندارد؟ پس ما باید تکلیف خود را با شفافیت روشن کنیم.

در پاسخ به سؤالی که پرسیدید: «آیا فعالان لندتک از پیش‌فرض‌های سیاستی سیاست‌گذار مطلع نبوده‌اند؟» می‌گویم مفروضاتی که در اتخاذ این سیاست و دستورالعمل مدنظر بوده، نسبت چندان با واقعیت و نقش لندتک‌ها در بازار ندارد. وقتی تصور کنیم که نقش لندتک، فقط بازاریابی تسهیلات بانک است رویکردمان نسبت به روند دنیا متفاوت می‌شود. لندتک‌های دنیا واقعاً چه کار می‌کنند؟ آنها در اعتبارسنجی، مدیریت ریسک اعتباری، وصول مطالبات، کانالیزه کردن اعطای اعتبار به سمت درست و... نقش دارند.

در روند جلسات متعددی که طی یک سال اخیر با رگولاتور داشتیم، همواره

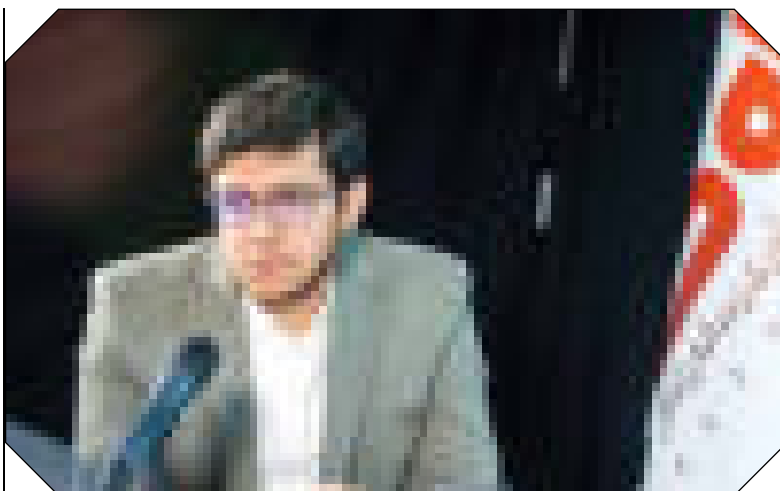
مهرتراکتس

میزگرد

۱۴۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



آقای مؤمنی اشاره درستی به فرایند خودمراقبتی و خودتنظیم‌گری داشتند. ما ادعا می‌کنیم که در این زمینه همواره پیشگام بوده‌ایم؛ قبل از اینکه مقرره‌گذار به سرانجام بیاید، برای خیلی از ملاحظات خودتنظیم‌گری کرده‌ایم. آقای آشتیانی به «زیرساخت مشترک» اشاره کردند. اکنون بیش از یک سال می‌شود که روی «بلک لیست» مشتریان بدحساب کار می‌کنیم. ما خودمان برنامه‌ریزی انجام دادیم؛ با «شرکت رتبه‌بندی اعتبار ایرانیان» همکاری داشتیم و به زیرساخت هم رسیده‌ایم؛ هم اکنون زیرساخت آماده است و تا چند وقت دیگر رونمایی می‌شود.

باید واقعیت را پذیرفت و به شفافیت احترام گذاشت؛ نه اینکه همه را مجبور به فعالیت پنهان روی قیمت کالا بکنیم. شاید کاربر متوجه قضیه نشود، ولی همه ما می‌دانیم که در نهایت باید قیمت تمام‌شده پول برگردد. این یک گزاره ارزش (Value Proposition) جدی است که به نفع کل اکوسیستم است؛ به نفع کاربر، رگولاتور، کسب‌وکارها و شبکه پذیرندگی.

از زمان ابلاغ این دستورالعمل بسیاری از فعالان صنعت لندتک و نهادهای صنفی خواستار بازنگری و اصلاح آن شده‌اند. آیا امیدی دارید که رگولاتور در این زمینه تجدیدنظری داشته باشد؟

شفیعی: نه شکل اعلام دستورالعمل مناسب بوده، نه زمانش، نه متن و محتوای آن. ما در جلسات مشترک زیادی با بانک مرکزی حرف زدیم و به ما قول مساعد برای تفاهم مطلوب دادند. این دستورالعمل هیچ کمکی به شفافیت ارائه تسهیلات یا کاهش نرخ بهره نمی‌کند؛ قدرت اقتصادی مردم را بالا نمی‌برد؛ مسئله و دغدغه و نیازی را حل نمی‌کند؛ فقط روزنه‌ها را از بین می‌برد. چه در «کمیسسیون» و چه در «انجمن» پیگیری مصرانه انجام می‌شود که تجدیدنظری در دستورالعمل اتفاق بیفتد. ما با هم همراه هستیم. طی دو سال گذشته که کمیسیون و انجمن شکل گرفته و کار کرده‌اند، هر دو نشان داده‌اند که همراه کسب‌وکارها هستند و به صورتی معقولانه پای میز مذاکره حضور دارند و برای ایجاد ساختارهای مشترک همکاری می‌کنند؛ ان‌شاء‌الله که در بانک مرکزی نیز همین همراهی رخ دهد و نتیجه مطلوبش را ابتدا مردم و کسب‌وکارها و سپس صنعت لندتک ببینند.

آشتیانی: من نکته‌ای را به صحبت‌های دوستان اضافه می‌کنم؛ با توجه به آمار دقیقی که دوستان ارائه کردند ما سهم خیلی کوچکی از کل بازار وام‌های خرد در کشور را داریم. متأسفانه در کشور ما به دلیل عدم شناخت کافی، با بعضی موضوعات برخورد درستی صورت نمی‌گیرد. نمونه شاخص این برخوردها را می‌توان در مسئله «کولبری» دید. اگر به یاد داشته باشید، در شرایطی که عمده قاچاق کشور از طریق بنادر رسمی و حاشیه بنادر صورت می‌گرفت، تمام کشور روی کولبران تمرکز می‌کرد و در اخبار می‌دیدیم که «هفته‌ای یک کولبر در کشور کشته می‌شود». آن کولبر چه کار می‌کند؟ مثلاً شاید بتواند روزی یک

تأکید کردیم که هر ضابطه یا دستورالعمل یا اتفاقی که بخواهد رقم بخورد، باید با نقش آفرینی کسب‌وکارها باشد. طبیعی است افراد در جایگاه رگولاتور، شناختشان از بازار هم سطح شناخت فعالان کسب‌وکار نیست. بنابراین افرادی می‌توانند در این مورد نظر بدهند که در فضا حضور دارند و جزئیات را می‌شناسند. اگر چنین اشخاصی در روند کار دخیل می‌شدند، طبیعتاً به خروجی امروز و چالش‌هایی که پیش آورد نمی‌رسیدیم.

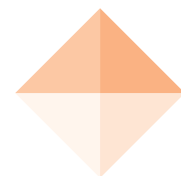
ما درباره دستورالعمل، سه نکته واضح را مطرح کردیم؛ اول اینکه «شما کارمزد را برای لندتک به رسمیت نشناخته‌اید». اگر حتی قرار باشد لندتک فقط در نقش بازار یاب عمل کند، باز هم باید زیرساخت و محصول و پشتیبانی داشته باشد؛ آیا هزینه تمام اینها صفر است؟ طبیعتاً نه! پس حتماً باید کارمزدی برایش در نظر گرفت و بعد از آن درباره نحوه تعیین کارمزد صحبت شود.

دومین نکته مربوط به فرایندهای کسب‌وکار است. در دستورالعمل اشاره شده که «مبالغ تسهیلات نباید به حساب تسهیلات یار واریز شود، باید مستقیماً به حساب فروشنده واریز شود». این قضیه، چند مسئله ایجاد می‌کند؛ اول اینکه تسهیلات در مدل‌های لندتکی لزوماً شامل یک خرید نیستند؛ گاهی بین چند خرید تقسیم می‌شوند. اتفاقاً یکی از مزیت‌های لندتک‌ها همین است. شبکه بانکی نمی‌تواند مبلغی را به حساب یک فروشنده واریز کند و اسم او را صرفاً در سرفصل «بدهکار» خودش نگه دارد؛ طبیعتاً برای این حالت باید یک زیرساخت جداگانه مهیا کند. لندتک‌ها این زیرساخت را به وجود آورده‌اند. آنها تسهیلاتی را شکل می‌دهند که مشتری از طریق آن می‌تواند حجم معینی از خرید را انجام دهد. در عین حال لندتک باید نظارت کند که قبل از واریز مبلغ به حساب فروشنده، آیا کالا به دست مشتری رسیده یا نه. مشکل دیگر مربوط به مبادی قانونی بانک‌ها است. بسیاری از بانک‌ها از ما می‌خواهند که یک حساب واسط ایجاد کنیم تا ما را در سرفصل «بدهکار» بگذارند و ما با پذیرنده تسویه کنیم یا واریز گروهی از طریق مکانیسم سیستمی اتفاق بیفتد. امروز در بانک مرکزی مقرره‌ای وجود دارد که به بانک‌ها می‌گوید: «حق ایجاد حساب واسط ندارید؛ نمی‌توانید مبالغ را به آن حساب بریزید؛ این کار نباید به نام بانک اتفاق بیفتد.» چنین کاری، با مانع مقرراتی مواجه است و قابلیت اجرا ندارد.

سومین دغدغه مربوط به جمع‌آوری اقساط است. بی‌زینس مدل لندتک‌ها طوری چیده شده که بنا به درخواست بانک، اقساط را خودشان جمع‌آوری می‌کنند و بانک، همه اقساط را یک‌جا از حساب برمی‌دارد. من وارد جزئیات فنی نمی‌شوم چون بحث مفصلی است، ولی حرف اصلی اینجاست که چرا ما باید در خلأ بنشینیم و راجع به یک اکوسیستم اعتباری قضاوت کنیم که همه قبولش دارند و به مردم سرویس می‌دهد؟

سکه این ماجرا یک روی دیگر هم دارد: هر حوزه جدیدی که شکل می‌گیرد، به طور طبیعی با مشکلات و موانعی مواجه می‌شود؛ مثلاً بعضی از کسب‌وکارها قواعد را به طور کامل رعایت نمی‌کنند؛ دو تا از آنها خیلی معروف شده‌اند و هر جا که می‌نشینیم اسمشان را می‌آورند و می‌گویند: «اینها دارند سود بالایی از مشتریان می‌گیرند. قیمت تمام‌شده آنها بالاتر از بقیه است و...» ما می‌پذیریم که برای آنها باید برنامه‌ریزی صورت گیرد و در جلسات هم راهکار صنفی پیشنهاد دادیم.

مصرف تراکتس



۱۴۴

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



تلویزیون را از کوه به این طرف بیاورد؛ او واقعاً سهمی در تنظیم بازار ندارد.

درباره مصرف آب هم معروف است که می‌گویند «۹۰ درصد آب در حوزه کشاورزی مصرف می‌شود»، در حالی که ما روی مصرف خانگی تمرکز کرده‌ایم و مدام در این زمینه کار تبلیغاتی انجام می‌شود. در حوزه وام‌های خرد نیز همین اتفاق افتاده است. یک صنعت به وجود آمده و در حال رشد است، برای کاربر ارزش افزوده داشته، تمرکززدایی انجام داده و سهم بسیار کوچکی از بازار پولی کشور دارد، اما مشابه ماجرای کولبری، با تک‌تیرانداز شروع به زدن دانه‌دانه کسب و کارها کردیم. همان طور که آقای مؤمنی گفتند، تاکنون دو کسب و کار به مرز نابودی رسیده‌اند و بقیه هم اوضاع خوبی ندارند. این ناشی از کج‌فهمی است؛ ریشه در عدم تعامل دارد. اگر با خود ما جلساتی گذاشته بودند، درباره خیلی از دغدغه‌ها بحث می‌شد و راه‌حل مشترکی به وجود می‌آمد؛ یا پیشنهادی می‌آوردیم که دغدغه حاکمیت و رگولاتور برطرف شود.

ما هیچ‌وقت خودمان را مقابل حاکمیت و رگولاتور ندیده‌ایم و نمی‌بینیم، ولی متأسفانه درباره این آیین‌نامه هیچ همراهی اتفاق نیفتاد. ما ماه‌ها با بانک مرکزی در ارتباط بودیم و حرفمان این بود که «ما خبر داریم که شما دارید آیین‌نامه‌ای تدوین می‌کنید؛ این را با خودمان در میان بگذارید. حداقل، بعد از انتشار، یک دوره زمانی برای تطبیق کسب و کارها با آیین‌نامه جدید بگذارید». به نظرم این حداقل‌ترین انتظار منطقی به حساب می‌آید.

به عنوان سؤال آخر، به بخش دوم نام میزگرد امروز برمی‌گردم: عبور از سدها. با در نظر گرفتن تمام شرایط و مواعینی که امروز درباره‌اش گفتیم، چطور می‌توان از سدها عبور کرد؛ چه به لحاظ توسعه درونی صنعت لندتک و چه به لحاظ ارتباط با رگولاتوری.

مؤمنی: من بر جوهره کسب و کارهای نوین تأکید می‌کنم که همان بهره‌گیری از تکنولوژی و تطبیق دادن خود با نیاز مشتری و بازار است. به نظرم در نهایت، تکنولوژی و بازار برنده خواهد بود؛ حداقل در صد سال اخیر در تاریخ جهان شاهد این اتفاق بوده‌ایم. اگر به ابتدای اکوسیستم استارت‌آپی ایران هم برگردیم، درمی‌یابیم که از روز اول تشکیل تاکسی‌های اینترنتی، نسبت به آنها مقاومت وجود داشته؛ با مدل کسب و کار ای کامرس‌ها نیز اداره‌داری و مالیات مقابله می‌کردند.

این مقابله همواره وجود داشته است. این اواخر، حتی دیدیم که یک شعار آمده بود: «عجله داشتن ممنوع است؛ هیچ‌کس حق عجله کردن ندارد». نهایتاً کسب و کار باید خودش را با واقعیت‌های نیاز بازار و تکنولوژی تطبیق دهد؛ مجبور است «عجله دارم» را تبدیل کند به «با سرعت بیشتری می‌خواهم بروم». نیاز واقعی بازار همچنان وجود دارد و ما هم خود را با آن تطبیق می‌دهیم؛ می‌جنگیم؛ تنها کاری که بلدیم همین جنگیدن است.

آزادانی: راه‌رفته را نمی‌توان برگشت. چیزی که مردم طعم آن را چشیده‌اند و از آن استفاده کرده‌اند، قابل حذف نخواهد بود. امروز نمی‌توانیم ناگهان تصمیم بگیریم که تاکسی‌های اینترنتی دیگر نباشند؛ آنها تبدیل به بخشی از زندگی واقعی مردم شده‌اند. تفاوت و تمایز این سوپراپلیکیشن‌ها و سرویس‌های مالی با خدمات سنتی سابق دیگر احساس شده و این راه غیرقابل بازگشت است. به نظر من، مهم‌ترین کسانی که به قول شما، این سدها و موانع را باز می‌کنند، کسب و کارها نیستند، بلکه خود مردم هستند. خود مردم در نهایت، به عنوان «کاربر نهایی» سرویس‌ها، این خدمات را انتخاب و مسیر را باز می‌کنند.

اما در لایه کسب و کار، تا به امروز مسیری طی شده و حالا واقعیت موجود را می‌بینیم؛ ما نیازمند تعامل بیشتری خواهیم بود. امیدواریم شاهد تعامل بهتر و سرعت بالاتری در حل مسائل صنعت باشیم. عمر بسیاری از کسب و کارها آن قدر زیاد نیست و توان ریسک‌پذیری آن چنان بالایی ندارند که اگر شش ماه یا یک سال آنها را متوقف نگه داریم تا تصمیم بگیریم، آنها در این مدت سر پا باقی بمانند. طی شش ماه آینده کل کسب و کار آنها از بین می‌رود. حاکمیت باید این مسئله را درک کند. ما تمام تلاش خود را می‌کنیم؛ دغدغه‌ها را می‌شنویم و منتقل می‌کنیم تا به پاسخ برسیم. به نظرم روندی که اکنون شروع شده همچنان ادامه خواهد داشت و سال آینده نیز شاهد رشد لندتک‌ها خواهیم بود.

شفیعی: تک‌تک کسب و کارهایی که در این شرایط سخت اقتصادی کشور تلاش می‌کنند، آمده‌اند برای ساختن. آنها پای این ساختن ایستاده‌اند و سختی‌هایش را به جان خریده‌اند؛ برای اینکه باور دارند کشور را می‌شود ساخت و ساختنش از همین کسب و کارها شروع می‌شود. ما انتظار «حذف سدها» را نداریم؛ امیدواریم با تعامل بهتر، به شکلی هرچه راحت‌تر و همراه‌تر، بتوانیم از سدهایی که در بیرون و داخل به وجود می‌آید، بگذریم.

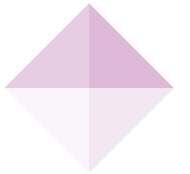
اگر به کسب و کارهای لندتک اعتماد شود؛ شاهد اتفاق‌های جذاب و خوشایند و اثربخشی خواهیم بود؛ هم برای کسب و کارها و هم برای مردم. تک‌تک جوان‌هایی که در فضای کسب و کار کشور فعالیت می‌کنند و عمر و جوانی خود را می‌گذارند، به ساختن آینده کشور امید دارند. امیدوارم که دولت و حاکمیت نیز به حفظ این امید کمک کند. **آشتیانی:** به نظر من عبارت «عبور از سدها» چندان گویا نیست؛ بهتر است «عبور از میدان مین» یا «عبور از سیم خاردار» را به کار ببرید. الان واقعاً داریم تلفات می‌دهیم. یکی از همکاران ما در «قسطا» ورودی ۱۳۹۱ دانشگاه صنعتی شریف و المپیادی است. از میان کسانی که با او در آن سال در المپیاد شرکت کردند فقط او داخل ایران مانده بود و در شرکت ما فعالیت می‌کرد. بعد از این اتفاقات، او نیز پیش من آمد و گفت: «اگر اجازه بدهید، می‌خواهم رزومه‌ام را برای چند جا بفرستم و بروم.» واقعاً با این اتفاق‌ها، به بخش خصوصی حس ناامیدی القا می‌شود. به نظرم چنین شرایطی، با اهداف اقتصاد دیجیتال در کشور در تناقض قرار دارد.

نکته امیدوارکننده این است که در بخش‌هایی از حاکمیت، همچنان شاهد همراهی هستیم. همان طور که اشاره شد، وزارت اقتصاد فهم خوبی از ماجرا دارد، معاونت علمی هم کمک می‌کند. امیدوارم با کمک فعالان صنعت و تعامل بیشتر رگولاتور و بانک مرکزی، مسئله را حل کنیم و ۱۴۰۳ سال خوبی باشد



رضا امیرزاده

عضو هیئت مدیره



۱۴۹

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



در میزگرد «از تجربه کارکنان در سازمان تا شکل گیری برند کارفرمایی» مطرح شد

عملکرد و ارتباطات دوبال برند کارفرمایی

به ترتیب از راست به چپ:
اشکان بنکدار
مسیح کریمیان
نگار عرب
کورش عباسی



عمر تراکتس

میزگرد

۱۴۷

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

بازار کار در ایران این روزها به ویژه در بخش های فناوری محور که نرخ مهاجرت در آن بالا است، جواب گوی نیازهای شرکت های این حوزه نیست و حالا، شرکت ها برای جذب نیروهای باکیفیت، مجبورند علاوه بر رقبا داخلی با شرکت هایی خارج از مرزهای ایران نیز رقابت کنند؛ رقابتی که چندان عادلانه به نظر نمی رسد. در چند سال اخیر، مفهوم برند کارفرمایی بیش از پیش در کانون توجه سازمان ها و شرکت ها قرار گرفته است و مجموعه ها درصددند با تقویت آن عملکرد بهتری در جذب و نگهداری منابع انسانی متخصص داشته باشند. موضوع برند کارفرمایی از آنجایی که با افراد و خواسته ها و نیازهای آنها سروکار دارد، علاوه بر چالش های کسب و کاری با دغدغه هایی انسانی مواجه است که برخی از آنها جزو اساسی ترین مسائل افراد هستند. به همین علت این موضوع با حوزه های روان شناسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی ارتباط پیدا می کند و بررسی این حوزه ها و پیچیدگی های آنها را اجتناب ناپذیر می سازد. از سویی شرایط ویژه ای که شرکت های ایرانی در آن قرار گرفته اند موجب شده بسیاری از راهکارهایی که در حوزه برند کارفرمایی در سایر کشورها مطرح می شود، مطابق با نیازهای اکوسیستم ما نباشد و به همین دلیل اهمیت ارائه راهکارهای بومی در این عرصه افزایش یافته است. در میزگردی با عنوان «از تجربه کارکنان در سازمان تا شکل گیری برند کارفرمایی» با حضور افراد صاحب نظر در این زمینه تلاش کردیم برند کارفرمایی را از زوایای مختلف بررسی کنیم و به چالش ها و راهکارهایی که پیش روی شرکت ها در زمینه منابع انسانی قرار گرفته بپردازیم. این میزگرد با حضور اشکان بنکدار، مدیر سرمایه انسانی فناپ؛ کورش عباسی، مدیر ارشد برند توسن؛ نگار عرب، معاون ارتباطات تپسی و مسیح کریمیان، مشاور و مدرس حوزه منابع انسانی برگزار شد. مشروح این گفت و گو را در ادامه می خوانید.



فردی می‌خواهد در سایت این شرکت رزومه‌اش را آپلود کند و با مشکل مواجه می‌شود؛ این اتفاق با آن ادعا تناقض دارد.

پیام برند کارفرمایی را از طریق چه کانالی می‌توان به مخاطبان رساند؟

عرب: این موضوع بستگی دارد به اینکه مخاطب شما چه کسی است؟ برای مثال مادر تپسی برای سفیرانمان (رانندگان) از کانال‌هایی که آنها دنبال می‌کنند استفاده می‌کنیم و کانال‌های دیگری را برای کسانی که در بازار کار هستند در نظر می‌گیریم. ما هیچ وقت به یوتیوب فکر نمی‌کردیم، اما اخیراً مطالعه‌ای که درباره نسل زد انجام شده نشان می‌دهد، مهم‌ترین کانالی که آنها دنبال می‌کنند یوتیوب است، به این دلیل که آنجا برایشان موضوعات آموزشی وجود دارد. اگر من نسل زد را مدنظر دارم باید جایی بروم که نسل زد در آنجا حضور دارد و یوتیوب یکی از اصلی‌ترین این فضاها به شمار می‌رود. خیلی مهم است که ما پرسونای کسی را که مخاطب قرار می‌دهیم بشناسیم و به نظرم سازمان‌هایی که فناوری محور هستند باید نسل زد را جزو محاسبات خود به شمار بیاورند.

آیا یک سازمان می‌تواند تجربه‌ای برای کارکنان خود رقم بزند با این هدف که جذابیت رسانه‌ای داشته باشد و در شبکه‌های اجتماعی پخش شود و در نهایت از این طریق به برند کارفرمایی خود کمک کند؟

عرب: این کار با برند کارفرمایی در تضاد نیست، اما به ظرافت نیاز دارد؛ لازم است این تجربه را طوری طراحی کنید که انعکاس آن به بیرون هم بتواند تأثیرگذار باشد و صدای برند را بلند کند، اما این کار زمانی مؤثر است که با تجربه کارمندان هم‌راستا باشد. اگر کاری تصنعی باشد، هر چقدر هم آن را در رسانه‌ها پمپاژ کنید، تأثیری نمی‌گذارد، چون کسانی که سفیر برندند، آن را تأیید نمی‌کنند. عباسی: کمی سخت است که در سازمانی با تعداد همکاران زیاد، درک یک دستی از یک تجربه داشته باشیم. در سازمان‌های کوچک‌تر که تعداد پرسنل آنها مثلاً تا دویست نفر است، با احتمال بیشتری درک یک دستی از آنچه شرکت اقدام به اطلاع‌رسانی کرده است، به وجود می‌آید.

آقای بنکدار آیا با ورود نسل جدید به بازار کار، سازمان‌ها باید تغییری در رویکرد خود در زمینه منابع انسانی داشته باشند؟

اشکان بنکدار: آدم‌ها دوست دارند میلشان محقق شود. در واقع کاری که سرمایه‌داری انجام می‌دهد، همین است که تلاش می‌کند میل‌ها را مدیریت کند؛ یعنی نظام میل شکل دهد، بگوید چه میل‌هایی باید محقق شوند و چه میل‌هایی حذف و سرکوب شوند یا به تعویق بیفتند (منظورم از میل همان واژه آشناست و مفهومی است که در این لحظه به ذهن‌تان متبادر می‌شود). حالا این میل شروع به تغییر کرده است. در نسل زد دیگر میل اصلی که افراد را در سازمان جذب و حفظ می‌کند آن نیست که غذای خوب در شرکت



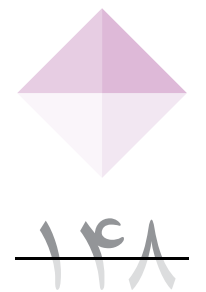
آقای عباسی با شما بحث را شروع کنیم. آیا میان تجربه کارکنان در یک سازمان و آنچه برند کارفرمایی آن نامیده می‌شود، می‌توان تمایز قائل شد؟

کوروش عباسی: اینکه منظور از تجربه کارکنان چیزی شبیه تجربه کار کردن یا همکاری باشد، یک بحث است و اینکه منظور درکی باشد که کارکنان از یک کارفرما دارند، بحثی دیگر. مفهوم برند اساساً درکی است که نزد مخاطب شکل می‌گیرد و این می‌تواند در ادامه به یک تجربه تبدیل شود. با این تعبیر این دو مفاهیم متفاوتی نیستند. در حقیقت، نگاه به برندینگ برند کارفرما مشابه برندینگ یک سازمان یا محصول است. در این مورد، کارفرما یک محصول به شمار می‌رود که قرار است به مشتری ارائه شود، پس ذات برندینگ و آن درک و تعلق که باید به وجود بیاورد، در اینجا هم وجود دارد. فقط در این زمینه، مخاطبان، اعضای درون سازمان هستند. در بحث برندینگ، عملکرد و ارتباطات دو بال یک پروانه‌اند و هر دو باید کار کنند؛ معمولاً بال ارتباطات در اینجا خیلی بزرگ‌تر و قوی‌تر از بال عملکرد است، اما اگر بال عملکرد درست کار نکند یا وجود نداشته باشد، برندینگ مفهومی ندارد. بخش عملکرد بیشتر به منابع انسانی سازمان مربوط است و ریشه‌ای‌تر است، مثل همان ارزش پیشنهاد همکاری (EVP) که در واقع ارتباطات در خدمت آن قرار می‌گیرد، اگر وجود نداشته باشد ارتباطات هم به کار نمی‌آید. در سال‌های اخیر، به دلیل اینکه سازمان‌ها، کمی از حالت شرکتداری با شیوه قدیم خود جدا شده‌اند و نیروهای جوان‌تر به واسطه ترجیحات، طرز تفکر و مدل تصمیم‌گیری‌شان، شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند، بحث طراحی تجربه همکاری در سازمان‌ها کمی جدی‌تر شده است. هرچند بحث‌های تئوری در کشور ما جدی است، قدرت خرید کاهش یافته و در مجموع مدیریت زندگی سخت شده، اما همچنان پولی/مالی کردن جبران خدمت و حتی جایزه دادن به آدم‌ها به تنهایی معنای کافی برای یک همکاری خوب را به وجود نمی‌آورد. این روزها، برخی خواسته‌ها و ترجیحات، مثل هم‌راستا بودن خواسته‌های یک فرد با ارزش‌های یک شرکت برجسته‌تر شده است؛ برای مثال جوان‌ترها انتظار دارند همان‌طور که خودشان به برخی موضوعات اجتماعی، زیست‌محیطی و حتی سیاسی اهمیت بیشتری می‌دهند، شرکتشان هم نسبت به این موضوعات بی‌اعتنا نباشد. با گذر زمان و تغییر نسل در شرکت‌ها، در چند سال آینده احتمالاً تعداد افرادی که به شکل متفاوت‌تری نسبت به نسل‌های قبل فکر می‌کنند بیشتر شود. برای این افراد تعریف یک برند کارفرمایی خوب ضرورتاً به پیشنهادها و هیجان‌انگیز و رنگارنگ مربوط نمی‌شود؛ احتمالاً جنس خواسته‌ها فرق کند و شاید وزن معنادار آن سنگین‌تر باشد.

نگار عرب: درباره مفهوم برند کارفرمایی و تجربه کارکنان یکی از نکات مهم این است که این دوطرفه موازات هم عمل می‌کنند و شما نمی‌توانید در برند کارفرمایی وعده‌ای بدهید و در تجربه کارکنان در عمل اتفاق دیگری بیفتد.

برند کارفرمایی زمانی می‌تواند درست تبیین شود که همکاران شما در یک سازمان، واقعاً آن چیزی را که شما به عنوان EVP یا ارزش ویژه بیرون از سازمان درباره‌اش صحبت می‌کنید، در تجربه همکاری خود احساس کنند. از سویی یکی از مهم‌ترین کانال‌ها برای تبیین برند کارفرمایی نیز همان تجربه‌ای است که شما در حال ساختن آن برای کارکنان خود در سازمان هستید. همکار شما در سازمان خودش مهم‌ترین رسانه برای برند کارفرمایی است. مهم است تلاش شود آن استراتژی که یک سازمان برای برند کارفرمایی خود در نظر گرفته، در تک‌تک تاج‌پوینت‌ها از زمانی که فرد وارد سازمان می‌شود تا زمانی که خارج می‌شود، پیاده شوند. برای مثال شرکتی این ادعا را دارد که آخرین فناوری روز دنیا را استفاده می‌کند، بعد

مهرتراکتس



ASARETAARAHONESH.IR
ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



آیا لازم است طراحی تجربه کارکنان در یک سازمان به نحوی باشد که بتوان آن را به عنوان برند

کارفرمایی به بیرون از سازمان منعکس کرد؟

بنگدار: این طور فکر نمی‌کنم. این مسئله بیشتر، دغدغه اکوسیستم فناوری اطلاعات است که در یک حساب به سر می‌برد و خیلی درگیر این قضیه است که من دارم چه تصویری از خودم را به بیرون و به جامعه ارائه می‌کنم. فکر می‌کنم امسال در گزارش برند کارفرمایی که منتشر شد، همچنان مینا در رتبه نخست قرار داشت. مینا تا جایی که من اطلاع دارم در زمینه برند کارفرمایی هیچ کاری معطوف به جامعه انجام نمی‌دهد. من به عنوان عضوی از واحد منابع انسانی فکر می‌کنم اینکه هدف‌گذاری ما رو به بیرون شرکت باشد، درست نیست و ترجیح من این است که هدف‌گذاری را رو به درون شرکت قرار دهم. اگر در این کار موفق باشم این اطمینان را دارم که سفیران برند من کار خودشان را انجام می‌دهند و استمرار در این وضعیت تأثیر خودش را خواهد گذاشت. اینکه ما رو به بیرون و رسانه کارهای جذاب و چشمگیری انجام دهیم شاید برای کوتاه‌مدت جواب دهد، اما برای بلندمدت پاسخگو نخواهد بود. نسل زد همچنان مانند نسل‌های گذشته دغدغه مسکن دارد؛ اگر شما شرکتی داشته باشید که به نیروهایش خانه می‌دهد، نسل زد آنجا می‌ماند. ما در یک شرکت چنین تجربه‌ای داشتیم. به افراد دو پیشنهاد دادیم؛ پیشنهاد اول واگذاری سهام بود و در کنارش گفتیم می‌توانید این را سرمایه‌گذاری کنید و سه سال بعد خانه بگیرید. تقریباً همه ترجیحشان خانه بود و حتی تعدادی حاضر بودند برنامه مهاجرتشان را هم لغو کنند. درست است که نسل زد کمی متفاوت‌اند، اما این طور نیست که چنین مسائلی برایشان مهم نباشد؛ آمار نیز تقریباً همین را نشان می‌دهد. خواسته‌های نسل زد آن‌قدر هم متفاوت نیست، هرچند برخی مسائل مانند سلامت روان برای آنها پررنگ‌تر از نسل‌های گذشته است، اما همچنان برای این نسل داشتن امنیت، خانه، پول، امکان رشد و پیشرفت مهم است. من فکر می‌کنم اولویت این است که نگاه ما به داخل شرکت باشد، در این میان اگر گاهی هم بتوانیم رو به بیرون تأثیرگذار باشیم که چه بهتر، اما اگر این اتفاق نیفتد ایرادی ندارد.

مسیح کریمیان: زمانی که کودک بودیم، برای مثال چون دایی‌مان در بانک کار می‌کرد، ما هم دوست داشتیم کارمند بانک شویم یا چون فامیل‌مان شرکت داشت ما هم دوست داشتیم در آینده برای خودمان شرکت داشته باشیم. چیزی هم که ما امروز به نام برند کارفرمایی می‌شناسیم، شاید همان چیزی بوده که قبلاً به عنوان محل کار مطلوب‌مان در ذهنمان به تصویر کشیده بودیم. همان طور که اشکان مطرح کرد، گزارش‌های برند کارفرمایی بیشتر از این جنس است که ما دوست داریم برویم و در آنجا کار کنیم و در صحبت‌های دوستان هم شنیدیم می‌توان مخاطب برند کارفرمایی را به دو شکل بالقوه و بالفعل دسته‌بندی کرد.

بخورد، شغل دائمی داشته باشد یا رفت و آمدش به محل کار راحت باشد. این میل می‌تواند برای آنها میل به اثرگذاری باشد، میل به خلق کردن چیزی یا به طور کلی میل به تحقق خود با انجام کار باشد؛ اینجاست که ما باید بتوانیم فضا و امکان‌های تحقق میل را فراهم کنیم. در این برش از تاریخ که بها دادن به تمایزهای فردی و پذیرش آنها بیش از هر زمانی مطرح است، افراد در یک نسل نیز یاد گرفته‌اند که این تفاوت‌ها را جای سرکوب و مخفی کردن ابراز کنند و آن را با خود به محل کار ببرند. این میل‌ها هستند که می‌توانند به زندگی کاری و فردی‌شان معنا و لذت ببخشند. در چنین فضایی مهم است که بتوانیم شرایطی را مهیا کنیم که افراد به شکل شخصی‌سازی شده امکان تحقق امیالشان را داشته باشند. صحبت از امیالی است که می‌تواند در مسیر تحقق خود منافع هر دو سو، یعنی فرد و سازمان را محقق کند. در چنین وضعیتی فضای زیست سالم‌تر، پویاتر و زنده‌تری داریم و افراد بیشتری مشتاق‌اند به جمع ما بپیوندند و تجربه بهتری از کار داشته باشند.

این میل در تک‌تک تاج‌پوینت‌ها اتفاق می‌افتد؛ به این معنی اگر من دوست دارم با جایی کار کنم که های‌تک باشد، اگر برای شرکتی درخواست همکاری بفرستم و مصاحبه آن شرکت با من از طریق یک ماشین هوش مصنوعی باشد این میل در من محقق می‌شود که دارم با جایی با فناوری بسیار پیشرفته کار می‌کنم. احتمال دارد شخص دیگری دوست داشته باشد با یک آدم فیزیکی کار کند و حرف بزند و... پس می‌خواهد میل دیگری محقق شود. اگر بتوانیم تک‌تک تاج‌پوینت‌ها را به شکل شخصی‌سازی شده برای افراد در نظر بگیریم، وضعیت و دنیا ایدئال می‌شود.



نیروی کار، تأثیرگذارترند، اما این موضوع برای بازار کار عمومی است. شرایط بین نیروی ارشد، مدیر میانی، نیروی با استعداد و کسی که در بازار کار حضور دارد، اما میزان مهارت و سطح توانایی و تجربه‌ای عمومی دارد، متفاوت است. ممکن است این دسته آخر دقت بیشتری به برند شرکت داشته باشد. همه از او دهه ۱۳۸۰ علاقه داشتند به شرکت مپنا بروند و پیش از آن شرکت نفت جای خوبی برای کار کردن بود و همچنین بانک‌ها نیز شرایط خوبی داشتند، اما هرچه گذشت، ارزش‌های همکاری تغییر کردند و به نظر می‌آید افرادی هم هستند که فقط به ارزش برند آن سازمان در بازار نگاه نمی‌کنند و کمی به نظر دیگران نیز دقت دارند و به خروجی که یک شرکت از تجربیات همکاری خودش منتشر می‌کند هم توجه می‌کنند. حس خوبی که از گفت‌وگو با کسی درباره یک سازمان به دست می‌آید، شاید تنها متغیر نباشد و عوامل دیگر هم قطعاً در انتخاب یک کارفرما برای همین افراد تأثیرگذار است.

درباره دعوت به اصلاح فرایندها و پرداختن به زیرساخت‌ها، من این موضوع را خیلی سخت و متأسفانه دور می‌بینم. نمی‌گویم هیچ شرکتی در این زمینه کاری نمی‌کند. از سویی بین تپسی هفت ساله که با سرعت زیادی رشد می‌کند با توسنی که ۲۴ سال سابقه دارد و از او دهه ۱۳۷۰ با فرهنگ سازمانی متفاوت شکل گرفته است، تفاوت وجود دارد. این دغدغه من است که شرکت‌ها چه اندازه می‌توانند به موضوع تغییر بپردازند. بحث من موضوع بودجه نیست که چقدر قرار است به حوزه منابع انسانی اختصاص داده شود.

موضوع این است که آیا در سازمان افرادی را داریم که بتوانند چنین کاری را انجام دهند و آیا رهبران سازمان با او همراه می‌شوند؟ من فکر می‌کنم ما حتی در شرکت‌هایی که جدیدترند و فرهنگ متفاوتی دارند، همچنان وام‌دار برخی فرهنگ‌های شرکتداری هستیم که از گذشته، یعنی دهه ۱۳۸۰ به بعد به یادگار مانده‌اند. احساس می‌کنم سبک‌های مدیریتی و رهبری ما بیشتر به رویکردهای قدیمی تمایل دارد تا اینکه بخواهد تغییر را تجربه کند. چون اگر بخواهد تغییر را تجربه کند، با اندازه‌گیری ریسک می‌خواهد بداند که قرار است چه چیزی را به دست بیاورد و در این میان ریسک‌های فروپاشی سازمان به لحاظ فرهنگ و... نیز مطرح هستند که باعث می‌شوند رهبران سازمان دست‌ودلشان نرود که روی چنین تغییرهایی سرمایه‌گذاری کنند. در این بازار کار، انرژی دیده می‌شود، اما ممکن است در آن مهارت و استعداد کمتر باشد. از نظر من در گذشته، بازار کار کیفیت دانشی بیشتری داشت. شاید هم این ذهنیت به این دلیل است که آن زمان هنوز با نسل جدیدی که طور دیگری فکر می‌کند و صراحتاً خواسته‌ها و ترجیحات خود را بیان و شاید مطالبه کند، مواجه نبودیم. در حال حاضر سازمان‌ها در این محیط و بازار درگیر موضوعات اقتصادی و اجتماعی و سختی‌های جدید و غریب هستند و اساساً دغدغه‌های اصلی‌شان هم به همین صورت شکل می‌گیرد و در نتیجه کمتر ریسک تغییر را می‌پذیرند.

بالقوه آن است که بعداً شاید قرار است بیاید و به تیم یک شرکت اضافه شود. این فرد شاید الان در مدرسه در حال تحصیل باشد. آن هم می‌تواند بخشی از هدف برند کارفرمایی باشد. بازار استعدادها منوط به آن کسی که در حال حاضر مشغول آبدیت رزومه است نمی‌شود. بالفعل هم شامل همین افرادی است که در حال کار هستند یا رزومه پر می‌کنند و...

اگر بخواهیم درباره بخش بالفعل صحبت کنیم در اینجا نیازهایی جدی در بحث‌های پایه وجود دارد و من فکر می‌کنم همین نیازهاست که برند کارفرمایی را می‌سازد. گاهی در برخی شرکت‌ها پایه‌های اساسی منابع انسانی مانند جبران خدمات پایه، حقوق و... می‌لنگد و بعد می‌آیند برای مثال پکیج پلدا می‌دهند و نامش را هم می‌گذارند برند کارفرمایی، و گمان می‌کنند از این طریق می‌توانند اشکالات و نواقص قبلی را جبران کنند. پیش از اینکه برسیم به کارهایی که خروجی و جذابیت بیشتری دارند، کارهای زیرساختی خیلی مهم‌تری در بحث برند کارفرمایی داریم. بخشی از برند کارفرمایی جبران خرابی‌ها و باگ‌های سیستم‌ها است. ما باید زیرساخت‌ها را به نحوی اصلاح کنیم که افراد از همان پجگی دوست داشته باشند وارد آن مجموعه شوند. از سویی خیلی اوقات ما فقط برند جذب درست می‌کنیم، اما وقتی که فرد وارد سازمان می‌شود، می‌بیند که همه چیز متفاوت است.

جبران خدمات هم همان‌طور که آقای عباسی گفت فقط بحث مالی نیست، هرچند که آن هم مهم است. آن چالشی که من می‌بینم بیشتر از جنس نیازهای پایه است و اگر به آن فکر کنیم و در آن زمینه راهکار ارائه دهیم می‌توان به برند کارفرمایی فکر کرد. من فکر می‌کنم خود افرادی که در یک مجموعه کار می‌کنند بهترین کانال برای انتقال برند کارفرمایی‌اند. حتی وقتی فردی از مجموعه ما به هر دلیلی خارج می‌شود خیلی بهتر از هر رویداد و تبلیغی می‌تواند در راستای تقویت برند کارفرمایی ما کار کند. من تنها تفاوتی که در نسل زد می‌بینم، بحث خواستن است و فکر می‌کنم نیازهای خیلی متفاوت نیست. نسل زد خیلی خوب نیازهایش را بیان و برای رسیدن به آن تلاش می‌کند. شاید نسل ما کوتاه می‌آمد و زود راضی و قانع می‌شد، اما خواسته‌های افراد نسل زد هم از همین جنس است؛ برای آنها هم نیازهای مالی اولویت دارد و امنیت شغلی مهم است. به واسطه امکان‌های گفت‌وگویی بیشتری که این نسل دارند، حجم زیادی از داده از سوی آنها می‌آید که در نسل‌های گذشته این داده‌ها بروز پیدا نمی‌کرد. عرب: به نظر من اینکه در داخل سازمان مسائل را پایه‌ای اصلاح کنیم، منافاتی ندارد با اینکه بخواهیم صدایی در بیرون داشته باشیم. اگر ما بخواهیم برند کارفرمایی بسازیم باید روی یک زیرساخت مناسب قرار داشته باشد. شرکت‌ها در حال حاضر از رسانه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی برای تقویت برند کارفرمایی خود استفاده می‌کنند، اما در گذشته فرد یا رسانه تأثیرگذار در زندگی ما، به قول آقای کریمیان، دایه‌مان بود، اما در حال حاضر تعدادی از رسانه‌ها روی من تأثیر می‌گذارند؛ یعنی در کنار نزدیکان من، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و محتواهایی که از شرکت‌ها منتشر می‌شود نیز روی من تأثیر می‌گذارند، با این تفاوت که شاید دایه من تأثیر بیشتری روی من داشته باشد به این دلیل که باورپذیرتر است، اما صدای بقیه رسانه‌ها بلندتر است. مرحله بعدی این است که من برای هر مورد که توجهم را جلب کرد می‌روم کسی را پیدا می‌کنم و از او نظر می‌خواهم. اینجا است که تجربه کارکنان یک مجموعه به عنوان سفیر برند اهمیت می‌یابد. فرایند تصمیم‌گیری مرحله به مرحله است و بخش مهمی از تصمیم‌گیری نظرخواهی از دیگران است و آنجا است که اگر یک سازمان آن پای‌بست را نساخته باشد، همه آنچه از خود به بیرون نشان داده، ویران می‌شود.

عباسی: همچنان برندهای شرکت‌ها، نسبت به برند کارفرمایی به عنوان جایی برای جذب

فکر می‌کنید در زمینه بحث‌های زیرساختی و ایجاد تغییر در یک سازمان، بخش منابع انسانی چه نقشی می‌تواند داشته باشد؟

بنگدار: مسئله‌ای وجود دارد که من به آن ادراک نقش منابع انسانی می‌گویم. دیدگاهی که اکنون در صنعت نسبت به نقش منابع انسانی وجود دارد، این است که این بخش از سازمان باید مراقب باشد؛ گاهی تصور می‌شود که منابع انسانی باید مراقب باشد افراد ناراحت نباشند، درد دل کارکنان را گوش کند، تجربه خوب بسازد و... به نظرم این دیدگاه اشتباه است. همه شرکت‌ها هم به دنبال افرادی هستند که کمی دانش روان‌شناسی داشته باشند تا آن را در منابع انسانی به کار گیرند.

منابع انسانی باید نقشی جدی در کسب‌وکار بازی کند و پاسخ‌گوی درآمد باشد. اینکه شما چقدر توانستید برای هر فرد سازمان درآمد ایجاد کنید؟ چه سیستم‌هایی ساختید و چه اندازه فضایی که ساختید سیستماتیک است و به شکلی عادلانه امکان رشد به افراد می‌دهد؟ اگر بتوانیم این نگاه را جا بیندازیم، رهبران هم برای پذیرش تغییر آمادگی پیدا می‌کنند، اما خود منابع انسانی‌های ما برای خودشان این نقش را قائل نیستند. فکر می‌کنم برای اصلاح این مسئله علاوه بر اینکه رهبران باید ذهنیت خود را تغییر دهند، خود منابع انسانی‌ها نیز باید ذهنیتشان عوض شود. یک دلیل وجود چنین دیدگاهی این است که ما ده، دوازده سال است که ارتباطمان با دنیا قطع شده و در یک لوپ بسته افتاده‌ایم.

آیا شما هم فکر می‌کنید کیفیت بازار کار نسبت به گذشته با افت همراه بوده است؟ تجربه کار کردن با پلتفرم‌های کار یابی برای شما به چه شکل بوده است؟

بنگدار: ما سال گذشته در فناپ نزدیک به ۱.۷۰۰ نفر جذب کردیم که حدود هزار نفر از آنها جونیور و آپر جونیور بودند. اگر بخواهیم جذب باکیفیت داشته باشیم باید به ازای هر یک نفر جذب، صد رزومه دریافت کنیم. یعنی برای این هزار نفر باید صد هزار رزومه می‌گرفتیم که اصلاً در بازار کار ایران این میزان رزومه وجود ندارد. تازه در کنار ما شرکت‌ها و سازمان‌های دیگر هم هستند که قصد جذب دارند. ما در بازار کار کمبود عرضه و همچنین کمبود مهارت در میان کارجویان داریم. آن بخشی از افراد دارای مهارت و دانش و دانشجویان دانشگاه‌های برتر که ما نیاز داریم، میل زیادی به مهاجرت دارند و وارد بازار کار نمی‌شوند. وقتی عرضه کم باشد دیگر آن پلتفرم‌ها هم جواب‌گو نیستند. مسئله دیگر این است که در فضای تخصصی این پلتفرم‌ها جواب نمی‌دهند. اگر می‌توانستیم در پلتفرم‌های تخصصی کار یابی خارجی آگهی بدهیم جواب بهتری می‌گرفتیم. هر چند چنین تجربه‌ای هم داشتیم و رزومه‌های خوبی دریافت کردیم، اما هیچ‌کدام حاضر نبودند بیایند و در داخل کار کنند.

در برخی مواقع نقش روابط عمومی‌ها در حوزه ارتباطات درون سازمانی با منابع انسانی به هم نزدیک می‌شود؛ چگونه می‌توان مرز میان این دو بخش را مشخص کرد؟
عرب: این دو نقش خیلی به هم نزدیک اند و در خیلی



از مواقع هم ما کار را با کمک یکدیگر پیش می‌بریم. اگر بخواهیم دسته‌بندی داشته باشیم، موافقی که اتفاقی بیرون سازمان می‌افتد و به تبع آن داخل نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد و موضوع از جنس بحران‌های روابط عمومی است بیشتر روابط عمومی می‌آید و مسیر را مشخص می‌کند و نقش ایفا می‌کند، اما موافقی که مسئله کاملاً درون سازمانی است، نقش منابع انسانی پررنگ‌تر و مهم‌تر خواهد بود و این بخش مشخص می‌کند که چه باید گفت و چه باید کرد. خیلی اوقات دوستانی که در منابع انسانی هستند شاید مهارت‌های مربوط به تولید محتوا و تبیین درست پیام را نداشته باشند و در این زمینه از روابط عمومی کمک می‌گیرند. طی اتفاق‌های سال ۱۴۰۱، تپسی در سه ماه سیزده بحران داشت که انعکاس داخلی هم پیدا می‌کرد. در چنین مواقعی مهم است، پیش از آنکه شما حرفی را رو به بیرون سازمان بزنید در داخل سازمان با افراد ارتباط برقرار کنید.

در آن ایام تیم ارتباطات تصمیم می‌گرفت که چه پیامی و توسط چه کسی و به چه شکل در داخل سازمان مطرح شود، اما تأکید می‌کنم در زمینه ارتباط با افراد درون سازمان اصلاً نمی‌شود که منابع انسانی کنار برود و حتماً باید این دو بخش در کنار هم باشند. شاید روابط عمومی تصمیمی بگیرد که با مسئله‌ای در منابع انسانی متضاد باشد و اگر در سازمان مطرح شود ممکن است مشکل ایجاد کند. من در این مدت یاد گرفته‌ام که در مواقع بحرانی باید جلو آمد و صحبت کرد و به سؤال‌های همکاران جواب داد. در حوزه ارتباطات درون سازمانی چند خط قرمز مهم وجود دارد؛ یکی از آنها این است که نباید دروغ گفت. شاید براساس شرایط نتوانید تمام واقعیت را بگویید، در این شرایط بهتر است سکوت کنید، اما دروغ نگویید. چون دروغ به هر حال بر ملا خواهد شد و خودش بحرانی به مراتب بزرگ‌تر و بدتر ایجاد می‌کند. همچنین در این زمینه اصولی نیز وجود دارد که از آنها می‌توان به در دسترس بودن و جواب‌گو بودن اشاره کرد. نکته دیگر این است که باید در سریع‌ترین حالت ممکن اطلاع‌رسانی داخلی را انجام دهید، زیرا در زمان کوتاه امکان دارد تعداد زیادی شایعه و حرف ایجاد شود که باعث کم شدن تأثیرگذاری شما می‌شود.

در زمینه برند کارفرمایی چه تفاوتی میان سازمان‌های بزرگ و خرد وجود دارد؟

کریمیان: همان‌طور که سرعت تغییر در سازمان‌های خرد بیشتر است، نوسانات برند کارفرمایی هم در این نوع سازمان‌ها بیشتر است. از سویی ما با موضوع امنیت شغلی مواجهیم که به نظر من همچنان موضوع مهمی برای افراد است و این در سازمان‌های کوچک، نسبت به سازمان‌های بزرگ کمتر احساس می‌شود و این موضوع در کنار آن نوسانات که گفتیم می‌تواند باعث شود سازمان‌های کوچک برند کارفرمایی ضعیف‌تری داشته باشند. البته که این قضیه استثنا دارد و شرکت‌هایی را داریم که با اندازه کوچک توانسته‌اند برند کارفرمایی قوی ایجاد کنند، اما به‌طور پیش فرض کسی که وارد بازار کار می‌شود اولویت‌گذاری می‌کند و اولویتش را به دلایلی که درباره‌شان بحث شد، اگر پیش‌زمینه‌ای از جنس همان سفارش‌دوستان نداشته باشد، روی این می‌گذارد که از سازمان‌ها با ریسک کم شروع کند تا برسد به سازمان‌ها با بیشترین ریسک. البته ما طیفی را هم داریم که تغییرات و نوسانات در شرکت‌ها را دوست دارند که آنها را باید از این بحث مستثنا کرد.

مادر ایران هم با چالش منابع انسانی مواجهیم و هم شاهد نرخ بالای بیکاری در جامعه هستیم که

عمر تراکتس

میزگرد

۱۵۱

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



طراحی آموزش هستیم چگونه می توانیم آن مدرسه را که حالت مازول دارد به دل کار بیاوریم و یادگیری درون سازمانی را تقویت کنیم. برای مثال وقتی کسی وارد یک مجموعه می شود، با اینکه تازه کار است، باید بداند در کنار کارهایش، باید کاری نیز در زمینه آموزش انجام دهد؛ این کار لزوماً یاد دادن نیست و می تواند در حد خلاصه کردن یک کتاب باشد. این یعنی فرد نقشی در آموزش دارد یا مثلاً گروه های انتقال تجربه ای ایجاد شود که افراد تازه کار هم در آن گروه ها عضو باشند. با این کار زمانی که آن فرد تازه کار با سابقه شد، آموزش برایش درونی می شود.

برای جمع بندی میزگرد اگر نکته ای مد نظر دارید، بفرمایید.

عباسی: امیدوارم پرداختن به مفهوم برند کارفرمایی در سازمان ها تبدیل به یک اتیکت و ژست بی ارزش نشود و به دام آن تله ای نیفتد که تجربه برندیگ محصولات و شرکت ها در آن گرفتار شد. در برخی سازمان ها که روی ارتباطات درون سازمانی و برون سازمانی کار می کنند فضایی نمایشی را می بینیم که بیشتر از اینکه درگیر اثربخشی و درک درست باشد دنبال بزرگ نمایی است. نگرانی من از چنین فضایی این است که اگر مفهوم برندینگ کارفرما، جایگاه بدی نزد رهبران سازمان ها و مخاطبان پیدا کند، اقبال پرداختن به آن هم از بین می رود و سازمان ها ترجیح می دهند سکوت کنند. ریسک این موضوع این است که خلاقیت و نوآوری در این زمینه کمتر مورد توجه قرار گیرد یا اثربخشی آن کاهش یابد.

عرب: برند کارفرمایی نباید تبدیل به چیزی شود که همه سازمان ها فکر کنند باید همین الان برند کارفرمایی خود را بسازند. برند کارفرمایی می خواهد مسئله سازمان ها را حل کند؛ مسئله جذب نیروی انسانی مناسب را. وقتی سازمان ها بزرگ تر می شوند تعداد رفت و آمد نیروها در آنها بیشتر می شود و باید یک بازار بزرگ تری از آنها خبر داشته باشد، اما یک سازمان بیست الی سی نفره که می خواهد در سال دو یا سه نیرو جذب کند چرا باید هزینه ای را صرف این موضوع کند؟ یک سازمان باید در جایی روی برند کارفرمایی کار کند که درباره رشد خود آینده نگری داشته باشد تا مسئله جذبش را حل کند.

بنگدار: درباره برندینگ اول باید هویت داخلی را قدرتمند ساخته باشیم و بعد روی آن برند کارفرمایی را بسازیم. شما نمی توانید چیزی را که وجود ندارد برای بلندمدت برند کنید. امیدوارم مسیری که شرکت ها می روند به سمتی باشد که زیرساخت ها را درست تر کنند و هویت جمعی درست تر و یکپارچه تری بسازند و فرهنگ قوی تری در سازمانشان درست کنند و بعد این را با خلاقیت به بیرون انتقال بدهند.

کریمیان: در زمینه برند کارفرمایی اگر می خواهیم چیزی را توسعه دهیم مسیر توازن بهترین انتخاب است، به این معنا که هم روی بعدهای زیرساختی و عملیاتی کار کنیم و هم روی معرفی آن به بیرون از سازمان. متمرکز شدن روی هر کدام از این بخش ها به تنهایی می تواند چالش هایی به همراه داشته باشد

احتمالاً دلیلش به همان فقدان مهارت برمی گردد؛ آیا شرکت های می توانند با آموزش این چالش را پشت سر بگذارند؟

کریمیان: اگر بخواهیم این مسئله را ریشه یابی کنیم، باید به بحث توقع دو طرف بپردازیم؛ شرکت ها از بازار کار توقعاتی دارند و نیروهای کار نیز از شرکت ها انتظاراتی دارند که بعضاً درست هم هستند. این توقع ها در هر دو طرف بزرگ شده و با هم منطبق نیستند. باید روی تطبیق این توقع ها کار کرد. قطعاً آموزش و کار کردن روی فرهنگ سازمانی در این زمینه می تواند مؤثر باشد. چیزی که مهم است این است که نماینده کارفرما و افرادی که دنبال کار هستند با هم گفت و گو کنند و این خارج از قالب و چهارچوب رزومه فرستادن و روند استخدام باشد تا اینکه هر دو طرف تعدیل شوند و فضا را با هم بسازند.

عباسی: با توجه به کیفیت مهارتی و دانشی نیروی فعلی و حجمی که بازار کار دارد، شاید بازنگری مدل های توسعه و آموزش فردی در سازمان و گره زدن آن به بحث جبران خدمت ایده خوبی باشد. می دانیم که هنوز نیروهای باتجربه و ارشدی در سازمان ها وجود دارند که از لحاظ مهارتی برای مجموعه جذاب اند و در کنارش تعداد زیادی از نیروی کم تجربه در حال جذب به سازمان ها هستند. شاید بتوان با ایجاد ارتباطی در قالب جدید میان این دو، بخشی از چالش ها را حل کرد. به این شکل که اگر تاکنون یک نیروی ارشد، برای انجام کارهای خود ۱۰ واحد جبران خدمت می شده است و در کنار آن اگر فرصتی بوده به آموزش در زمان کار نیروهای کم تجربه نیز زمان اختصاص می داده، در شکل جدید، هفت واحد برای انجام کارهای محول شده سازمان، جبران خدمت شود و سه واحد برای آموزش به نیروی کم تجربه؛ یعنی در برنامه یزی کلان یک سازمان و تیم هایش، آموزش و ارتقای نیروهای کم تجربه نه یک کار درجه دو، که یک مأموریت اصلی باشد. این حرکت می تواند یک استراتژی باشد که طی آن سازمان، نیروهای کم تجربه را جذب کند، اما با به کارگیری یک مکانیزم متفاوت ارتقای این افراد را در برنامه کاری خود قرار دهد.

بنگدار: در زمینه بحث آموزش آقای دکتر فاضلی می گویند: «اگر می خواهید خوب عمل کنید ببینید دولت به افراد چه چیزی را نمی دهد و شما آن را به آنها عرضه کنید.» عملاً کار ما این است که کارهایی را انجام دهیم که دولت می بایست انجام می داد. برای مثال ما کلاس ارتباطات برگزار می کنیم در حالی که افراد باید آن را در مدرسه یاد می گرفتند. کیفیت آموزش در کشور ما پایین است و ما مجبوریم آن را جبران کنیم که بسیار پرهزینه است و برای همه شرکت ها امکان پذیر نیست، اما در نهایت شاید به جز آموزش چاره دیگری نباشد. ما در این زمینه با دانشگاه همکاری می کنیم و فناپ کمپس را راه اندازی کرده ایم و... با این حال همچنان این فعالیت ها جواب گوی نیاز ما در این زمینه نیست. منابع انسانی باید بتواند در عملیات نقش داشته باشد. عملیات برندینگ یک سازمان باید به شکلی طراحی شود که حجم مشخصی از کار سمت افراد جونیور برود و تحت نظارت سننیورها انجام گیرد. ما باید عملیات کاری مان را به نحوی تغییر دهیم که بتوانیم با افراد جونیور بیشتر کار کنیم. احتمالاً به زودی شاهد افزایش پرداخت حقوق های دلاری به افراد سننیور باشیم. چون تغییری که در بازار کار اتفاق افتاده این است که کار تبدیل به یک کالای قابل انتقال شده و شما می توانید اینجا باشید و برای یک شرکت در جای دیگر کار کنید.

کریمیان: نباید آموزش را به صورت یک مازول ببینیم که انگار آن را از بیرون سازمان به داخل آورده ایم. در نگاه ما آموزش باید با سازمان آمیخته شود. راهکار در این زمینه زیاد است و در دنیا هم پیش از این به آن پرداخته شده است. باید یاد بگیریم وقتی خودمان در حال

بررسی یک سال چالش های فناوری اطلاعات بانک ها در ایران با حضور
نوش آفرین مؤمن واقفی و محمد رضوان مدنی

تاب آوری در روزهای سخت

در روزهای پایانی سال ۱۴۰۱ میزگردی را با موضوع فناوری اطلاعات بانک ها برای ویژه نامه پایان سال عصر تراکنش برگزار کردیم. بعد از گذشت یک سال تصمیم گرفتیم این موضوع را مجدد بررسی کنیم و در کمال ناباوری متوجه شدیم که مسائل از یک سال گذشته کماکان پابرجاست و حتی اوضاع بدتر هم شده است. از چالش منابع انسانی گرفته تا قیمت ارز، تحریم و رگولاتوری همچنان تمام مشکلات باقی است و اکنون همگی در شرایط تاب آوری قرار گرفته ایم و در حال حاضر بانک ها نیز از این قاعده مستثنا نیستند. در این میزگرد میزبان نوش آفرین مؤمن واقفی، معاون فناوری اطلاعات بانک دی و محمد رضوان مدنی، معاون فناوری اطلاعات بانک صادرات بودیم تا چالش های یک سال گذشته بانک ها در حوزه فناوری اطلاعات را بررسی کنیم.



میثم سلیمانی

عصر تراکنش

میزگرد

۱۵۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



به ترتیب از راست به چپ:
نوش آفرین مؤمن واقفی
محمد رضوان مدنی

میزگرد را با خانم مؤمن واقفی شروع می‌کنم. به نظر تان در یک سال گذشته در حوزه فناوری اطلاعات بانک‌ها چه چالش‌هایی وجود داشته و آیا اوضاع الان بهبود یافته است یا بدتر شده؟

نوش آفرین مؤمن واقفی: اول پاسخ این سؤال را بدهم که آیا چالش‌هایمان از سال قبل کمتر شده است یا خیر؛ از نظر من، خیر؛ هیچ‌چیز بهتر نشده. در اواخر سال گذشته چالش‌هایی در حوزه مهاجرت نیروی جوان و متخصص مطرح بود. در سال جاری متوجه شدیم که این موضوع اهمیت خاصی دارد، ولی باز هم اقدام عملی و کارشناسانه‌ای در این حوزه نداشتیم. شاید تنها تفاوت امروز با تاریخ مشابه در سال گذشته این باشد که امروز به شکل آگاهانه مشکل را می‌شناسیم و ده‌ها جلسه در سازمان‌ها و نهادهای مختلف درباره این چالش برگزار شده، ولی هنوز قدم کارشناسانه و مثبتی برنداشته‌ایم. دامنه مهاجرت نیروی انسانی، شامل صرفاً کارشناسان فناوری نیست؛ به تدریج با کمبود مدیران باتجربه و متخصص نیز مواجه شده‌ایم. مهاجرت از بدنه بانک‌ها فقط خروج از کشور نیست؛ امروزه مهاجرت نیروی انسانی از سازمان‌های دولتی و بانک‌ها به سمت شرکت‌های خصوصی، معضل جدیدی است. نسل جدید، علاقه‌ای به کار در چهارچوب رسمی اداری با ساعات کاری غیرمنعطف و فضای کاری یکنواخت و منجمد ندارد و ترجیح می‌دهد در شرکت‌های خصوصی با محیط پویاتر فعالیت کند.

مشکلات دیگری هم همچنان وجود دارد؛ از جمله بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های مکرر و سردرگمی کل اکوسیستم و در نتیجه بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری در صنعت.

اگر یکی از همکاران شما بیاید و بگوید: «من به دلیل حقوق یا مهاجرت یا انتقال به شرکت بهتر می‌خواهم از اینجا بروم» چه دلیلی می‌توانید برایش بیاورید که نروند؟

مؤمن واقفی: ما با این چالش زیاد مواجه می‌شویم. به نظر می‌رسد با توجه به محدودیت‌های بانک‌ها، به تدریج محدود افرادی در سازمان می‌مانند که وفادار به سازمان باشند، سابقه‌ای طولانی در سازمان داشته باشند و اهل تغییر و چالش‌هایش نباشند یا احیاناً بابت وام به این سازمان بدهکار باشند. این افراد ماندگاری خوبی دارند، ولی در میان نسل جدید، این چسبندگی سازمانی کمتر است. آن چیزی که نسل ما به نام «وفاداری» به یک برند سازمانی می‌شناختند، در نسل جدید کمتر پیدا می‌شود. افراد به محض اینکه شرایط بهتری بیابند، ترجیح می‌دهند جابه‌جا شوند و به سازمان جدید بروند.

این وفاداری تا کجا می‌تواند جواب‌گو باشد؟ فرض کنید من وفادار می‌مانم، ولی حقوقم نصف شرکت مشابه است. این وفاداری تا کی جواب می‌دهد؟

مؤمن واقفی: روی موضوع حقوق خیلی مانور داده می‌شود، ولی به نظر من حقوق فقط یکی از دلایل جابه‌جایی از یک سازمان به سازمان دیگر یا مهاجرت از کشور است. مهاجرت یا جابه‌جایی نیروی انسانی، عموماً به دلیل نبود احساس هدفتندی و اثربخشی در سازمان و نبود انگیزه کافی برای ادامه مسیر پیش رو است. در اغلب موارد افراد بین اهداف و آرزوهای شغلی شخصی‌شان با اهداف سازمان هیچ اشتراکی احساس نمی‌کنند. بزرگ‌ترین مشکل سازمانی امروز ما، «ابهام در فردای سازمان» است. وقتی چشم‌انداز مبهم است، سازمان نمی‌تواند استراتژی بلندمدت داشته باشید؛ نمی‌تواند درباره سرمایه‌گذاری‌های بنیادین اقدامی انجام دهد و به همین نسبت، نیروی انسانی نیز در سازمان بی‌چشم‌انداز، احساس ابهام و سردرگمی و یأس خواهد کرد. جبران این یأس و سردرگمی و از دست رفتن انگیزه، صرفاً با پول ممکن نیست. در این شرایط شما بارها با نیروهایی در سازمان برخورد می‌کنید که حس می‌کنید از لحاظ روحی و فکری سازمان را ترک کرده‌اند.

به نظر شما چه چیزی جلوی طراحی استراتژی بلندمدت را می‌گیرد؟

مؤمن واقفی: استراتژی بلندمدت، خطوط کلی و رسالت سازمان را در بلندمدت تعیین می‌کند و بر مبنای تجزیه و تحلیل آینده و متغیرهای بیرونی و داخلی سازمان طراحی می‌شود و پیش‌نیاز آن تعریف چشم‌انداز و اهداف مشخص است و باید بپذیریم که تبیین این موضوعات در محیط بی‌ثبات اقتصادی و اجتماعی به‌سختی ممکن است. این موضوع به شفاف‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی کلان در سطح کشور و توجه خاص رگولاتور نیاز دارد. ما به عنوان بخش فناوری اطلاعات بانک، در سال جاری، با برنامه‌ها و دستورالعمل‌ها و بخشنامه‌های مکرر نهادهای بالادستی، به شدت تحت فشار بوده‌ایم. با توجه به محدودیت بودجه و نیروی انسانی، تعداد سامانه‌ها و قابلیت‌های مورد انتظار از حد توان بانک‌ها و پیمانکاران آنها خارج است. همین قضیه فشار مضاعف به نیروی انسانی باقی‌مانده در

سازمان وارد می‌کند. واحد فناوری اطلاعات سنگ آسیابی شده است که بین دستورات بانک مرکزی و سایر نهادهای بالادستی و انتظارات هیئت‌مدیره و مدیرعامل و سایر واحدهای بانک قرار گرفته است و بی‌توجه به امکانات موجود، هر روز بیشتر با کارشناسانی مواجه می‌شویم که اعلام می‌کنند: «من خسته‌ام.» و البته هرچه می‌گذرد این فشار بیشتر می‌شود و در صورت استمرار موضوع با استهلاک نیروی انسانی خبره باقی‌مانده در سال آتی مواجه خواهیم شد.

یعنی این فضا، تاب‌آوری را پایین آورده است؟

مؤمن واقفی: به نظر من تاب‌آوری هنوز هم تاحدی وجود دارد، ولی اگر با همین روش جلو برویم، به‌زودی به بن‌بست خواهیم رسید. فرایند موجود در حال سرعت‌بخشی به فرار نیروی انسانی ماهر است.

آقای رضوان مدنی، خانم مؤمن واقفی به نکته مهمی اشاره داشتند؛ تاب‌آوری منابع انسانی اما بیش از یک سال است که می‌دانیم این مشکل وجود دارد. به نظر شما، در یک سال گذشته، در حوزه منابع انسانی و به‌ویژه در حوزه فناوری اطلاعات، آیا دست‌روی دست گذاشته‌ایم که آدم‌ها بروند یا واقعاً کاری انجام شده است؟

محمد رضوان مدنی: به نظر من قضاوت درست زمانی صورت می‌گیرد که خود را در مواجهه با دنیای بیرون از سازمان بسنجیم. رفتارها نسبی‌اند؛ کم‌کاری نسبی است. همه ما مشغول کار و تلاشیم و مجبوریم که کار کنیم، نمی‌توانیم بی‌اعتنا باشیم؛ چون آینده سازمان به این مسئله گره می‌خورد که منابع انسانی حوزه فناوری اطلاعات بیاید و در پیشبرد اهداف سازمان مشارکت کند. فقط ما نیستیم؛ سایر رقبای درون کشور و بیرون از کشور نیز در این زمینه در حال فعالیت‌اند. بنده و سایر همکاران می‌بینیم که میزان تحرک و تلاشمان نسبت به رقبا ضعیف‌تر است. به همین دلیل، روند اکثر سازمان‌های مادر تأمین منابع سازمانی فناوری اطلاعات، به‌ویژه نیروی انسانی، رو به افول می‌رود.

رقبای بیشتر داخلی می‌دانند یا خارجی؟

رضوان مدنی: بستگی دارد که در چه سطحی کار کنید. وقتی در سطوح بالا کار کنیم، عمده رقبای ما، شرکت‌های خارجی هستند. نیروی انسانی، مرحله‌به‌مرحله حرکت می‌کند. نیرویی که تازه به بازار می‌آید، چون نمی‌تواند در شرکت‌های سطح بالا حضور مستقیم داشته باشد، از مجموعه‌های پایین‌تر شروع می‌کند و طی چند مرحله جابه‌جایی، به نقطه‌ای می‌رسد که بتواند از کشور خارج شود. این مسیر را افراد بسیار زیادی پشت سر می‌گذارند. ما این پدیده را در هر سازمانی می‌بینیم، ولی سطح آنها متفاوت به نظر می‌رسد.

اشاره‌ای به تاب‌آوری نیروی انسانی شد. در حال حاضر چندین سامانه تولید شده و گاه دستورالعمل‌هایی به سمت بانک‌ها می‌آید که اعلام می‌کند: «تمام اینها را باید در بخش فناوری اطلاعات به اجرا در آورید.» و شما می‌دانید که اگر آن را اجرا نکنید، همه چیز کن‌فیکون می‌شود. این

مهرتراکتس



۱۵۴

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



کار را به شکل اصولی جلو نبرده ایم. وقتی پی یک ساختمان را اصولی بالا نیاورید، برای هر آجری که بخواهید بگذارید، با پیچیدگی مواجه می شوید و هر لحظه امکان ریزش وجود دارد؛ هر لحظه منتظر چالش هستید.

آیا می توانید در این رابطه مثالی بزنید یا اتفاقی را نام ببرید که باعث شده باشد فشاری به بانکها بیاید که آسیبی جدی را به دنبال داشته است؟

رضوان مدنی: مشخص ترین موضوع و دغدغه امروز فناوری اطلاعات همه بانکها این است که یک روز به سمت کربنکینگ رفته ایم؛ بانکها پیشتازترین مجموعه های کشور بودند که این مسیر را آغاز کردند، ولی نتوانستیم به بازتعریف آن معماری بپردازیم؛ چه از باب تکنولوژی و چه از حیث اصلاح فرایندها! ما دائم مازول های جدید را روی یک سامانه مشخص تعریف کرده ایم. خیلی از بانکها دیگر معماری استاندارد ندارند؛ سامانه هایشان استاندارد نیست؛ دیتابیسشان مشکل دارد، تکنولوژی آنها به مشکل خورده و افرادی که می توانستند بر پایه تکنولوژی گذشته کار کنند، با فناوری های جدید همگام نیستند. مثلاً بخش زیادی از کربنکینگ کشور، متکی به زبان های نرم افزار نویسی قدیمی است. حالا برای هر تغییری، چه بر پایه الزامات نهادهای بیرونی باشد و چه مبتنی بر الزامات کسب و کار جدید بانک؛ در عمل با معماری قدیمی مواجهیم که تغییر در آن ساده به نظر نمی رسد. کارهایی که نسل امروز می توانند طی یک روز به انجام برسانند، بعضاً در بانکها سه الی شش ماه طول می کشد. در چنین شرایطی، فشار زیادی به حوزه فناوری اطلاعات بانک می آید. کسانی که در لایه های مدیریتی نشسته اند، تصور می کنند تغییر در اینجا نیز به همان آسانی بیرون از بانک است. از سوی دیگر، هر تغییری که رخ دهد ریسک هایی از حیث حفظ و نگهداشت معماری قبلی به وجود می آورد. این مسئله پیچیدگی زیادی به دنبال دارد. از یک جا به بعد، این معماری دیگر بازمهندسی و اصلاح نشده است؛ پس هر چه جلوتر می روید با پدیده پیچیده تری مواجه می شوید که فشار آن به فناوری اطلاعات افزایش می یابد.

خانم مؤمن واقفی، آقای رضوان مدنی، اشاره به اهمیت باز طراحی بخش فناوری و به ویژه موضوع Core داشتند. آیا ما واقعاً در این زمینه دچار مشکلیم؟ امروز بعضی شرکت های ایران در این حوزه فعال اند و دارند کار می کنند و به بانک های ایرانی سرویس می دهند. آیا کماکان در زمینه کربنکینگ با چالش مواجهیم؟ آیا سازگار شدن و خو گرفتن با اتفاقات جدید در کربنکینگ کنونی امکان پذیر نیست؟ آیا مشکلی از این حیث می بینید؟

مؤمن واقفی: به نظر آقای رضوان مدنی به نکته مهمی اشاره داشتند. ما با وجود اینکه ظواهر

فشار در یک سال گذشته افزایش داشته یا کاهش؟ آیا بانکها زیر بار این سامانه ها و دستورالعمل ها له می شوند؟

رضوان مدنی: این مسئله فقط محدود به ایران نیست. «گارتتر» که یکی از مجموعه های معتبر این حوزه به شمار می رود، مهم ترین چالش فناوری اطلاعات در سال جاری میلادی را همین مسئله دانسته که فناوری اطلاعات، به شدت تحت فشار است و این فشار رو به فزونی می رود. مسئله محدود به ایران نیست. ما بعضی مسائل ساده را به کمک دیجیتالیزیشن و فناوری اطلاعات حل کرده ایم و به سمت دیجیتال ترنسفورمیشن می رویم. کسب و کارهای ما به سمت «تغییر بوم» می روند. اینجاست که مفاهیمی مثل فین تک و استارت آپ شکل می گیرد تا با بانکها در تعامل و رقابت قرار گیرند. از سوی دیگر، سازمانها به قدری درگیر پیچیدگی و یکنواختی اند که مجبور به پوست اندازی در کسب و کارشان هستند. مهم ترین رکنی که می تواند در این مسیر برای بانکها خلق ارزش کند، حوزه فناوری اطلاعات است. آنها از این ابزار بهره می گیرند تا گامی رو به جلو بردارند و به این ترتیب، به شکل ناخواسته، دچار پیچیدگی می شویم. این پیچیدگی، فشار در حوزه فناوری اطلاعات را بیشتر می کند؛ هم از منظر کسب و کار و هم از این منظر که وقتی کسب و کار خود را به سمت فناوری اطلاعات می برید؛ می بینید که آن حوزه تحت حملات بیرونی است که به کسب و کارتان آسیب می زند.

یعنی فکر می کنید فشاری که به بخش فناوری اطلاعات در ایران می آید؛ کاملاً همسان است با فشاری که در خارج از ایران رخ می دهد؟

مؤمن واقفی: بخش زیادی از این فشار یکسان است؛ بخش دیگر مشابهت ندارد؛ مخصوصاً در جایی که



سرویس را ارتقا داده ایم، همچنان روی زیرساخت های کربنکینگ قدیمی فعالیت می کنیم. در ایران، صرفاً چند شرکت هستند که در حوزه کربنکینگ فعالیت دارند. در حال حاضر همه این شرکت ها در طراحی و راه اندازی سرویس جدید به شدت کندند؛ همگی درگیر تغییرات و تولید سامانه ها و قابلیت های جدید روی زیرساخت های قدیمی یا نسبتاً قدیمی هستند که بخشنامه ها و دستورالعمل های مکرر نهادهای بالادستی نیز انتظار سرعت بسیار بالا در اجرا را دارند. پیمانکاران ما گله می کنند که فرصت لازم برای بازطراحی معماری و بهینه سازی بنیادی سیستم ها را به ایشان نمی دهیم. معمولاً جوانی که پشت میز می نشینند و بخشنامه را می نویسند، تصور می کند که مثلاً فقط پنج خط برنامه به برنامه قبلی اضافه شده و ویژگی جدید مورد انتظار در بخشنامه ایجاد می شود، ولی گاهی ایجاد یک تغییر در زیرساخت کربنکینگ بانک، بیش از یک سال زمان می برد. هر ماشینی بالاخره بعد از طی مسافت معین، ناچار است بایستد تا وضعیت کلی موتور و تنظیماتش بازبینی شود. ما فرصت این «بازبینی و بازطراحی» را به سیستم کربنکینگ بانک ها نمی دهیم.



مؤمن واقفی: وقتی اسم رگولاتور به میان می آید؛ ذهن همه ما به سمت بانک مرکزی می رود؛ در حالی که مشکل این است که در حال حاضر ما با تعدد نهادهای تنظیم گری و رگولاتوری روبه روییم. جدیداً هر نهادی هر نامه ای به واحد فناوری اطلاعات می نویسد، در خط آخر تهدید به جرم ترک فعل و برخورد قضایی می کند

آیا این فشار از طرف رگولاتوری به سمت شما می آید؟
مؤمن واقفی: همه ما بانک ها، بدون استثنا، تحت فشاریم. شاید اگر نماینده رگولاتور هم اینجا بود، دفاعیه ای محکم می آورد و می گفت که نهادهای بالادستی باعث این فشار مضاعف اند، ولی واقعیت این است که ما از تفکر استراتژیک جدا افتاده ایم و هر روز بیشتر از آن دور می شویم. کسانی که باید استراتژیست باشند، کسانی که در نقش رگولاتور فعالیت می کنند؛ باید تجربه عملی از فضای که برای آن سیاست تبیین می کنند داشته باشند. به نظر می رسد بعضی نهادها و سازمان های ما نگاه عملی ندارند؛ پس براساس الگوهای ذهنی یا تقلید کورکورانه از مستندات خارجی، انتظاراتی دارند که روی کاغذ خیلی سریع تعریف می شود، ولی در واقعیت، به سختی و با هزینه بسیار زیاد برای کشور عملی می شود.

برای اینکه تعادلی بین رگولاتوری و بانک ها شکل بگیرد و شبکه بانکی فرصت نفس کشیدن به دست آورد، چه پیشنهادی دارید؟ به نظر شما این تعادل چگونه شکل می گیرد؟

مؤمن واقفی: وقتی اسم رگولاتور به میان می آید؛ ذهن همه ما به سمت بانک مرکزی می رود؛ در حالی که مشکل این است که در حال حاضر ما با تعدد نهادهای تنظیم گری و رگولاتوری روبه روییم. جدیداً هر نامه ای به واحد فناوری اطلاعات می نویسد، در خط آخر تهدید به جرم ترک فعل و برخورد قضایی می کند. نمی دانم چرا نمی پذیرند که ما هم به عنوان یک کارشناس دوست داریم کار درست و ایذنا را انجام دهیم، ولی گاهی در شرایط موجود امکان پذیر نیست. اتفاقاً بانک مرکزی در مقایسه با سایر نهادها تعامل بسیار خوبی با بانک ها دارد؛ درست است که بخشنامه می فرستد، ولی فرصت می دهد، همراهی می کند و جلسه می گذارد تا تعامل شکل گیرد. به نظرم نگاه کلی در سایر نهادها، از واقعیت خیلی دور است. یکی از راه های ایجاد تعادل این است که افرادی در لایه های سیاست گذاری قرار بگیرند که تجربه ای عملی و دقیق از فضای که مسئولیت تنظیم گری آن را برعهده دارند داشته باشند.

آقای رضوان مدنی، به تعدد رگولاتور اشاره شد. آیا بانک های ما در زمینه رگولاتوری، مجبورند با جایی غیر از بانک مرکزی نیز تعامل کنند و درگیر شوند؟ آیا باید بخشنامه جای دیگری را به اجرا در آورند؟ این تعدد رگولاتور، چقدر به بانک های ما آسیب زده؟

رضوان مدنی: قطع به یقین می گویم که این یک آسیب جدی به حساب می آید؛ یکی می گوید که به چپ برو و دیگری می گوید به راست بپیچ. وقتی به سمت چپ می رویم، از راست فاصله می گیریم و از منظر رگولاتور دیگر وظایف خود را به انجام نرسانده ایم، پس سعی می کند ما

را به سمت خود بکشد. به این ترتیب، بی نظمی و فشار زیادی به مجموعه هایی وارد می شود که در میانه قرار دارند و می خواهند خود را در چهارچوب نگه دارند. ما در لایه کسب و کاری، توانسته ایم تجربه نسبتاً منسجم رگولاتوری را از طریق بانک مرکزی رقم بزنیم. شاید کمترین چالش بانک ها مربوط به لایه کسب و کار باشد، ولی یکی از چالش های جدی بانک ها مربوط به رگولاتوری در لایه امنیت است. به هر حال، بانک ها جزئی از زیرساخت های حیاتی کشور به شمار می روند و خدماتی به مردم می دهند که مستقیماً با اقتصاد کشور رابطه «این همانی» دارد. در اینجا تأمین امنیت اهمیت زیادی پیدا می کند. اگر یک بانک، یک دقیقه سرویس هایش دچار اختلال شود، در پی آن، کسب و کارهای فراوانی به مشکل برمی خورند و این مسئله روی اقتصاد کشور به شدت اثر می گذارد. طبیعتاً لایه حاکمیت باید برای ارتقای امنیت این حوزه تلاش کند. امنیت متکی به یادگیری پیش می رود. بر پایه آسیب ها و مدل های ریسک تازه ای که به وجود می آید، دغدغه های امنیتی نیز تغییر می کند. تعاریف امنیتی از نظرگاه های گوناگون در حال تغییر است. در کشورمان به واسطه تعدد تعاریف امنیت، نهادهای گوناگونی شکل گرفته که بخشی از آنها مربوط به ریسک ها و آسیب های درون کشور هستند و بخشی هم مربوط به ریسک های درون سازمانی و یک بخش هم با ریسک های بیرون کشور درگیر است؛ به این ترتیب، به دلیل دشوار بودن هماهنگی میان لایه های مختلف هماهنگی، چالش هایی شکل می گیرد که مستقیماً به بانک وارد می شود.

آقای رضوان مدنی، در یک سال گذشته، اتفاقات عمده ای در حوزه امنیت افتاد؛ از داستان پمپ بنزین ها گرفته تا هک های مختلف؛ شما می گوید که الان در حوزه امنیت سخت گیری زیادی وجود دارد و فشار زیادی به شما وارد می شود. پس چرا اکنون در حوزه امنیت این قدر چالش داشته ایم؟

رضوان مدنی: فشار به تنهایی نمی تواند مشکل امنیت را حل کند. همان طور که خانم مؤمن واقفی فرمودند، ظرفیت های موجود را نیز باید در نظر گرفت. موفقیت در هر حوزه، مستلزم تأمین منابع انسانی و ساختار سازمانی درست در کنار بودجه کافی است. وقتی به بودجه فناوری اطلاعات بانک ها بنگرید، درمی یابید که با انتظارات مطروحه تناسب ندارد. این فشار دائماً از سمت بخشنامه به بانک ها وارد می شود، ولی زیرساخت لازم برای آن بخشنامه ها مهیا نیست. همه از ما می خواهند که ظرف یک ماه یا در بازه زمانی کوتاهی تمام کارها را به انجام برسانیم. بانک نمی تواند طی یک ماه ساختار خود را بازطراحی کند و نیروی انسانی جدید بیآورد. این کارها زمان بر است و بودجه جدیدی هم نمی توانند بیآورند؛ پس به دنبال راه حل های موقت می روند یا به حوزه فناوری اطلاعات فشار می آورند که هرکاری می تواند بکند؛ حتی اگر مجبور باشد شب ها خانه نرود و بیدار بماند؛ این روش تا یک جا جواب می دهد؛ از یک جا به بعد، واحدها

خسته می‌شوند و کارکرد و راندمان مطلوب را از دست می‌دهند. گیر ما همین است که نتوانسته‌ایم راهبرد بلندمدت در نهادهای درونی و بیرونی بانک ترسیم کنیم و زیرساخت‌های مربوطه را برایش فراهم آوریم. به همین دلیل هم با وجود تمام فشاری که شکل گرفته، به دستاوردهای مورد انتظار نرسیده‌ایم.

موضوع بودجه فناوری اطلاعات بانک‌ها، به‌ویژه در فضای کنونی مدام مطرح می‌شود. بسیاری از بانک‌ها، فناوری اطلاعات را به چشم یک بخش فانتهی و منبع هزینه به حساب می‌آورند. تا دو، سه سال پیش، این نگاه خیلی جدی بود، اما الان کمی تعدیل شده است. به نظر شما یک بانک باید چند درصد از بودجه خود را به فناوری اطلاعات اختصاص دهد؟ در واقعیت این بودجه چقدر است؟

مؤمن واقفی: سؤال سخت و البته مهمی است؛ بودجه در ایران در بانک‌های مختلف به شدت متفاوت است و کاملاً وابسته به آن است که هیئت‌مدیره و مدیران ارشد چه اندازه به اهمیت فناوری پی برده باشند. هرچقدر که بانک، هیئت‌مدیره به‌روزتر و مسلط‌تری بر حوزه فناوری داشته باشد، به سرمایه‌گذاری در این حوزه بیشتر توجه می‌شود. باید بدانیم در روزگاری که صحبت از عصر دیجیتال است سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات یک ضرورت انکارناپذیر است و بانک‌هایی که به این سرمایه‌گذاری بنیادی به‌موقع توجه نشان ندهند، از گردونه رقابت در سالیان آتی حذف خواهند شد.

آیا می‌توان استاندارد را برای درصد تخصیص بودجه بانک به فناوری اطلاعات در نظر گرفت؟ این استاندارد چقدر است؟

مؤمن واقفی: از نظر من، این روزها، بانک یک سازمان فناوری است که خدمت بانکی می‌دهد. اگر بانک بخواهد موفق باشد باید بیشترین سرمایه‌گذاری را در حوزه فناوری اطلاعات و خلق ارزش از آن انجام دهد. تمایز بانک‌ها از یکدیگر قوت حوزه فناوری اطلاعات است و رقابت بر سر طراحی مدل‌های کسب‌وکار براساس فناوری‌های جدید است. هر فرایندی که بخواهید جلو ببرید قاعداً باید متکی به زیرساخت فناوری اطلاعات باشد. بعد هم اگر بخواهید از نتایج کار خود بهره‌مند شوید، باید از داده‌های حاصل از زیرساخت فناوری برای پردازش و تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری بهره ببرید. من امروز بقای هیچ بانکی را بدون فناوری ممکن نمی‌دانم.

به نظر من در بدنه مدیریتی بانک‌ها، حداقل تا چند سال پیش نگاهی سنتی نسبت به فناوری اطلاعات وجود داشت. آیا در این نگاه تغییری ایجاد شده؟ مثلاً اگر قبلاً ۱۰ درصد به فناوری اطلاعات اهمیت می‌داده‌اند آیا الان ۵۰ درصد اهمیت می‌دهند؟

مؤمن واقفی: بستگی زیادی به مدیریت ارشد بانک دارد، ولی به‌طور نسبی رویکرد تغییر کرده است.

آقای رضوان مدنی، به نظر شما چند درصد از بودجه بانک باید به فناوری اطلاعات تخصیص یابد؟



رضوان مدنی: اگر روند جهانی را در نظر بگیرید که بانک‌های کشور ما نیز از همان روند پیروی می‌کنند، درمی‌یابید که به‌طور متوسط بین ۴/۷ تا ۹/۸ درصد از سود درآمد عملیاتی خود را به حوزه فناوری اطلاعات اختصاص می‌دهند. این رقم، بنا به اندازه بانک و همچنین خصوصی یا دولتی بودنش و سایر عوامل متغیر می‌شود. در ایران نیز تقریباً در همین بازه هستیم؛ البته در میانه پایین این طیف قرار گرفته‌ایم. در دنیا بانک‌هایی هستند که تا ۴۰ درصد از درآمد عملیاتی خود را به فناوری اطلاعات اختصاص می‌دهند.

بنا به فرمایش خانم واقفی، بعضی بانک‌ها خودشان را در جایگاه یک شرکت فناوری اطلاعات می‌دانند که سرویس بانکی هم می‌دهد. بانک‌هایی مثل HSBC این شعار را می‌دهند. آنها می‌گویند: «همه چیز بر پایه فناوری اطلاعات است، ما یک پلتفرم فناوری هستیم که سرویس بانکی هم می‌دهیم.» به نظر من وضعیت کشور ما نزدیک به میانگین جهانی است. «گارتنر» هم آمار داده که به ازای هر ۵ درصد سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات، بین ۲۰ تا ۲۵ درصد اثرگذاری در افزایش راندمان و سود بانک اتفاق می‌افتد. این منطق نشان می‌دهد هرکس زودتر بفهمد و زودتر عمل کند، احتمالاً آینده بهتری در صنعت خواهد داشت.

به نظر شما در بدنه مدیریتی بانک‌های ما چنین اعتقادی به فناوری اطلاعات وجود دارد؟
رضوان مدنی: اگر به میانگین نگاه کنیم، می‌بینیم که اغلب آنها با فناوری آشنا نیستند. عمده مدیران بانک‌ها، در نظام بانکداری سنتی بالا آمده و تجارب ارزشمندی را هم به دست آورده‌اند. در عین حال، این صنعت به‌شدت رو به تغییر می‌رود؛ پس نیازمند توجه ویژه خواهیم بود. افرادی که تغییر روند را بشناسند، کمتر در لایه ارشد نظام بانکی قرار می‌گیرند. شاید در کل لایه‌های ارشد بانک‌های ما کمتر از ۱۰ نفر را بتوان یافت که تجربیات ارزنده‌ای در حوزه فناوری داشته باشند؛ پس صنعت بانکی کشور شناخت زیادی از این حوزه ندارد؛ با احتیاط جلو می‌رود و حداقل شناخت را ملاک می‌گذارد. به همین دلیل مدیران ریسک نمی‌کنند و سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات سخت می‌شود. مدیران کنونی، شناختی از تبعات فناوری اطلاعات ندارند؛ خیلی از ایشان این عرصه را بیشتر منبع هزینه می‌دانند تا سرمایه‌گذاری؛ به این ترتیب، با وجود تمام توصیه‌های بین‌المللی، ناخواسته به سمت وسوی خاصی می‌رویم. وقتی بودجه فناوری اطلاعات بانک‌ها را نگاه کنید؛ عمدتاً مربوط به هزینه ساخت افزاری است تا نیروی انسانی؛ در صورتی که دنیا می‌گوید: «آنچه مزیت رقابتی ایجاد می‌کند؛ منابع انسانی فناوری اطلاعات است، نه سخت‌افزار.»

آیا فکر نمی‌کنید هزینه سخت‌افزارهایی که در ایران خریداری می‌شود، گران‌تر از متوسط جهانی باشد؟

رضوان مدنی: قطعاً در حال حاضر با چنین شرایطی مواجهیم. قیمت عمده سخت‌افزارهای ما بر پایه ارز محاسبه می‌شود؛ چه در داخل کشور باشد و چه خارج! حتی کسی که در داخل کشور دست به تولید می‌زند، چون امکان صادرات دارد؛ با قیمت ارز بین‌المللی می‌فروشد! بخش دیگر ماجرا مربوط به تحریم‌های ظالمانه‌ای است که طی سالیان گذشته رقم خورده و عملاً باعث شده امکان تأمین کالا نداشته باشیم و بعضاً مجبور به تأمین آن با چند واسطه باشیم. به این ترتیب، هم از لحاظ زمانی کالادیرتر از موعد به دستمان می‌رسد و هم هرکدام از واسطه‌ها هزینه تمام‌شده را یک پله بالا می‌برند.



تغییرات نرخ ارز در یک سال گذشته چه اندازه در تأمین قطعات فناوری اطلاعات شما مشکل آفرین بوده؟

مؤمن واقفی: می دانید که ارز تأثیر قابل توجهی روی قیمت کالا می گذارد و بنا به محدودیت بودجه، امکان تأمین سخت افزار کمتری برایمان فراهم می شود. به فرمایش های آقای رضوان مدنی باید این نکته را بیفزایم که فقط یک تأثیر تحریم ها، افزایش قیمت در قیاس با خرید مستقیم از تولیدکننده است؛ اتفاق بدتر آن است که کالا از مبادی بدون نظارت دقیق به کشور می آید؛ پس انواع و اقسام لایسنس ها و تجهیزات تقلبی می آید که ریسک آنها خیلی بیشتر از ریسک قیمت است. هر خریدی که انجام می دهیم به سختی می توانیم بفهمیم که آیا اصل است یا دست دوم یا تقلبی یا مرجوعی. این خسارت ها گاه غیر قابل جبران است. همان طور که فرمودند، شبکه بانکی جزو زیرساخت های ملی محسوب می شود و چنین ریسک هایی برایش حائز اهمیت است. از سوی دیگر، می دانید که تأمین و تخصیص ارز هم امسال به کندی اتفاق می افتد و مشکل ساز می شود.

آیا همین موضوع عاملی برای افزایش هزینه سخت افزار در قیاس با سرمایه گذاری در منابع انسانی بوده؟

مؤمن واقفی: هزینه سخت افزاری ما بیشتر شده، لذا خیلی جاها چون بودجه نداشته ایم با امساک از سخت افزار استفاده کرده ایم که ریسکی جدی در پایداری سرویس به وجود آورده است. مسئله دیگر این است که وقتی در بانک درخواست سخت افزار می دهیم؛ چون همه متوجه می شوند که از چه چیزی حرف می زنیم، تأمین آن راحت تر از تأمین نیروی انسانی متخصص و با تجربه است.

تصور کنید که بودجه ای معین دارید؛ می توانید آن بودجه را بابت تأمین سخت افزار پردازید یا اینکه یک نیروی گران قیمت را به کار بگیرید. انتخاب خودتان بین این دو حالت چیست؟

مؤمن واقفی: سؤال سختی است. بستگی دارد در آن شرایط در کدام مؤلفه با ریسک جدی مواجه باشید، ولی اگر بحران تأمین قطعه نباشد و اگر از من بپرسید، قطعاً نیروی انسانی ارجح است. به نظر من، نیروی انسانی متخصص عامل برنده یا بازنده بودن یک سازمان است.

آقای رضوان مدنی، سؤال از شما نیز مربوط به همین موضوع است. آیا روی نیروی متخصص تأکید دارید؟ در بانک های دولتی و شبه دولتی، به قول خانم مؤمن واقفی، خرید سخت افزار به راحتی انجام می شود و تخصیص بودجه را راحت تر صورت می دهند، ولی اگر یک نفر را با رقم گران بخواهید بیاورید، به راحتی با پیشنهادتان موافقت نمی شود. به نظرتان ترجیح در کجاست؟ آیا خودتان حاضرید که پای این ماجرا بایستید و بجنگید؟

رضوان مدنی: تجربه ما نشان داده در عصر دیجیتال، کسب و کار با لایه فناوری اطلاعات گره می خورد؛ اینجا وارد «بوم های کسب و کار» می شویم؛ پس نقش نوآوری اهمیت زیادی دارد. نوآوری صرفاً توسط نیروی انسانی اتفاق می افتد؛ آن هم نیرویی که مستعد باشد و بتواند مفاهیم را طوری ترکیب کند که خلق ارزش تازه ای رخ دهد و آن را به نقطه عملیات برساند؛ نه اینکه صرفاً ایده ارزشمند بیاورد. هرکس این کار را سریع تر انجام دهد، موفق تر است. پس در عمل درمی یابیم که باید روی نیروی انسانی سرمایه گذاری کرد. همه آدم ها این طور نیستند؛ شاید روی عده زیادی سرمایه گذاری کنیم، ولی سه یا چهار نفر از آنها خلق ارزش قابل توجه کنند. خیلی از شتاب دهنده ها همین کار را انجام می دهند؛ مجموعه های مختلف را تحت حمایت درمی آورند تا از بین بیست مجموعه، یک یا دوتا شکوفا شوند، ولی همین دو مجموعه، چند برابر کل هزینه را برمی گردانند. حوزه نیروی

انسانی نیز همین طور است؛ به ازای هر هزینه ای که می کنی، فوراً نتیجه ملموس نمی بینی؛ پس دفاع پذیری آن برای مدیران ارشد کمتر می شود. سرمایه گذاری روی نیروی انسانی صبوری می خواهد؛ در عین حال که هیچ تضمینی نیست از بین بیست نفر حتماً دو نفرشان آدم های موفق می شوند؛ حفظ و نگهداشت نیروی انسانی نیز پیچیدگی دارد. آدم های ویژه، انتظارات ویژه را مطرح می کنند. اکوسیستم شما باید پذیرای حفظ و نگهداری آن فرد باشد. حقوق خوب به تنهایی عامل نگهداشت افراد در سازمان نخواهد بود. حرکت به سمت مسیر سرمایه گذاری روی نیروی انسانی احتمال شکست زیادی به همراه دارد و همین باعث می شود که همه مسیر راحت را برگزینند؛ من می خواهم هزینه ای که می کنم نتیجه ملموس و مشهود داشته باشد تا داخل بانک و برای نهادهای بیرونی کاملاً قابل دفاع باشد. «من این قدر هزینه کردم و این اندازه تجهیزات و ارزش افزوده به سازمان آوردم.» درباره نیروی انسانی، محاسبه ارزش افزوده به این سادگی نیست؛ شناخت کاملی وجود ندارد؛ مدیران هم نمی توانند به درستی قیمت گذاری کنند. وقتی یک نیروی ویژه می آوریم و می گوئیم: «قیمتش این قدر است.» مدیر می گوید: «تا به حال با چنین پدیده ای مواجه نشده ام؛ قبلاً کسی این طور کار نمی کرد.»

همین مسائل باعث شده کمتر سازمانی حاضر به جذب نیروهای ویژه باشد. از سوی دیگر، نهاد رگولاتور نیز محدودیت هایی گذاشته است. در راستای نظام سلامت اداری، سقف حقوق معینی را تعریف کرده اند. در خیلی از بانک ها نمی توانند پرداخت و جبران خدمت را از عدد معین بالاتر ببرند؛ از این بابت بین هیچ رشته و دسته ای تفاوت وجود ندارد. همین قضیه باعث چالش می شود. اگر مدیری باشد که بخواهد در مسیر جذب نیروی انسانی ویژه حرکت کند، دستش بسته است و او را به عنوان متخلف می شناسند و بعداً باید جواب گوی نهاد بیرونی باشد. همین قضیه، کار را به شدت پیچیده می کند. به این ترتیب، حرکت های جدید، سازماندهی جدید و نوآوری خفه می شود و آینده مثبتی را نمی توان انتظار داشت.

به عنوان بخش آخر گفت و گو، می خواهم بدانم اگر همین الان تحریم ها برداشته شود و بانک ها نیز به شبکه بانکی اتصال یابند، آیا ما آمادگی اتصال به اقتصاد جهانی را داریم؟

مؤمن واقفی: ما در یک مقطع کوتاه پساتحریم را در کشور تجربه کردیم. در دوره کوتاهی که بحث «پساتحریم» مطرح شد به دنبال اتصال به شبکه های پرداخت و زیرساخت های جهانی رفتیم. برخی از سرمایه گذاران خارجی نیز به دنبال بررسی و امکان سرمایه گذاری در بانک ها وارد کشور شدند، ولی در هر دو حوزه شکست خوردیم. من در همایش تجاری و بانکی ایران - اروپا که در داخل ایران برگزار شد و سخنرانان متعدد خارجی از حوزه بانک های اروپایی داشت، تحلیل های خیلی خوبی شنیدم. اغلب بانک های خارجی، علت عدم ورود به حوزه





سرمایه‌گذاری در بانک‌های ایران را، چالش‌های سیاسی و اقتصادی نمی‌دانستند، بلکه می‌گفتند: «ما در بانک‌های ایرانی مدیریت ریسک استاندارد و قابل اتکایی نمی‌بینیم؛ پس ریسک سرمایه‌گذاری را نمی‌پذیریم.»

به عبارت دیگر، آنها مدیریت ریسک را منطبق با استانداردهای جهانی می‌خواستند؛ پس فضای پریسک ایران را نمی‌پذیرفتند و وارد تعامل با بانک ایرانی نمی‌شدند؛ در حالی که هیچ ممانعت سیاسی در آن زمان وجود نداشت. درباره سایر سامانه‌ها نیز همین مشکل را داریم. در دنیا استانداردهای مشخصی مثل PCI و EMV در حوزه کارت و سیستم‌های پرداخت وجود دارد. ما هیچ‌کدام از اینها را تا زمانی که در اکوسیستم بسته فعالیت می‌کردیم نداشتیم؛ پس اکوسیستم بانکی و پرداخت داخل کشور را با این استانداردها تطبیق نداده بودیم و در مدت پساتحریم نیز فرصت لازم برای این کار نبود و فرصت اتصال به زیرساخت‌های بین‌المللی را از دست دادیم.

یعنی اکوسیستم بانکی ما به صورت کاملاً داخلی طراحی شده؟

مؤمن واقفی: بله، اکوسیستم ما کاملاً بومی و با فرض فعالیت داخلی طراحی شده است. نمی‌گوییم این اکوسیستم بسته نمی‌تواند هرگز به بیرون وصل شود؛ به این راهکارها فکر شده، ولی زمان می‌برد! این طور نیست که اگر همین الان تحریم‌ها برداشته شود به صورت آنی امکان اتصال باشد. در برخی موارد به بازطراحی مدل کسب‌وکار تعریف شده در اکوسیستم نیاز داریم. در PCI استاندارد با پیش‌فرض محرمانگی شماره کارت بنا نهاده شده و در مدل کسب‌وکار شتاب و شاپرک ما اطلاعات شماره کارت را محرمانه لحاظ نکرده‌ایم.

ما اصولاً سامانه‌زده هستیم و دائم سرویس ایجاد می‌کنیم. شاید در کشورهای خارجی سرعت تولید و تعدد سرویس‌هایشان به قدر ما نباشد، ولی هر سرویس جدیدی که می‌سازند به فرایندها و مدیریت ریسک و تمام تکه‌های پازل می‌اندیشند. در اینجا به دلیل ملاحظات مختلف، خیلی چیزها مغفول می‌ماند.

به نظر می‌رسد که همه ما عجله داریم که هر چه سریع‌تر نتوانک و لندتک و... راه بیندازیم؟

مؤمن واقفی: ما از خود خالق مفاهیم گاهی جلوتر حرکت می‌کنیم! فرضاً در دنیا در بحث بانکداری باز ابتدا بحث الزامات PSD2 مطرح شد و در حال حاضر PSD3 ارائه شده است. برای تدوین اسناد در اروپا چندین سال کار تحقیقاتی و تنظیم‌گری انجام شد و در مرحله بعد در حوزه تکنولوژی، فرایند، API و وب سرویس متمرکز شدند و حرکتی جدی به سمت بانکداری باز شروع شد. ما دیر رسیدیم و بعد سریع از آخر زمین شروع به حرکت کردیم، سریع در همایش‌ها به بحث بانکداری باز پرداختیم و بعد صرفاً قسمت فناوری آن را مورد توجه قرار دادیم. ما فناوری زده هستیم. وقتی یک فناوری را به کشور می‌آوریم و وارد اکوسیستم می‌کنیم باید فرهنگ، فرایندها و تنظیم‌گری آن را نیز

بیاوریم و بعد می‌توانیم آن را با شرایط اکوسیستم خودمان تا حدودی بومی‌سازی کنیم. خیلی سریع براساس فناوری جدید، سرویس خلق می‌کنیم و بعد از دو سال تازه می‌گوییم: «عجب! اینکه دارد برای کشور ریسک ایجاد می‌کند» و سپس با یک بخشنامه آن را از ریشه می‌زنیم؛ به این ترتیب، در نهایت، «خرگوش» می‌خوابد و «لاک‌پشت» از خط مسابقه رد می‌شود و به مقصد می‌رسد. این داستان تکراری را برای نتوانک و لندتک‌ها ... هم داشته‌ایم.

آیا الان به لحاظ فناوری اطلاعات این آمادگی را داریم یا خیر؟

رضوان مدنی: فکر می‌کنم خانم واقفی کاملاً درست فرمودند. چون ارتباط ما به مدت طولانی با آن اکوسیستم که پویا بوده و دائماً به‌جور فته قطع مانده است، فاصله‌های زیادی بینمان افتاده! نه اینکه نشود ارتباط را برقرار کرد، ولی زمان می‌خواهد. بیل گیتس حرف جالبی درباره فناوری اطلاعات می‌زند: «فناوری اطلاعات، فرایند درست را به‌شدت توسعه می‌دهد و درست‌تر می‌کند و فرایند غلط را به‌شدت معیوب‌تر می‌کند.» همان طور که خانم مؤمن واقفی گفتند «مؤسسه استندیش گروپ» آمریکا ۵٫۰۰۰ پروژه مشاوره توسعه فناوری اطلاعات در دنیا ایجاد کرده و نگاه می‌کند که هزینه اصلاح یک خطا در مراحل مختلف توسعه نرم‌افزار چقدر است؛ بعد مقایسه‌ای انجام می‌دهد که «اگر هزینه اصلاح خطا در مرحله تحلیل و طراحی برابر یک واحد باشد، هزینه اصلاح خطا در مرحله پیاده‌سازی نرم‌افزار هفت برابر آن و در مرحله اجرا حدود هفتاد برابر آن است». یعنی وقتی مراحل اولیه را درست طی نکنید و تکنولوژی زده باشید و بخواهید خیلی سریع کار را به نتیجه برسانید بدون اینکه مقدمات را طی کرده باشید؛ بعداً مجبور به برگشتن به پله اول و اصلاح روند می‌شوید. هزینه این اصلاح به مراتب زیادتر از اصلاح در حین توسعه است.

بانک مرکزی به استانداردهای مختلفی راجع به مبارزه با پول شویی و... اشاره می‌کند و اصرار بر پیاده‌سازی ملاحظات امنیتی دارد، ولی در نهایت می‌بینیم که در عرصه عمل، برای متصل شدن به دنیا مشکل داریم؛ پس چرا این قدر اصرار وجود دارد که آن همه استاندارد پیاده شود و هزار کار دیگر به انجام برسد؟

رضوان مدنی: واقعیت این است که بانک مرکزی تمام تلاش خود را می‌کند که نظام بانکی بر پایه استانداردهای بین‌المللی جلو برود. حتی در حوزه توسعه فناوری اطلاعات، این طور نیست که دستورالعمل‌های بانک مرکزی بر اساس استاندارد جهانی نباشد؛ هر بخشنامه‌ای که مطالعه کنید می‌بینید بر پایه استانداردهای بین‌المللی شکل گرفته، ولی مادام که به شکل عملی در تعامل با جهان قرار نگیریم نمی‌توان مطمئن بود که در نقطه صحیحی هستیم.

در عین حال، بنا به نیازمندی‌های مختلف کشور که گهگاه تغییر می‌کند، ما از استانداردهای جهانی عدول می‌کنیم. نیازمندی‌های کشور به تدریج عوض می‌شود و شما مجبوری اصلاحاتی را در آن رقم بزنید. ما معمولاً در ارتباط با نیازمندی‌ها می‌خواهیم خیلی سریع اقدام کنیم؛ پس به مرور زمان بین ما و دنیا فاصله می‌افتد. بعد از چند سال که نگاه می‌کنیم، درمی‌یابیم که فاصله به قدری زیاد شده که جیرانش مستلزم شش ماه الی یک سال زمان خواهد بود. گاهی یک تغییر چندان هم وسیع نیست، ولی بانک‌ها توانایی انجام سریع آن را ندارند



۱۴۰۲
سال توسعه برای
کسب‌وکارها

باشگاه



طی یک سال گذشته، در بخش «باشگاه» ماهنامه عصر تراکنش به سراغ تعداد زیادی از کسب‌وکارهای صنعت فناوری‌های مالی کشور رفتیم و در گفت‌وگو با مدیران آنها به چالش‌ها، دستاوردها و برنامه‌هایشان پرداختیم. وقتی در پایان سال ۱۴۰۱ به سراغ کسب‌وکارها رفتیم، همه آنها معتقد بودند که ۱۴۰۱ سال سختی بوده و همین که توانسته بودند بقای خود را حفظ کنند، برایشان کافی بود. آنها بیش از هرچیز، نگران سال پیش رویشان بودند؛ با این حال، این طور به نظر می‌رسد که بیشتر آنها از پس سال ۱۴۰۲ برآمده‌اند و توانسته‌اند کسب‌وکارشان را توسعه دهند. بسیاری از مدیرانی که در این ویژه‌نامه با آنها گفت‌وگو کردیم، بر این باور بودند که ۱۴۰۲ برایشان سال امید، توسعه و رسیدن به بسیاری از برنامه‌ها و اهدافشان بوده است. البته که همچنان در این سال نیز با چالش‌هایی مانند رگولاتوری و جذب و نگهداشت نیروی انسانی روبه‌رو بودند، اما نکته مهم در باره این سال، پایداری نسبی شرایطی بود که کسب‌وکارها تجربه کردند. در صفحات پیش رو علاوه بر اینکه مروری بر بخش «باشگاه» یک سال گذشته عصر تراکنش داشتیم، به روال سال‌های قبل در پایان سال، با کسب‌وکارهای بیشتری صحبت کردیم و از چالش‌ها و دستاوردهایشان در سالی که گذشت، پرسیدیم و نیز از آینده و چشم‌اندازی که برای خود متصورند.

نگاهی به گفت وگوهای جلد ماهنامه عصر تراکنش در سال ۱۴۰۲

آینده دستان مدیران

عصر تراکنش، ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران است؛ نشریه ای که دو عنصر کلیدی «مدیران» و «کسب و کارها» برایش بسیار مهم است و بر مدیران و آنهایی که قرار است آینده کسب و کارهای فناوری های مالی ایران را بسازند، تمرکز کرده است؛ به همین دلیل هر ماه جلد خود را به یکی از مدیران صنعت فناوری های مالی کشور اختصاص می دهیم و به سراغ چهره های فعال روز صنعت می رویم؛ افرادی که به عقیده ما حضورشان در این صنعت می تواند باعث «تغییر» شود. بنا بر روال ویژه نامه پایان سال، بر آن شدیم که مروری بر جلد های ماهنامه عصر تراکنش در سال ۱۴۰۲ داشته باشیم. در سالی که گذشت به سراغ ۱۰ نفر از مدیران صنعت فناوری های مالی رفتیم و مسیر حرفه ای و اقدامات مهم آنها را روایت کردیم. علیرضا خداکرمی، عضو هیئت مدیره هلدینگ داده پردازی پارسیان؛ حجت الله فرهنگیان، مدیر عامل شرکت رایان هم افزا؛ بهزاد صفری، معاون فناوری اطلاعات بانک سپه؛ مهرداد حیدرپور، مدیر عامل شرکت بازرگانی میناکارت آریا؛ هومن سپهری، مدیر عامل شرکت تندر نور؛ علی نوری، مدیر عامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر؛ هادی اخلاقی، مدیر عامل بانک تجارت؛ آرش بابایی، مدیر عامل شرکت توسن؛ یوسف پناهی، مدیر عامل شرکت تیس و حمزه آقابابایی، مدیر عامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر افرادی هستند که تصویر آنها روی جلد ماهنامه عصر تراکنش در سال ۱۴۰۲ قرار داشته است.



عصر تراکنش



۱۴۲

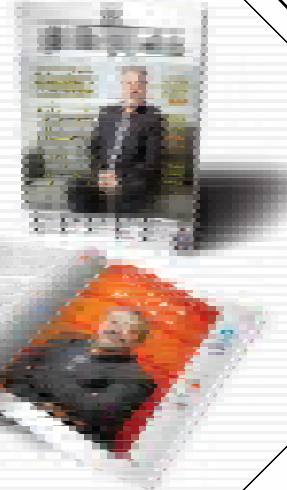
ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

علیرضا خداکرمی

رئیس هیئت مدیره شرکت تجارت الکترونیک پارسیان و عضو هیئت مدیره هلدینگ داده پردازی پارسیان یکی از مجموعه های بزرگی که در سال ۱۴۰۱ و هم زمان با بسیاری دیگر، پایش را روی گاز گذاشت، هلدینگ داده پردازی پارسیان بود. در سال ۱۴۰۱ که بسیاری از استارت آپ ها با مشکلات جدی مواجه بودند و مسائل زیرساختی مثل قطعی های اینترنت چالش هایی جدی برای بسیاری از کسب و کارهای کوچک و بزرگ حوزه فناوری اطلاعات ایجاد کرده بود، هلدینگ داده پردازی پارسیان ۶۰۰ میلیارد تومان در اکوسیستم نوآوری کشور سرمایه گذاری مستقیم انجام داد. تمامی این اتفاق ها باعث شد به سراغ مغز متفکر پشت این جریان فکری و حامی اکوسیستم نوآوری کشور برویم و با او و نوع نگاهی که به مسائل دارد، بیشتر آشنا شویم؛ کسی که معتقد است بزرگ ترین چالش فعلی کشور در حوزه کسب و کار، تأمین مالی از فضای بی ثباتی ناشی می شود و فردی که تجربه فراوانی در سمت های مدیریتی مختلف کشور داشته و با حوزه های سرمایه گذاری و بازار سرمایه آشنایی عمیقی دارد، علیرضا خداکرمی.

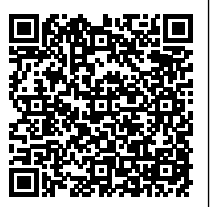
۶۹



حجت الله فرهنگیان

مدیر عامل شرکت رایان هم افزا

حجت الله فرهنگیان نامی آشنا برای فعالان و بازیگران بازار سرمایه ایران است که خلق اتفاق های نوین در حوزه فناوری های مالی، از بازار متشکل ارزی گرفته تا نسل جدید OMS ها از مواردی است که در سابقه فعالیت حرفه ای او به چشم می خورد. فرهنگیان از معدود مدیران صنعت مالی کشور است که هم در صنعت بانکداری و هم در بازار سرمایه کشور تجربه فعالیت حرفه ای هم زمان را دارد؛ موضوعی که باعث شده دید عمیق و منسجم تری از شرایط و چالش های این دو صنعت داشته باشد. او بر اساس همین تسلطش بر دو صنعت، معتقد است توسعه فناوری اطلاعات در کشور در بازار پولی بسیار بیشتر از بازار سرمایه بوده و مهم ترین دلیلش را حجم سرمایه گذاری در این حوزه ها و تفاوت نگاه رگولاتوری این دو صنعت می داند. فرهنگیان علاوه بر خلق تجارب جدید در حوزه های مالی، در دوره ای با ورود به حوزه آموزش کودکان نوآوری هایی را نیز در زمینه های آموزشی در سطح کشور معرفی کرده است.

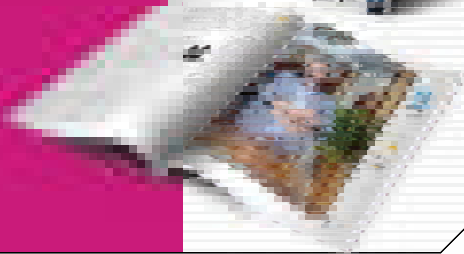
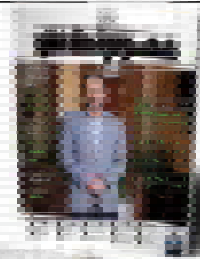


با اسکن این کیو آر کد می توانید
تمامی گفت وگوهای جلد ماهنامه
عصر تراکنش را بخوانید.

بهزاد صفری

معاون فناوری اطلاعات بانک سپه

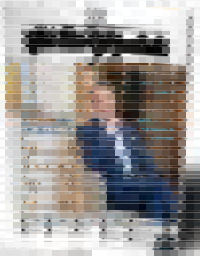
حدود بیست سال می‌شود که بهزاد صفری در صنعت بانکی کشور فعالیت می‌کند؛ فردی که در این سال‌ها تمرکز اصلی‌اش روی پروژه‌های کرنکینگ بانک‌ها بوده و تجربه زیادی در این حوزه دارد. فعالیت حرفه‌ای بانکی صفری از مؤسسه قرض الحسنه بسیجیان شروع شد و سپس به بانک‌های دی، پاسارگاد، پست‌بانک، قوامین، تجارت و سپس سپه رسید. او که اکنون معاون فناوری اطلاعات بانک سپه است، می‌گوید شیرین‌ترین و مهم‌ترین دستاورد دوران فعالیت حرفه‌ای‌اش مربوط به ادغام بانک سپه است، زیرا یک ابرپروژه به شمار می‌رفت که شش مهاجرت بزرگ را به دنبال داشت. در گفت‌وگویی که با بهزاد صفری داشتیم، مسیر زندگی شخصی و حرفه‌ای او را بررسی کردیم. او می‌گوید در انجام هر پروژه‌ای، رهبری تیم اهمیت بسیار زیادی دارد و در بسیاری از مواقع، پروژه‌ها ممکن است به نازکی تار مو شوند، ولی پاره نشوند و تنها عنصری که نمی‌گذارد این تار مو پاره شود، نقش رهبری در تیم است.



مهرداد حیدرپور

مدیرعامل شرکت بازرگانی میناکارت آریا

مهرداد حیدرپور را می‌توان از آن دست مدیرانی در صنعت بانکی و پرداخت کشور دانست که در طول تمام فعالیت حرفه‌ای خود، شخصیتی آرام، بی‌حاشیه و متمرکز داشته است. بسیاری حیدرپور را با شرکت بازرگانی میناکارت آریا می‌شناسند؛ شرکتی که او از زمان تأسیسش تاکنون، مدیرعامل آن است و یکی از شرکت‌های باثبات از لحاظ مدیریتی در این صنعت به حساب می‌آید. همین ثبات مدیریتی باعث رشد آرام و پیوسته این شرکت در این سال‌ها شده است. بازرگانی میناکارت آریا که شرکتی تجهیزات محور شناخته می‌شود، اکنون یکی از تمرکزهای اصلی‌اش بر فعالیت‌های نرم‌افزاری است و توسعه واحد نرم‌افزار آن یکی از تغییرات مهمش طی چند سال اخیر بوده است. حیدرپور، چشم‌انداز پنج‌ساله بازرگانی میناکارت آریا را روشن و آینده‌را بهتر از امروز تصور می‌کند. در گفت‌وگویی که با او داشتیم، علاوه بر اینکه مسیر حرفه‌ای او را مرور کردیم، به اقدامات اخیر این شرکت نیز پرداختیم.



هومن سپهری

مدیرعامل شرکت تندرنور

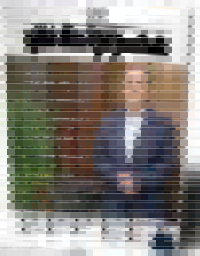
شرکت تندرنور را عده‌ای از استادان دانشگاه شریف در سال ۱۳۷۳ تأسیس کردند تا نرم‌افزارهای لبه فناوری بانکی و پرداخت را در کشور تولید کند. سپس، در سال ۱۳۹۰ بانک سامان سهام این شرکت را خریداری می‌کند و به این ترتیب بیشتر اعضای تیم نرم‌افزاری تندرنور به انگیزه تأسیس شرکت پردازشگران سامان از آن جدا می‌شوند. در پی این اتفاق، تمرکز تندرنور روی سخت‌افزار می‌رود و از یک زمانی به بعد، این شرکت به جز تعمیر دستگاه‌های کارت‌خوان، دیگر کاری انجام نمی‌دهد. افول تندرنور در همین زمان شروع می‌شود و در سال ۱۳۹۵ تا مرز ورشکستگی نیز می‌رود؛ تا اینکه در این سال هومن سپهری مدیرعامل این شرکت می‌شود. با مدیرعاملی سپهری، ابتدا حوزه تعمیرات در این شرکت تقویت می‌شود و سپس بخش نرم‌افزاری بهبود می‌یابد. بعد از گذشت حدود هفت سال از مدیرعاملی او در تندرنور، این شرکت سال گذشته رکورد تولید و فروش را در کشور زد.



علی نوری

مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر

علی نوری یکی از مدیران با سابقه صنعت فناوری و بانکی کشور است که در طول فعالیت حرفه‌ای‌اش در صنعت بانکی و پرداخت کشور همواره به دنبال ایجاد تغییرات مثبت بوده است. در سوابق کاری او، مدیرعاملی شرکت فن آوا کارت و سپس هلدینگ فن آوا دیده می‌شود؛ فعالیت‌هایی که نوری از آنها به خوبی یاد می‌کند و ورودش به صنعت بانکی و پرداخت کشور را که از طریق فن آوا کارت اتفاق افتاده، نقطه عطفی در زندگی حرفه‌ای‌اش می‌داند. او می‌گوید ورودش به بانک شهر نیز به پشتوانه همان سابقه بوده است. نوری از خردادماه سال جاری در سمت مدیرعاملی هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر فعالیت می‌کند؛ هلدینگی که با هدف تأمین نیازمندی‌های گسترده حوزه فناوری اطلاعات بانک شهر و همچنین تولید محصولات خلاقانه در زمینه بانکداری الکترونیکی و صنعت پرداخت شروع به کار کرده است.



مهرتراکتس

گفت‌وگویی
ماه

۱۴۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

هادی اخلاقی

مدیرعامل بانک تجارت

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 است. حالا بسیاری بر این عقیده‌اند ترکیب حضور هادی اخلاقی، در سمت مدیرعاملی با مدیران ارشدی که او در این بانک گرد هم آورده، ترکیبی طلایی برای بانک تجارت بعد از سال هاست و احتمالاً باید شاهد پیشگام شدن بانک تجارت در بسیاری از حوزه‌های نوآورانه باشیم. بنابراین بانک تجارت که سالیان متمادی بر مشتریان بزرگ و سازمانی تمرکز داشت، تصمیم گرفته هم‌زمان با ارائه خدمت به مشتریان سازمانی، نیازهای خرد آنها را نیز شناسایی کند و پوشش دهد و اخلاقی با ترکیب جدید مدیرانش در هیئت مدیره و شرکت‌های تابعه، سعی دارد با ارائه خدمات جدید و نوآورانه، گروه‌های متنوعی از مشتریان بانک را در کانون توجه قرار دهد.

۷۵



آرش بابایی

مدیرعامل شرکت توسن

آرش بابایی رامی توان یکی از مدیران جوان صنعت بانکی کشور دانست که فعالیت حرفه‌ای خود را از لایه کارشناسی در شرکت توسن شروع کرده و از آبان‌ماه ۱۴۰۱ در سمت مدیرعاملی این شرکت در حال فعالیت است. توسن از شناخته‌شده‌های صنعت نرم‌افزار بانکی کشور است و همواره در طول سال‌های فعالیتش از آن به‌عنوان شرکتی پیشرو و نوآور یاد می‌شود. بابایی که مسیر ترقی خود را به‌صورت پلکانی در توسن طی کرده، معتقد است این پله‌پله پیشرفت کردن یکی از ویژگی‌های بخش خصوصی است و از این طریق است که افراد پرتلاش امکان شکوفایی می‌یابند. او با حضورش در سمت مدیرعاملی توسن، ایده‌بانکداری پلتفرمی را مطرح کرده که معتقد است یکی از روندهای جدید در تحول دیجیتال صنعت بانکی است و می‌گوید توسن سعی دارد با استفاده از این روند، سرویس‌های بانکی لازم برای هلدینگ‌های بزرگ را به‌صورت سفارشی‌شده در اختیار آنها قرار دهد.

۷۶



یوسف پناهی

مدیرعامل شرکت داده‌پردازي معتمد تیس

شرکت داده‌پردازي معتمد تیس در ابتدای سال ۱۴۰۱ به منظور اخذ مجوز فعالیت نوع اول معتمد مالیاتی تأسیس شد و در تاریخ ۳۰ آذرماه ۱۴۰۱ موفق به اخذ مجوز شرکت معتمد مالیاتی از سازمان امور مالیاتی شد؛ شرکتی که به گفته مدیرعامل آن، طی یک سال گذشته، بالغ بر ۲۰۰ میلیون صورت‌حساب الکترونیکی را ارسال کرده و بیش از ۱۱,۰۰۰ شخص حقیقی و حقوقی تیس را به‌عنوان معتمد خود در سامانه مؤدیان انتخاب کرده‌اند و اکنون یکی از فعال‌ترین شرکت‌های معتمد مالیاتی در کشور است. به دلیل نقش مهمی که شرکت‌های معتمد مالیاتی در سال‌های آینده در ساختار مالیاتی کشور خواهند داشت و البته عملکردی که تیس در یک سال فعالیت خود داشت، بر آن شدیم تا در گفت‌وگو با یوسف پناهی، مدیرعامل تیس، از شکل‌گیری این شرکت و برنامه‌هایی که برای آینده دارند، بپرسیم.

۷۷



حمزه آقابابایی

مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر

حمزه آقابابایی یکی از مدیران جوان صنعت بانکی و پرداخت کشور است که توانسته در یک سال و نیم فعالیت خود در شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در مقام مدیرعامل، این شرکت را در رتبه‌بندی‌های شاپرک دو پله رشد دهد. شرکتی که در زمان ورود او در خردادماه ۱۴۰۱، از حیث تعداد تراکنش، رتبه یازدهم بازار و از لحاظ مبلغ تراکنش‌ها نیز رتبه نهم را داشت و اکنون وارد کانال شش درصدی از سهم مبلغ تراکنش‌ها شده و به عقیده او، حرف‌هایی برای گفتن در صنعت دارد. شاید بتوان این‌طور گفت که پرداخت الکترونیک سپهر در مدت مدیرعاملی آقابابایی، به معنای واقعی کلمه پوست‌اندازی کرد که نمود آن را نیز می‌توانیم در ریبندینگ و تغییر لوگو این شرکت مشاهده کنیم. آقابابایی می‌گوید آنها انواع استراتژی‌های نوآوری باز را در بیست ماه گذشته تجربه کرده‌اند؛ از عقد قرارداد مشارکت گرفته تا ادغام و تملک.

۷۸



مهرتراکنش



۱۶۴

ASAFETAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

مروری بر ۳۹ کسب و کاری که طی سال ۱۴۰۲ در ماهنامه عصر تراکنش با مدیرانشان گفت و گو کردیم

قدم گذاشتن در مسیر توسعه

در یک سال گذشته در بخش «باشگاه» ماهنامه عصر تراکنش به سراغ ۳۹ کسب و کار صنعت فناوری های مالی رفتیم و در گفت و گو با مدیرانشان به دستاوردها و چالش هایشان پرداختیم. مدیران این کسب و کارها در سال ۱۴۰۲ با چالش های گوناگونی مانند رگولاتوری، تورم، نبود امنیت در سرمایه گذاری و محدودیت های اینترنت دست و پنجه نرم کرده اند؛ با وجود این، جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص یکی از چالش هایی بود که در سال ۱۴۰۲ کسب و کارها با آن درگیری بسیاری داشتند؛ موضوعی که به عقیده مدیران اگر فکری اساسی برای آن نشود، می تواند در سال ۱۴۰۳ به یک ابربحران برای کسب و کارها تبدیل شود. با این حال، مدیران کسب و کارها با وجود تمام موانع و چالش هایی که ممکن است حتی روند توسعه ای شان را کند کرده باشد، دست از تلاش نکشیده اند و به آینده امیدوارند و مصمم اند با رفع چالش ها و ارائه راهکارهایی برای تربیت نیروی کار متخصص و نگهداشت آن در مسیر توسعه حرکت کنند. در شماره ویژه آخر سال ماهنامه عصر تراکنش بر آن شدیم مروری بر کسب و کارهایی داشته باشیم که در یک سال گذشته به سراغشان رفتیم؛ کسب و کارهایی که برخی از آنها در انتهای سال گذشته فقط و فقط به حفظ بقای خود فکر می کردند، اما در پایان سال ۱۴۰۲ توانسته اند با درایت و برنامه ریزی از استراتژی بقا فراتر بروند و قدم در مسیر توسعه بگذارند.



عصر تراکنش

کسب و کار

۱۶۵

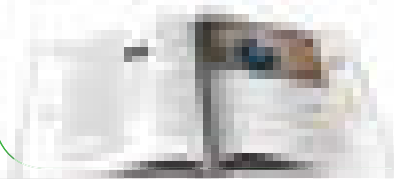
اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



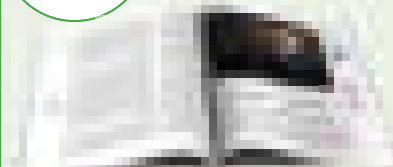
یوآیدی

شرکت بینش هوشمند نسل پیشرو (یوآیدی) یکی از شرکت های فعال در حوزه رگ تک و یکی از ارائه دهندگان سرویس احراز هویت دیجیتال در کشور است که طی چهار سال فعالیت خود، توانسته به شرکت ها و سازمان های مختلفی کمک کند تا احراز هویت کاربران خود را به صورت غیرحضوری و با امنیت بالاتر انجام دهند. طبق صحبت های نیما شمسایور، مدیرعامل یوآیدی، مأموریت و هدف اصلی این شرکت تلاش برای غیرحضوری کردن حداکثری فرایند احراز هویت در کشور است و در حال حاضر با این هدف فاصله زیادی دارند. او معتقد است این هدف دیر یا زود محقق می شود، زیرا دنیا به سمت استفاده از هوش مصنوعی رفته و استفاده از آن به مرور در ایران نیز رایج و ضروری می شود.



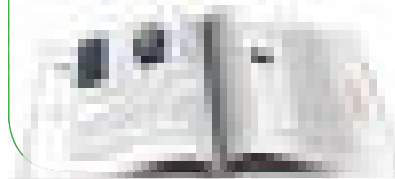
کوینینو

کوینینو محصول صرافی آنلاین شرکت توسعه سرمایه بنیتا است و با وجود اینکه بنیان گذاران آن از چهار سال پیش روی حوزه رمزارزها تمرکز داشتند، فعالیت خود را به عنوان یک صرافی رمزارزی در اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ شروع کرد. جمشید عباسپور، مدیرعامل کوینینو، می گوید برنامه های متنوعی برای رشد این کسب و کار دارند و دو نوع رشد افقی و عمودی را برای آن در نظر گرفته اند. به گفته او، در رشد افقی روی مباحث پیشنهاد های منطقی سرمایه گذاری خرد کاربران تمرکز کرده اند و برای کاربران برنامه هایی تدارک دیده اند که از طریق آن می توانند میزان، مدت و ریسک سرمایه گذاری خود را مشخص کنند. این سرمایه گذاری فقط مختص کریپتو نیست و کوینینو قصد دارد تا جایی که منع قانونی وجود نداشته باشد، وارد بحث سبدهای سرمایه گذاری نیز بشود.



فینوداد

مرکز نوآوری فینوداد در سال ۱۳۹۷ به عنوان یک واحد کسب و کار استراتژیک در هلدینگ داده ورزی سداد تشکیل شد. در شهریور ماه ۱۴۰۱ با تغییر استراتژی و بزرگ شدن اهداف این واحد و به هدف تکمیل سبد محصولات نوآورانه بانک ملی به شرکتی مستقل با نام تجاری فناوران نوآور سداد و با هویت فینوداد تبدیل شد. در واقع با تغییر اهداف این واحد، فینوداد اکنون به پلی کارآمد برای اتصال بانک ملی به اکوسیستم نوآوری کشور تبدیل شده است. امیرحسین شبیری که آذرماه سال ۱۴۰۱ مدیرعامل فینوداد شد متاورس، رمیتنس، لندتک و هوش مصنوعی را حوزه هایی می داند که هنوز به اقیانوس قرمز تبدیل نشده اند و پتانسیل زیادی برای سرمایه گذاری دارند و البته اصلی ترین حوزه های سرمایه گذاری فینوداد هستند.





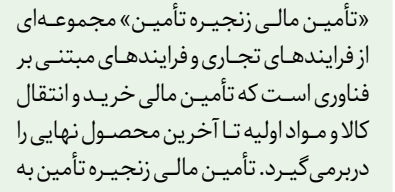
کیپا



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 لندتک در حوزه سلامت، فروشگاه‌های زنجیره‌ای و... فعال است.



سکوک



«تأمین مالی زنجیره تأمین» مجموعه‌ای از فرایندهای تجاری و فرایندهای مبتنی بر فناوری است که تأمین مالی خرید و انتقال کالا و مواد اولیه تا آخرین محصول نهایی را در برمی‌گیرد. تأمین مالی زنجیره تأمین به دلیل اتکا به داده‌های فیزیکی حرکت کالا در زنجیره تأمین و به‌کارگیری ابزارهایی برای زیر نظر گرفتن موجودی کالا در انبار تولیدکنندگان کالا، کاهش ریسک نکول را در پی دارد. از سوی دیگر روش‌های اعتباردهی در زنجیره و در نهایت تأمین مالی مصرف‌کننده شیوه‌های نوینی از ارائه کالا و منابع را به مصرف‌کننده میسر می‌سازد. فردوس باقری، مدیرعامل شرکت سکوک، تأمین مالی زنجیره تأمین را یکی از راه‌حل‌های کلیدی کشور برای برون‌رفت از فضای رکود اقتصادی می‌داند و آینده روشنی را برای این راهکار در کشور پیش‌بینی می‌کند.



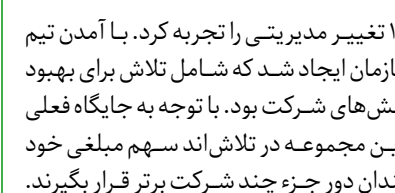
ققنوس



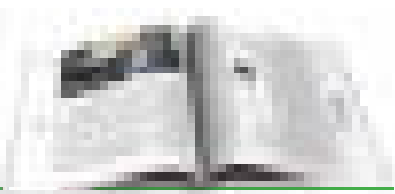
ققنوس، شرکتی بر مبنای فناوری دفترکل توزیع شده است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۷ شروع کرد؛ شرکتی که امکان انتشار توکن‌های متنوع دارایی و گواهی را توسط ناشران معتمد فراهم می‌کند و در تلاش است بانک‌ها و شرکت‌های فناوری اطلاعات کشور را برای ورود به انقلاب صنعتی چهارم آماده کند. شرکت ققنوس اسفندماه ۱۴۰۱ دچار تغییر مدیریتی شد و در حال حاضر سعید احمدی پویا ساکن مدیریت عاملی این شرکت را برعهده دارد. به گفته احمدی پویا، این شرکت در سال ۱۴۰۲ سه مأموریت اصلی داشت که شامل توسعه ابزارهای فناوری نوین در اقتصاد دیجیتال، تسهیل سرمایه‌گذاری و مدیریت ثروت‌های خرد در بستر بلاکچین و در نهایت مولدسازی دارایی‌های دیجیتال می‌شد.



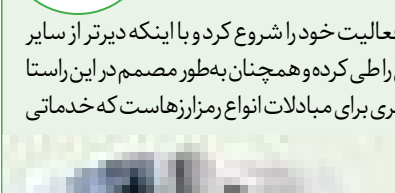
پرداخت الکترونیک سپهر



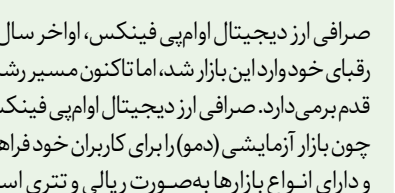
شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در خردادماه ۱۴۰۱ تغییر مدیریتی را تجربه کرد. با آمدن تیم مدیریتی جدید به این شرکت، تغییراتی در رویکرد سازمان ایجاد شد که شامل تلاش برای بهبود سودآوری، افزایش درآمدها و رشد تعداد و مبلغ تراکنش‌های شرکت بود. با توجه به جایگاه فعلی سپهر از منظر سهم بازار مبلغ تراکنش‌ها، مدیران این مجموعه در تلاش‌اند سهم مبلغی خود را از شبکه پرداخت توسعه دهند و در آینده‌ای نه‌چندان دور جزء چند شرکت برتر قرار بگیرند.



اوام‌پی‌فینکس



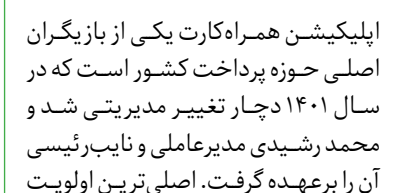
طبق صحبت‌های حمزه آقابابایی، مدیرعامل این شرکت، توسعه بازار، بهبود مستمر سودآوری، خلق محصولات و خدمات جدید و نوآورانه، سه هدف اصلی پرداخت الکترونیک سپهر تا پایان سال ۱۴۰۱ بود.



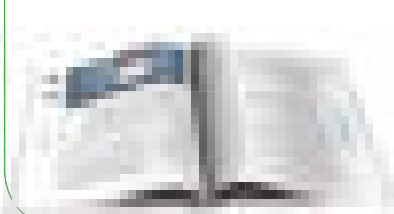
صرافی ارز دیجیتال اوام‌پی‌فینکس، اواخر سال ۱۳۹۹ فعالیت خود را شروع کرد و با اینکه دیرتر از سایر رقبای خود وارد این بازار شد، اما تاکنون مسیر رشد خوبی را طی کرده و همچنان به‌طور مصمم در این راستا قدم برمی‌دارد. صرافی ارز دیجیتال اوام‌پی‌فینکس بستری برای مبادلات انواع رمزارزهاست که خدماتی چون بازار آزمایشی (دمو) را برای کاربران خود فراهم کرده و دارای انواع بازارها به صورت ریالی و تتری است. به گفته سامان بیرقی، رئیس هیئت‌مدیره و مؤسس این صرافی، رقابت یکی از برنامه‌های جدی آنهاست و در این زمینه نیز مصمم پیش می‌روند.



همراه‌کارت



اپلیکیشن همراه‌کارت یکی از بازیگران اصلی حوزه پرداخت کشور است که در سال ۱۴۰۱ دچار تغییر مدیریتی شد و محمد رشیدی مدیرعاملی و نایب‌رئیس آن را برعهده گرفت. اصلی‌ترین اولویت رشیدی در مسیر جدید همراه‌کارت بهبود تجربه کاربری است. آن‌طور که او می‌گوید، همراه‌کارت با ۲۱ میلیون نصب، قرار است هم‌زمان با بهبود زیرساخت‌های خود، به بازارهای جدیدی وارد شود و از یک اپ پرداختی فراتر رود و حتی به فرابورس وارد شود. او معتقد است همراه‌کارت با تجربه کاربری بسیار خوبی که داشته، به جایگاه کنونی خود رسیده و به همین دلیل توسعه این موضوع برای همراه‌کارت اولویت درستی است.



همراه‌کارت



۱۶۶

ASAE@TRAFFIC.HONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

بینوست



یکی از شرکت‌های فعال در زمینه مشاوره مدیریت سرمایه در بازار رمزارز در کشور، بینوست است؛ شرکتی که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۸ آغاز کرد تا با ارائه صندوق‌های سرمایه‌گذاری متنوع این امکان را به افراد بدهد که بهترین تصمیم را برای سرمایه‌گذاری در بازار کریپتو بگیرند. در همین راستا بینوست ماشین که یکی از محصولات مهم این شرکت است، یک تحلیلگر داده مالی مبتنی بر هوش مصنوعی است که با حذف خطاها و احساسات انسانی، ریسک بازار را کنترل و به مدیریت بهینه و معقول صندوق‌ها کمک می‌کند. همایون قمری، رئیس هیئت‌مدیره بینوست، مأموریت اصلی این شرکت را نه پیش‌بینی کوتاه‌مدت قیمت رمزارزها، بلکه ارائه راهکارهای به‌روز و امن برای حضور در بازار رمزارزها با تحلیل‌هایی بلندمدت و عقلانی می‌داند.



تفاس



سینا از آن دست بانک‌هایی است که اخیراً تحول دیجیتال برایش به استراتژی مهمی تبدیل شده و در این راستا در سال ۱۴۰۱ هلدینگ فناوری اطلاعات خود را برای قدم نهادن در این مسیر تحولی ایجاد کرده است؛ هلدینگی که به دنبال یکپارچه‌سازی و هم‌راستایی فعالیت‌های بانک سینا در حوزه فناوری اطلاعات است. ابراهیم محمدی، مدیرعامل تفاس، می‌گوید که این هلدینگ در حال حاضر بر چهار مأموریت اصلی متمرکز است؛ سامان‌دهی شرکت‌های زیرمجموعه، توسعه نرم‌افزارهای مدنظر بانک، پیشبرد طرح تحول بانک و حضور در حوزه‌های فین‌تک و تجارت الکترونیکی مانند BNPL. محمدی می‌گوید که بانک سینا در حال ساخت نرم‌افزارهایی مانند سیبانک است که دسترسی به تمام خدمات بانکی و پرداختی را از طریق یک اپلیکیشن برای مشتریان فراهم می‌کند.



خدمات انفورماتیک راهبر



خدمات انفورماتیک راهبر یکی از قدیمی‌ترین هلدینگ‌های ICT کشور است که از اواخر سال ۱۴۰۰ بر توسعه کسب‌وکار و افزایش درآمدهای اجرایی‌اش متمرکز بوده است. حمیدرضا نائینی، مدیرعامل این هلدینگ، در حال حاضر مشتریان اصلی راهبر را بازیگران صنعت اپراتوری دولت الکترونیک می‌داند و بیان می‌کند که حضور در حوزه‌های غیربانکی نیز علاقه دارند. این شرکت هم‌اکنون چهار زیرمجموعه و دو کسب‌وکار مستقل دارد که به معتمد مالیاتی و اپراتور اول گذرگاه عمومی خدمات دولت نیز تبدیل شده‌اند.



ایران کیش



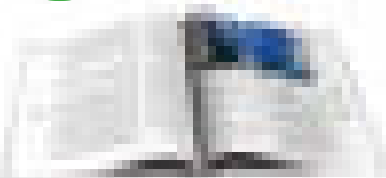
شرکت کارت اعتباری ایران کیش آذرماه سال ۱۴۰۱ در سطح مدیریتی تغییراتی ایجاد کرد و علیرضا موسوی سکان مدیریتی آن را برعهده گرفت. به گفته موسوی تغییرات شکل گرفته در این مدت راهبردی بوده و تغییری در نحوه اداره شرکت به وجود نیامده است. او می‌گوید عمده تمرکزشان در ایران کیش تحول شبکه پرداختشان، ارتقای پشتیبانی و تعمیرات و اصلاح ساختارهایشان است. همچنین، ارائه سرویس مناسب به بانک تجارت و سایر سهامداران اصلی‌شان در اولویت کارهایشان قرار دارد. به گفته موسوی، آنها در تلاش‌اند با توجه به شناختی که از مسائل خود پیدا کرده‌اند، علاوه بر افزایش کیفیت خدمات، زیرساخت‌های مجموعه را ارتقا و هزینه‌هایشان را کاهش دهند.



انیاک



بیش از ۲۳ سال از شروع به کار انیاک می‌گذرد. این شرکت با هدف ارائه فناوری‌های مدرن و نوین در حوزه فناوری اطلاعات، ارتباطات، تجارت الکترونیک و سامانه‌های پرداخت الکترونیکی تأسیس شد و در سال ۱۳۹۹ نیز در راستای تثبیت جایگاه خود به‌عنوان یکی از شرکت‌های فعال در حوزه پرداخت کشور، به عضویت خانواده گلرنگ درآمد. انیاک در سال ۱۴۰۰ هم تغییر مدیریتی را شاهد بود تا بتواند به فعالیت‌های خود مؤثرتر ادامه دهد. به گفته فرید ستاره، معاون توسعه کسب‌وکار انیاک، تمرکز اصلی این شرکت در سال ۱۴۰۱، روی توسعه زیرساخت‌هایشان بوده تا خود را برای برنامه‌های بلندمدتشان در سال‌های پیش رو آماده کنند. همچنین آنها توانسته‌اند توان تولیدی کارخانه انیاک را که از سال ۱۳۹۸ به منظور تولید و تعمیر دستگاه‌های کارت‌خوان تأسیس شده، سه‌برابر کنند.



رهند هوشمند



رهند هوشمند، شرکتی است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۷ با نگاه به روش‌های نوین پیاده‌سازی نرم‌افزار و همچنین مدل‌های کسب‌وکاری مشارکتی آغاز کرد؛ شرکتی که با تمرکز بر دیجیتالی‌سازی کسب‌وکارها و فرایندها بر بستر پلتفرم «ایده هوشمند» امکان توسعه کسب‌وکارهای متنوع در حوزه بانکی و پرداخت و خدمات غیرحضور و بازارگاه‌های دیجیتالی را فراهم کرده است. مجید عبدالله‌خانی، مدیرعامل شرکت رهند هوشمند، مأموریت اصلی پلتفرم «ایده هوشمند» را برعهده گرفتن بار فنی و عملیاتی پروژه‌های تحول دیجیتال می‌داند و می‌گوید هدف اصلی‌شان ساده‌سازی فرایند تولید نرم‌افزار برای شرکت‌های گوناگون است. او تأکید می‌کند که هدفشان تولید صرف نرم‌افزار نیست و می‌خواهند خالق تجارب دیجیتال باشند.



عمر تراکتس

کسب‌وکار

۱۶۷

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

رایان ارتباط شباهنگ

رایان ارتباط

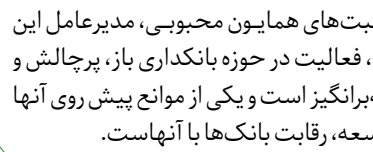
رایان ارتباط شباهنگ شرکتی است که فعالیت‌های خود را در عرصه فروش و ارائه سرویس و خدمات شارژهای تلفن همراه از دی‌ماه ۱۳۹۷ شروع کرد و سپس متناسب با اقتصاد پسا کرونا، استراتژی‌های خود را تغییر داد و با رفتن به سمت بازارهای جدیدی مثل BNPL که پتانسیل‌های مالی زیادی دارد، به توسعه خود و ارائه خدمات رفاهی به طبقه متوسط جامعه پرداخت. طبق صحبت‌های احسان کدخدایی، مدیرعامل رایان ارتباط شباهنگ، بعد از کرونا تمام تلاششان بر این بود که بتوانند از کالامحور بودن فاصله بگیرند و خدمات محور شوند؛ به همین دلیل نیز نزدیک به دو سال است وارد حوزه اعتبار شده‌اند و از سال ۱۴۰۱ نیز با رایان کارت به حوزه BNPL ورود کرده‌اند.



فرا بوم

فرا بوم

پلتفرم نوآوری باز فرا بوم از سال ۱۳۹۸ با هدف فعالیت در حوزه بانکداری باز تأسیس شد و تاکنون به عنوان ارائه‌دهنده راهکارهای خلاقانه مبتنی بر کاهش فرایندهای دستی، افزایش صحت تراکنش‌ها و حفظ و نگهداری مشتریان بوده است. این شرکت در یک سال گذشته نه تنها تعداد خدمات موجود در پلتفرم خود را افزایش داده، بلکه رویکرد جدیدی نسبت به مشتریان اتخاذ کرده و در تلاش است با شناخت نیازهای آنها به پلتفرمی کامل در این حوزه تبدیل شود. بنا بر صحبت‌های همایون محبوبی، مدیرعامل این شرکت، فعالیت در حوزه بانکداری باز، پرچالش و مناقشه‌برانگیز است و یکی از موانع پیش روی آنها برای توسعه، رقابت بانک‌ها با آنهاست.



مصرف تراکنش



۱۶۸

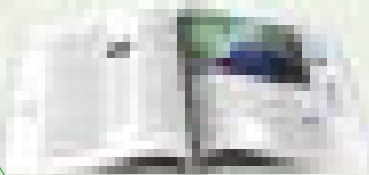
ASAEETARAARHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

آتیه داده پرداز

آتیه داده پرداز

فرامرز صابری خردادماه ۱۴۰۱ به مدیرعاملی شرکت آتیه داده پرداز منصوب شد. آتیه داده پرداز یکی از شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات کشور است و اطلاع‌رسانی یکی از خطوط اصلی درآمدی آن است که بخش اعظم این خط به سرویس ارسال و دریافت پیامک مربوط می‌شود. صابری ضمن اشاره به مسیری که این شرکت از گذشته تا امروز طی کرده، اصلی‌ترین سرمایه این شرکت را نیروی انسانی آن می‌داند و نسبت به شدت گرفتن مهاجرت نیروهای متخصص ابراز نگرانی می‌کند. او همچنین با نقد تصویری که درباره درآمد شرکت‌های حوزه اطلاع‌رسانی وجود دارد، می‌گوید حجم زیادی از درآمد حاصل از این سرویس سهم اپراتورهاست و شرکت‌هایی نظیر آتیه داده پرداز در رقابت با یکدیگر حاشیه سود خود را تعیین می‌کنند.



تکنوتجارت

تکنوتجارت
گروه تخصصی فناوری تجارت
تجارت

تکنوتجارت شرکتی وابسته به بانک تجارت است که از طریق سرمایه‌گذاری خطرپذیر سازمانی و توسعه کارخانه نوآوری خود می‌کوشد زنجیره ارزش این بانک را تکمیل کند. سیدمحمدحسین سجادی نیری که از تیرماه سال ۱۴۰۲ به سمت مدیرعاملی این شرکت منصوب شده، می‌گوید با ورود خود به این شرکت در حال پیگیری تغییرات اساسی در شرکت و مدیریت گستره فعالیت‌ها، ارتقای پرتفوی و ادامه دادن مسیر سرمایه‌گذاری است. این شرکت در نظر دارد با سرمایه‌گذاری در حوزه‌های فناوری محور و موردنیاز بانک تجارت به تحول تجربه مشتریان بانک کمک کند و نقشه راه آن نیز در حمایت از استارت‌آپ‌ها شامل شتاب‌دهنده، استارت‌آپ استودیو و سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی است.



داپ اپ

داپ اپ

داپ اپ شرکتی دانش بنیان است که کار خود را از سال ۱۳۹۸ با هدف ارائه خدمات کش‌بک و تمرکز روی فروشگاه‌های خرده‌فروشی، برندها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای آغاز کرد و رفته‌رفته به این نتیجه رسید که کسب‌وکار خود را توسعه دهد و سرویس‌های دیگری نیز خلق کند. در نتیجه وارد حوزه لندتک و ولت‌تک نیز شد تا این دورا در کنار حوزه پی‌تک قرار دهد و چرخه فین‌تکی خود را کامل کند. میعاد ایرانیان، ترنج و وام خرید سه سرویسی هستند که طی سالیان گذشته به داپ اپ اضافه شده‌اند تا این چرخه را تکمیل کنند. با وجود این، هنوز هم به رسالت اولیه‌شان که توسعه فروش در فروشگاه‌های خرده‌فروشی بوده، وفادارند. علی جواهرچیان، بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره این شرکت می‌گوید، می‌خواهند به بزرگ‌ترین هاب کش‌بک کشور تبدیل شوند.



تیس

تیس

تیس یک شرکت معتمد مالیاتی نوع اول است که فعالیت خود را از سال ۱۴۰۱ با هدف دیجیتال کردن نظام امور مالیاتی کشور آغاز کرده است. بنا بر صحبت‌های یوسف پناهی، مدیرعامل داده‌پردازی معتمد تیس، عمده فعالیت‌های این شرکت بر مبنای حاکمیت داده انجام می‌شود تا با ارائه بستری امن به مؤدیان به چابکی امور مالی و مالیاتی آنها و همچنین نظام مند و شفاف شدن روال‌های مالیاتی کشور کمک کند. او معتقد است هوشمندسازی مالیات اقدام مهمی است که به تحقق عدالت اقتصادی-اجتماعی و حاکمیت قانون منتهی می‌شود، اما هنوز برخی اصناف از پیوستن به این پروژه ممانعت می‌کنند و فرار مالیاتی دارند. در همین راستا، یکی از رسالت‌های تیس آموزش و بر ساخت فرهنگ پرداخت مالیات است.



رادین

شرکت «پیشرو فناوری اطلاعات رادین» سال‌هاست از مجموعه «حصین» اسپین‌آف شده و فعالیت خود را به شکل مستقل ادامه می‌دهد، اما با وجود اینکه این شرکت عمر نسبتاً کوتاهی دارد، تحولات بسیاری در آن اتفاق افتاده است؛ از سروسامان دادن به خدماتی که به واسطه آنها سروشکل یک شرکت مستقل را به خود گرفت تا افزودن خدماتی در قالب دپارتمان‌های جدید و توجه به فناوری‌های نو ظهور و تکمیل سبد خدماتی اش. حالا هم مدتی است با راه‌اندازی استارت‌آپ استودیویی در دل شرکت، سعی دارد تمرکز خود را از محصولات B2B به سمت محصولات B2C ببرد.

مهندسی سیستم‌یاس ارغوانی

شرکت مهندسی سیستم‌یاس ارغوانی در سال ۱۳۷۶ تأسیس شد و در زمینه انفورماتیک، مدیریت و علوم سیستم فعالیت خود را آغاز کرد. این شرکت پس از اینکه توسط بانک ملت خریداری شد، به شرکت‌های فناوری اطلاعات این بانک پیوست و در حال حاضر به ارائه خدماتی نظیر پشتیبانی پروژه‌های بانکی، نرم‌افزاری، شبکه‌های کامپیوتری، مشاوره انفورماتیک و... می‌پردازد. طبق توضیحات محمدمهدی تقی‌پور، مدیرعامل سابق شرکت مهندسی سیستم‌یاس ارغوانی، الزامات مربوط به اینماد، اجرای طرح کالابریک و طرح هوشمندسازی یارانه‌نان، شرکت‌های هدایت ترانکشی و رقابت خارج از انتظار بازار از چالش‌های شرکت مهندسی سیستم‌یاس ارغوانی در سال ۱۴۰۱ بوده است.

بازارپی

شرکت بازارپی با دور هم جمع شدن جوانانی که مسیر خود را از دل کافه‌بازار پیدا کرده بودند، در اسفندماه ۱۴۰۰ تأسیس شد تا با فراتر رفتن از ارائه راهکارهای پرداختی به کافه‌بازار، به کسب‌وکارهای دیگر در حل دغدغه‌های پرداختی‌شان کمک کنند و موجبات توسعه آنها و ارتقای کیفیت تجربه پرداختی کاربران را فراهم آورند. به همین منظور روی ارائه سرویس دایرکت‌دبیت متمرکز شدند تا به پیشبرد هدفشان بپردازند، اما این مسیر چندان که باید هموار نبود و مدیران بازارپی می‌گویند تحریم‌های خارجی و فیلترینگ‌های داخلی برنامه‌های توسعه‌ای آنها را به تعویق انداخته است. علاوه بر این، مقاومت بانک‌ها برای تغییر راهکارهای پرداختی خود و این تصور غلط که دایرکت‌دبیت قرار است جای درگاه‌های پرداخت PSPها را بگیرد، مانع توسعه حداکثری آنها شده است.

پی‌پینگ

پی‌پینگ یکی از شرکت‌های پرداخت‌یار فعال کشور است که از سال ۱۳۹۴ تاکنون می‌کوشد خدمات انتقال وجه را به ساده‌ترین شکل ممکن به کسب‌وکارها و سازمان‌ها ارائه دهد. در همین راستا، سال گذشته از سرویس جدید خود با عنوان «تسویه حساب پیشرفته» رونمایی کرد تا به کسب‌وکارها کمک کند که مراودات مالی خود را به آسانی مدیریت کنند. به گفته احمدرضا منصور، مدیرعامل پی‌پینگ، خواسته اصلی آنها از رگولاتور این است که در تنظیم‌گری خود، چابکی و نوآوری را اولویت بخشد. همچنین او بر این عقیده است که تفویض حوزه پرداخت اینترنتی به پرداخت‌یارها از جمله اقداماتی است که به توسعه آنها کمک می‌کند. به گفته او، تمرکز اصلی این شرکت در سال ۱۴۰۱ روی ارائه سرویس تسویه حساب پیشرفته بوده است.

همراه الکترونیک آوای پارسی

شرکت همراه الکترونیک آوای پارسی در مهرماه ۱۴۰۰ با گردهمایی گروهی از اشخاصی که در صنعت بانکداری و پرداخت الکترونیکی سابقه طولانی داشتند، تأسیس شد. دغدغه اصلی این گروه که نشانگر هدف اساسی شرکت نیز بود، مشارکت در روند پرشتاب توسعه و گسترش کسب‌وکارهای حوزه فناوری‌های مالی (فین‌تک) کشور بود. آوای پارسی تلاش کرده با ارائه سرویس‌های مدرن در حوزه بانکداری باز، توسعه راهکارهای پرداخت و ارائه سازگار پلتفرمی، در بستر الزامات جدید سازمان امور مالیاتی جایگاه خود را در اکوسیستم پرداخت الکترونیکی کشور پیدا کند. طبق توضیحات مدیران این شرکت، محصولات آوای پارسی را می‌توان به سه دسته کلی «راهکارهای پرداخت»، «محصولات بانکداری باز» و «پلتفرم مالیاتی» تقسیم‌بندی کرد.

هلدینگ فناوری و نوآوری صاد

هلدینگ فناوری و نوآوری صاد از شهر یورماه ۱۳۹۹ به طور رسمی کار خود را آغاز کرد. راه‌اندازی این هلدینگ با رویکرد ایجاد تحول دیجیتال در بدنه بانک صادرات و اجرای طرح‌های استراتژیک در حوزه فناوری اطلاعات صورت گرفته بود و اکنون بعد از گذشت حدود سه سال از شروع کارش، بانک صادرات در مسیر تحول دیجیتال قرار گرفته است. هلدینگ صاد که در حال حاضر هشت زیرمجموعه دارد، طی یک سال و نیم گذشته پروژه‌های زیرساختی مهمی را عملیاتی کرده تا مسیر رسیدن بانک صادرات به تحول دیجیتال را فراهم کند.

عمر تراکتس

کسب‌وکار

۱۶۹

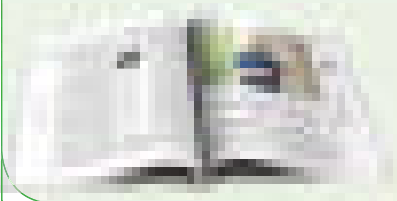
اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



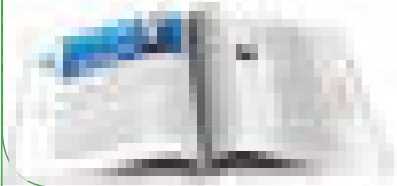
فوروارد

«فوروارد» شرکتی دانش بنیان است که از سال ۱۴۰۰ با نام تجاری «اکوپیک» با تمرکز بر توسعه زیرساخت های نرم افزاری در حوزه حمل و نقل فعالیت خود را آغاز کرد و از سال ۱۴۰۲ با تغییر نام برند به «فوروارد»، به سراغ ارائه سرویس های پستی رفت. حالا این شرکت سرویس هایی همچون جمع آوری و تحویل مرسولات در تهران، جمع آوری و تحویل مرسولات به شرکت ملی پست، و بسته بندی و پرداخت در محل را به مشتریان خود ارائه می دهد. البته یکی از خدمات فوروارد، تحویل کارت های بانکی مشتریان مجموعه های مختلف فعال در نظام بانکی کشور است و در حال حاضر، این شرکت کارت های بلوبانک را به کاربران تحویل می دهد.



اسنپی

اسنپی، یکی از اولین ارائه دهندگان سرویس BNPL در ایران است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۹ با هدف توسعه فراگیری مالی در کشور آغاز کرد و به جرئت می توان گفت کاری که در این حوزه انجام داد، یکی از فراگیرترین تجربه های لندتکی کشور بود. در حالی که بیش از سه سال از فعالیت این شرکت می گذرد، در گفت و گو با مجید حسامی، مدیرعامل اسنپی، روند شکل گیری این کسب و کار را مرور کردیم و به چالش هایی که با آن دست و پنجه نرم کردند و برنامه هایی که برای آینده دارند، پرداختیم. به گفته حسامی، در ایران به شدت به فراگیری مالی نیاز داریم و کسب و کارهای لندتکی نیز در خط مقدم این داستان قرار دارند، بنابراین ضروری است چالش های پیش رویشان رفع شود تا بتوانند فراگیری مالی را بهتر و بیشتر محقق کنند.



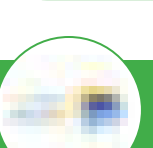
توسعه سامانه های نرم افزاری نگین (توسن)

جهانی شدن یکی از دغدغه های مهم شرکت توسن در یک دهه گذشته بوده است و به همین دلیل در سال ۱۳۸۹ با تأسیس دفتری در مالزی، صادرات نرم افزارهای خود را آغاز کرد تا در کشورهای دیگر نیز مشتری داشته باشد. توسن در سال ۱۳۹۳، توانست نرم افزار کرینکینگ خود را صادر کند و در سال ۱۳۹۹ نیز به عنوان شرکت صادرکننده برتر نرم افزار کشور انتخاب شد. این شرکت در سال گذشته نیز صادرات نرم افزار را به کشورهای مثل فیلیپین و مالزی در دستور کار قرار داد و توانست محصول AML خود را صادر کند و اکنون شرکت توسن در تلاش است پلتفرم نتوبانک خود را نیز صادر کند.

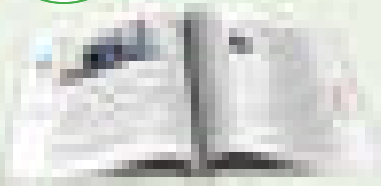


تفکر پیشرو عصر داده

«استراتژی فعلی ما، استراتژی بقاست»؛ این جمله ای است که مسعود حسینی، مدیرعامل شرکت تفکر پیشرو عصر داده در مصاحبه خود در مردادماه سال ۱۴۰۲ به عصر تراکنش گفت. طبق گفته های او، با توجه به تورم و رکودی که در کشور وجود داشت، تصمیم گرفته بودند روی حفظ مشتریان و کیفیت سرویس هایشان تمرکز کنند و توسعه ای حداقلی به سرویس های خود بدهند، اما در نهایت در سال ۱۴۰۲، آنها توانستند سهم بازار سرویس ونیفای را افزایش دهند و در همکاری با کسب و کارها، محصولات نیمه فعالشان را فعال کنند؛ همه این موارد نشان از فراتر رفتن آنها از ایده حفظ بقا و قدم گذاشتن در مسیری است که در نهایت به توسعه ختم شده است.



سایبان پی

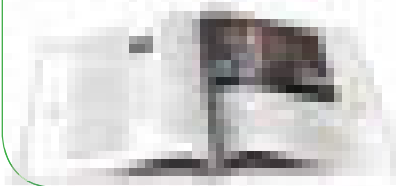


سایبان پی با هدف ارائه راهکارهای نوین مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه ارائه به روز خدمات کارت و پرداخت الکترونیک پایه گذاری شده است؛ شرکتی که با طراحی و تولید سامانه جامع مدیریت کارت و کیف پول توانسته در حوزه مازول های اعتبارات بانکی، فروش اقساطی، بن کارت و کارت هدیه خدمات متنوعی را به صورت منعطف و پارامتریک و با قابلیت فعالیت در شبکه پرداخت کشور (شاپرک) یا شبکه های حلقه بسته داخلی را به مشتریان این صنعت ارائه دهد. این شرکت که به لحاظ کسب و کاری بر ارائه خدمات لندتک و BNPL متمرکز است، با ایده و همکاری مجید شکوهی و علیرضا حاجی حسین ارگی راه اندازی شده است.



فن آوا کارت

شرکت فن آوا کارت که عضوی از گروه فن آوا است، آبان ماه ۱۴۰۱ تغییراتی در سطح مدیریت داشت و هم اکنون احمد پیشگاه زاده در سمت مدیرعاملی این شرکت در حال فعالیت است. فن آوا کارت طبق گزارش اقتصادی شاپرک، در آبان ماه سال جاری با سهم حدود ۳ درصدی از بازار مبلغ تراکنش ها در جایگاه دهم صنعت قرار گرفت. به عقیده پیشگاه زاده، این جایگاه برانزده این شرکت نیست، از همین رو از بدو ورودش به این مجموعه، برنامه کوتاه مدت مدیریتی برای برون رفت از وضعیت فعلی را به هیئت مدیره شرکت ارائه کرده است. طبق گفته های پیشگاه زاده، حمایت از استارت آپ های فعال در حوزه های BNPL و لندتک از دوره سرمایه گذاری و مشارکت از جمله مهم ترین برنامه های این شرکت در سال ۱۴۰۳ است.



عصر تراکنش

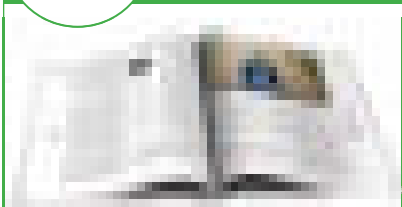


ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

پیمان

پیمان



دایرکت دبیست راهکاری است که کاربران با استفاده از آن به کسب و کارها اجازه پرداخت مستقیم از حساب بانکی خود برای خریدهای پرتکرار و پرداخت اشتراک‌های دوره‌ای را می‌دهند. شرکت فراپوم این محصول را با نام تجاری «پیمان» برای مشتریان بانک‌ها و صاحبان کسب و کارهای آنلاین از سال ۱۳۹۸ ارائه کرده است؛ محصولی که بعد از گذشت چهار سال از فعالیتش به دلیل رشد بسیار خوبی که در بازار داشت، اکنون به یک شرکت مستقل تبدیل شده و قصد دارد سهم قابل توجهی از پرداخت‌های آنلاین کشور را به سمت دایرکت دبیست بیاورد. به گفته سحر بختیاری، مدیرعامل پیمان، دایرکت دبیست به دلیل تجربه کاربری و امنیت بالایی که دارد می‌تواند در بسیاری از پرداخت‌های خرد جایگزین روش‌های فعلی شود.

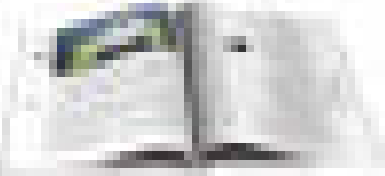
فام

فام

هدینگ‌های فناوری اطلاعات بانک‌ها و مؤسسات مالی با چرخش پارادایمی که در شیوه بانکداری به وجود آمده، به یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه بانک‌ها تبدیل شده‌اند و بانک‌ها و مؤسسات مالی گوناگون می‌کوشند با ایجاد و توسعه این هدینگ‌ها، به ایده بانکداری دیجیتال بپیوندند. فام نیز یکی از همین هدینگ‌های فناوری اطلاعات است که در زمینه ارائه محصولات بانکی و فناوری‌های مالی فعالیت کرده و به کمک دپارتمان‌هایی که دارد به خلق محصولات و خدماتی نظیر نرم‌افزار فام، سامانه پرداخت‌یاری، متابانک، سامانه مبارزه با پول شویی، سامانه نوبت‌دهی بهنما، همراه‌بانک و خدمات سنتر پرداخته تا به عنوان بازوی فناوری اطلاعات مؤسسه اعتباری ملل به دیجیتالی و هوشمند شدن هرچه بیشتر آن کمک کند.

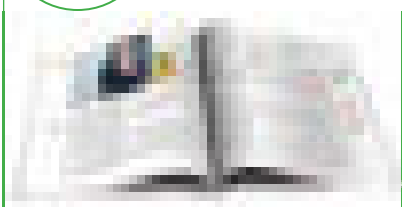


EBCOM



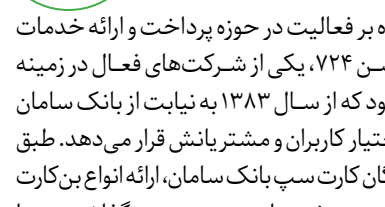
دشواری فرایند اخذ تسهیلات از بانک‌ها که عمدتاً به تضامین مکفی نیز نیازمند است باعث برآمدن لندتک‌ها و شرکت‌های اعتباری شد که خیلی زود مورد استقبال مردم قرار گرفتند. این تحولات با هدف ارائه خدمات مالی در قالب طرح‌های اعتباری و تسهیلاتی نوین به بخش‌هایی از جامعه که به دلایل متعدد امکان اخذ تسهیلات را به آسانی و به‌ویژه در کوتاه‌مدت از نظام بانکی کشور ندارند، به وقوع پیوسته است. علی جقازردی، کارشناس ارشد فین‌تک شرکت EBCOM (همراه کسب و کارهای هوشمند) می‌گوید که همراه اول از آبان‌ماه سال ۱۴۰۲ با تجهیز حوزه مالی خود با فناوری‌های فین‌تک به حیطه اعطای اعتبار خرد به دارندگان سیم‌کارت‌های دائمی همراه اول ورود کرد که در شبکه حلقه باز قابل مصرف خواهد بود.

مزدکس



مزدکس که فعالیت خود را از سال ۱۴۰۰ و با هدف هم‌افزایی میان بازار سرمایه و دارایی‌های دیجیتال آغاز کرده، مدتی است که با دریافت مجوز ورود به سندباکس بازار سرمایه، وارد مسیر تازه‌ای شده است؛ مسیری پرپیچ‌وخم که گرچه باعث محدود شدن تعداد صندوق‌های قابل معامله آنها شده، اما در نهایت به قانونمند شدن این کسب‌وکار منتهی می‌شود. در حال حاضر کارا، کهربا و اهرم ۳ صندوق قابل معامله در مزدکس هستند و آن‌طور که مدیرعامل این شرکت می‌گوید، تعداد این صندوق‌ها بعد از خروج از سندباکس بازار سرمایه بیشتر نیز می‌شود تا با توسعه فراگیری ابزارهای مالی به افزایش دسترسی مردم به روش‌های مختلف سرمایه‌گذاری و صندوق‌هایی که پشته‌های گوناگونی دارند، کمک کند.

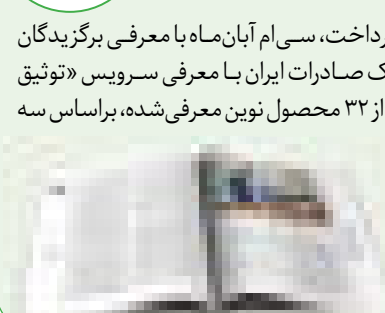
پرداخت الکترونیک سامان



شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش (سپ)، علاوه بر فعالیت در حوزه پرداخت و ارائه خدمات دستگاه‌های کارت‌خوان، درگاه‌های اینترنتی و اپلیکیشن ۷۲۴، یکی از شرکت‌های فعال در زمینه ارائه انواع بن‌کارت سازمانی در کشور محسوب می‌شود که از سال ۱۳۸۳ به نیابت از بانک سامان به این حوزه وارد شده و خدمات متنوع و جذابی را در اختیار کاربران و مشتریان قرار می‌دهد. طبق صحبت‌های ملیحه‌السادات مهدوی، مدیر واحد دارندگان کارت سپ بانک سامان، ارائه انواع بن‌کارت و کارت هدیه خود را بر عهده سپ گذاشته، زیرا هدفمندسازی مصارف بن‌کارت‌ها از جمله مهم‌ترین اهداف این حوزه شناخته می‌شود و نیاز بازار به شکلی است که سازمان‌ها خواهان تفکیک و تفاوت بین واریز حقوق و خدمات رفاهی پرسنل هستند.



بانک صادرات ایران



دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت، سی‌ام آبان‌ماه با معرفی برگزیدگان جشنواره دکتر نوربخش به کار خود پایان داد و بانک صادرات ایران با معرفی سرویس «توثیق الکترونیک دارایی» با نام تجاری «ست» از میان بیش از ۳۲ محصول نوین معرفی شده، براساس سه شاخص نوآوری، کاربردی بودن و سودآوری رتبه نخست محصولات ارائه‌شده نظام بانکی را از آن خود کرد. این سرویس با هدف تنوع بخشیدن به وثیقه‌های قابل ارائه به بانک‌ها به منظور دریافت وام خرد طراحی شده است.

مصرف تراکتس

کسب و کار

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



فاطمه شایگان

مهرتراکتس



۱۷۲

ASAE.TARAKTAS.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



محمدعلی گوگانی، مدیرعامل آدونیس از لزوم همکاری میان کسب وکارها می گوید

بدون رفاقت به حال خوب نمی رسیم

شرکت آدونیس بیش از یک دهه است که فعالیت خود را آغاز کرده و در تمام این سال ها محصولات و راهکارهای سخت افزاری و نرم افزاری متنوعی را در حوزه بانکی و صنعت پرداخت کشور ارائه کرده است. این شرکت که در سال ۱۴۰۲ عمده تمرکز خود را بر توسعه خدمات پشتیبانی و رضایت مشتریان گذاشته، در یک سال گذشته دستگاه های خودپرداز داخلی، انواع کیوسک، چاپگرهای دفترچه حساب، چاپگرهای کارت و چک اسکنر را به سبد محصولات خود اضافه کرده است. در گفت وگو با محمدعلی گوگانی، مدیرعامل شرکت آدونیس، اقدامات این شرکت در سال ۱۴۰۲ و برنامه هایشان برای سال ۱۴۰۳ را مرور کردیم. به گفته او، اصلاح ساختار سازمانی شرکت، توسعه نرم افزار مانیتورینگ و به کارگیری روش هایی که به کاهش بهای تمام شده در ارائه سرویس ها و خدمات بینجامد، از اهداف آدونیس در سال ۱۴۰۳ است. در ادامه گزارشی از این گفت وگور می خوانید.

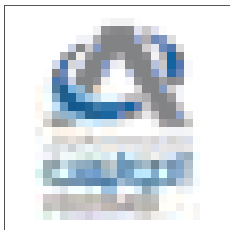


پشتیبانی، از خطوط کسب و کاری جدی آدونیس

طبق صحبت های مدیرعامل آدونیس، در سال ۱۴۰۲ عمده تمرکز این شرکت بر ارائه سرویس پشتیبانی از دستگاه های نصب شده به مشتریان بوده است. او می گوید پشتیبانی از دستگاه ها و ارائه خدمات مطلوب به مشتری، یک خط تعریف شده در این شرکت است که همیشه پیگیری می شود: «بزرگ ترین مزیت یک شرکت، فروش دستگاه یا انجام یک پروژه نیست، بلکه فرایند پشتیبانی است که مهم ترین رکن فعالیت آن را رقم می زند؛ به این ترتیب یکی از خطوط جدی در شرکت آدونیس، ارائه خدمات پشتیبانی در دوره پس از نصب و راه اندازی دستگاه ها است. ما درباره این بخش از کار حساسیت بالایی داریم و در این زمینه، تا حد زیادی رضایت مشتریان را جلب کرده ایم.

البته اتفاق هایی که گاه و بی گاه به دلیل تأمین ارز در وضعیت کلان شرکت رخ می دهد، ممکن است پشتیبانی از دستگاه ها را گاهی دچار چالش کند؛ با این حال تمام تلاش تیم آدونیس، ارائه خدمات مطلوب به مشتریان در حداقل زمان و با کیفیت خوب است. بر همین اساس، در سال ۱۴۰۲ بر بهبود فرایندهای کاری مان متمرکز شدیم تا بتوانیم خدمات مطلوبی را به مشتریان ارائه دهیم و در نهایت رضایت آنها را جلب کنیم. امیدواریم با تداوم این موضوع در سال های بعد نیز بتوانیم خدمت پشتیبانی را با دقت بالا و در بازه زمانی مدنظر مشتریان، به آنها ارائه دهیم.»

به گفته گوگانی، این شرکت علاوه بر بحث پشتیبانی، تمرکزش بر رفع نیاز مشتریان نیز هست و اگر مشتریان به خدمات مشاوره، ارائه دستگاه های جدید و همین طور نرم افزارهای جدید نیاز داشته باشند، به صورت جدی درصدد رفع آن برمی آید. او درباره اقداماتشان در یک سال گذشته می گوید: «سال ۱۴۰۲ به تولید محصولات پرداختیم که نیاز بانک ها و مشتریانمان بود و در این راستا تولید دستگاه های خودپرداز داخلی، کیوسک ها در مدل های مختلف، چاپگرهای دفترچه حساب، چاپگرهای کارت و چک اسکنر را به سبد



محصولاتمان اضافه کردیم تا نیاز مشتریان به توسعه یا تعمیر یا بازسازی دستگاه‌های فرسوده را پاسخ دهیم.»

تغییر و تحولات آدونیس

یکی از مواردی که در دنیا به یک روند پرطرفدار تبدیل شده است، نرم‌افزارهای بنیادی کیوسک‌ها است. در همین راستا، آدونیس نیز در یک سال گذشته محصول اندرویدی کیوسک خود را ایجاد و عرضه کرده است. یکی دیگر از اقدامات این شرکت در سال ۱۴۰۲، ایجاد تغییر در محصول نرم‌افزار سامانه مرکزی مانیتورینگ پایانه‌های بانکی خود بوده تا از این طریق مشتریان را حفظ کند و به نیازهایشان پاسخ دهد. گواگانی در این باره توضیح می‌دهد: «با توسعه محصول نرم‌افزاری مانیتورینگ و مدیریت شبکه خودپردازها و پایانه‌های بانکی برای بانک سپه، عمده درخواست‌های این بانک را با مساعدت شرکت رایانه خدمات امید و شرکت داتین پاسخ دادیم و در این زمینه ۹۵ درصد رضایت مشتری را جلب کردیم. این نرم‌افزار یکی از بزرگ‌ترین نرم‌افزارهای مدیریت شبکه خودپردازها و پایانه‌های بانکی است که در کشور طراحی و پیاده‌سازی شده است؛ به طوری که تمام برندهای حاضر در بانک سپه را پشتیبانی می‌کند. نام این ۱۰ برند عبارت است از: Hyosung, GRG, NCR, Banqit, Sigma, Edge kingteller, Wincor Nixdorf و LG و Eastcom. در سال ۱۴۰۲ با توسعه این نرم‌افزار برای بانک سپه در تلاش بودیم این بانک بتواند گزارش‌های لازم را از این سامانه دریافت کند. درخواست‌های جدیدی نیز برای این نرم‌افزار دریافت کرده‌ایم که در حال بررسی آنها هستیم. این نرم‌افزار در سال ۱۴۰۳ به یک محصول توسعه یافته‌تر و استاندارد تبدیل خواهد شد.» علاوه بر اینها، آدونیس در یک سال گذشته تغییراتی را در فرایندهای داخلی اش ایجاد کرده است. گواگانی می‌گوید: «برای مثال، سیستم تعمیرات خود را توسعه داده‌ایم. این سیستم می‌تواند با مشخص کردن طول عمر قطعات، قبل از خراب شدن قطعه، آن را تشخیص دهد تا بتوان به صورت پیش‌فعال به دستگاه‌ها مراجعه کرد. همچنین نرم‌افزاری را در خصوص انبار داریم که آن را از شرکت همکاران سیستم خریداری کرده‌ایم. این نرم‌افزار به صورت وب‌بیس است و در سطح گسترده‌ای توزیع شده و کل شرکت در حال استفاده از آن است. با همکاری شرکت مذکور در حال توسعه این نرم‌افزاریم تا بتوانیم سه سیستم انبار، عملیات و تعمیرات خود را یکپارچه کنیم. به این ترتیب ما قادر به ایجاد یک مرکز داده بزرگ از شبکه کل خودپردازهای تحت پشتیبانی شرکت آدونیس خواهیم بود و می‌توانیم داده‌هایی را استخراج کنیم که آنها را به صورت مطلوب با جواب‌های مناسب، به هر یک از مشتریان ارائه دهیم.»

چالش نیروی انسانی و تأمین قطعات یدکی

با توجه به توضیحات گواگانی، شرکت‌هایی مانند آدونیس، با دو مشکل عمده مواجه‌اند؛ یکی نیروی انسانی و دیگری تأمین قطعات یدکی. او در این باره می‌گوید: «آدونیس و شرکت‌های مشابه با توجه به کار سنگینی که در زمینه پشتیبانی به عهده دارند، حفظ نیروی انسانی برایشان بسیار دشوار است. علاوه بر این، همان طور که می‌دانید عمده قطعات دستگاه‌های ما از خارج از کشور وارد می‌شوند و تأمین ارز برای تهیه و تأمین این قطعات نیز از طریق بانک مرکزی صورت می‌پذیرد؛ اگر فاصله بین تأمین ارز و خرید قطعه زیاد شود، ما به ناچار باید به سمت تأمین ارز از بازار آزاد برویم که بین این دو تفاوت زیادی وجود دارد و به نوبه خود، اثر نامطلوبی بر بهره‌وری و کارایی شرکت می‌گذارد. در نتیجه شرکت‌هایی مانند آدونیس به سختی هزینه‌های خود را با درآمد‌هایشان سر به سر می‌کنند و اگر شرکتی سودی نیز نشان می‌دهد، از محلی غیر از این موارد و غیر عملیاتی است. از سوی دیگر، عدم امکان تصحیح و به‌روزرسانی قرارداد با مشتریان در طول سال با توجه به نوسان‌های قیمت ارز و روش‌های تأمین آن، شرکت‌هایی نظیر آدونیس را دچار ضرر و زیان مالی می‌کند. در آخر، تورم و آثار آن نیز چالشی است که همچون دو مسئله دیگر، به نظر می‌رسد به این زودی‌ها قابل رفع نباشد و ممکن است در سال‌های آینده نیز با آن درگیر باشیم.»

برنامه‌های ۱۴۰۳

اصلاح ساختار سازمانی متناسب با اوضاع روز، توسعه مانیتورینگ و به‌کارگیری روش‌هایی که به کاهش بهای تمام‌شده در ارائه سرویس‌ها و ارائه خدمات بینجامد، از اهداف آدونیس در سال ۱۴۰۳ است. مدیرعامل آدونیس می‌گوید برنامه‌های داخلی آنها در سال آینده تولید نرم‌افزارهایی است که به کمک آنها بتوانند با دقت و سرعت بالاتری به انجام دادن

کارها و بهره‌وری بپردازند. او در این باره می‌گوید: «ما در زمینه توسعه محصولاتمان برای سال آینده در دو حوزه نرم‌افزار و سخت‌افزار برنامه‌هایی را در نظر گرفته‌ایم. برای بخش سخت‌افزار، بنا بر نیاز مشتریان به توسعه نمونه جدید دستگاه‌های خودپرداز خواهیم پرداخت. علاوه بر آن احساس کردیم که باید کیوسک‌هایمان را در دو پلتفرم اندرویدی و ویندوزی نیز ارائه دهیم. همین‌طور در نظر داریم برای دستگاه‌های مربوط به شعب بانک‌ها، با اولویت قرار دادن مشتریانمان، برنامه‌ریزی داشته باشیم؛ زیرا با وضعیت ارزی موجود و بالا بودن نرخ دلار، تهیه دستگاه‌های نو با هزینه‌های گزاف، برای مشتریان بسیار سخت است؛ بنابراین پروژه بهسازی و به‌روزرسانی دستگاه‌های موجود می‌تواند منطقی‌ترین راه برای کم کردن هزینه‌های مشتریان باشد.»

او سپس به برنامه‌هایی که در بخش نرم‌افزار در سال ۱۴۰۳ در دستور کار دارند، می‌پردازد و می‌گوید: «در حوزه نرم‌افزاری ما دو برنامه داریم؛ یکی مربوط به سیستم‌های داخلی شرکت است و این سیستم‌ها را در برمی‌گیرد؛ سیستم‌های در انبار، عملیات، تعمیرات، سیستم جامع پرسنلی و نرم‌افزارهایی که برای بالابردن کیفیت ارائه سرویس وجود دارند. در سال جدید، محصول جدیدی را ارائه خواهیم کرد که مربوط به OTP است. در حال حاضر تهدد تحویل سی هزار عدد از این دستگاه را به یکی از بانک‌ها داده‌ایم که امیدواریم بتوانیم تا پایان سال این تعهد را به سرانجام برسانیم و برای سال آینده این محصول در سبد محصولات قابل عرضه شرکت آدونیس قرار گیرد.»

حالت ناخوش صنعت پرداخت کشور

به عقیده گواگانی، ما در وضعیتی قرار داریم که تمامی شرکت‌ها به جای رقابت به رفاقت و همکاری نیاز دارند تا بتوانند از چالش‌ها و موانع عبور کنند. او می‌گوید: «اگر یک شرکت بر اثر اشتباهات فردی یا تصمیمات ناشی از مفروضات ناقص و غیرتجاری، دچار ضرر و زیان سنگین شود یا در اثر تصمیمات کلان کشوری و محدودیت‌های داخلی نتواند به فعالیت‌های عادی خود ادامه دهد، صنعت پرداخت دچار خسران می‌شود. این موضوع مانند دومینو به بقیه نیز سرایت خواهد کرد. در مجموع، به نظر کل صنعت پرداخت، اوضاع خوشی در کشور ندارد و اگر بین دست‌اندرکاران این صنعت همکاری صورت نگیرد و مانند یک سندیکار رفتار نکنند و خواسته‌ها به سمع و نظر تصمیم‌گیران بالادستی نرسد، به حال خوب نمی‌رسد. من نسبت به سال ۱۴۰۳ چندان خوش بین نیستم. همچنین با توجه به مصاحبه‌ها و اعلام نظرهای مسئولان ارزی کشور و بانک مرکزی، به نظر می‌رسد سال آینده هم خبرهای خوبی از تخصیص و تأمین ارز دریافت نکنیم که این موضوع بر بخش‌های مختلف تأثیر منفی خواهد گذاشت؛ چه بر فرایند تأمین ناوگان شبکه خودپرداز که هم‌اکنون حدود ۴۰ درصد فرسوده است و به نوسازی و جایگزینی نیاز دارد، چه بر پایانه‌های کارت‌خوان و تأمین قطعات دستگاه‌ها و نیروی انسانی. توصیه من برای کل صنعت فناوری اطلاعات این است که از یکدیگر حمایت کنیم تا بتوانیم سرویس‌های خوب با هزینه‌های مناسب به مشتریان ارائه دهیم و در نهایت بتوانیم به شیوه‌ای مؤثر فعالیت خود را پی بگیریم.»

مهرتراکتس

کسب‌وکار

۱۷۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



نیلوفر نادری

عصر تراکنش



۱۷۴

ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



گفت وگو با محمد صادقی، مدیرعامل شرکت بهسازان ملت، به بهانه ۲۹ سالگی این شرکت

۱۴۰۲؛ سال شکوفایی مجدد برگشت به مسیر موفقیت

دی ماه ۱۴۰۲ بهسازان ملت ۲۹ ساله شد؛ شرکتی که در این سال ها به دلیل تلاشش برای توانمندسازی بانک ملت در حوزه های مرتبط با فناوری اطلاعات شناخته شده و حالاً می خواهد از ارائه خدمت به این بانک فراتر برود و به صورت پروژه محور با سایر بازیگران صنعت بانکی و پرداخت کشور، استارتا پ ها و فین تک های مختلف نیز کار کند تا با ارائه تصویری جدید از بهسازان ملت سی سالگی دل نشینی را برای آن رقم بزند. به همین منظور، مدیران این شرکت در سالی که گذشت تمام تمرکزشان را روی تغییر شیوه های شرکت داری، تفکیک بخش های مختلف سازمان، تغییر فرهنگ سازمان و ورود به پروژه های جدید و ملی گذاشته اند تا رفته رفته خودشان را برای تغییرات بزرگ تر آماده کنند. این شرکت در سال ۱۴۰۲ با سود ۲ هزار درصدی روبه رو بوده که نتیجه تغییر مسیر و گسترش دامنه فعالیت هایش بوده است؛ تغییر مسیری که به اتخاذ رویکرد مشارکت محور و تمرکز روی پروژه های سه ماهه گره خورده است. محمد صادقی، مدیرعامل بهسازان ملت معتقد است با کنار هم قرار دادن ریسک های سیستماتیک و غیر سیستماتیک هنوز هم کار کردن در ایران ممکن است. او می خواهد تمام تلاشش را بکند تا بخش منابع انسانی این شرکت را بیش از پیش توسعه دهد تا بتوانند با تکیه بر مغز افزار هایشان روی نقشه راهی که تعیین کرده اند، بمانند و از آن منحرف نشوند. به نظر او این منحرف شدن از مسیر می تواند بزرگ ترین چالش آنها در سال ۱۴۰۳ باشد. در ادامه گفت وگویی عصر تراکنش با محمد صادقی را می خوانید.



◀ تاب آوری؛ مهم ترین عامل توسعه شرکت ها

محمد صادقی ابتدا درباره ورودش به بهسازان ملت صحبت می کند. او می گوید وقتی پانزده ماه پیش به این شرکت آمد، آن را در وضعیت قابل قبولی دید، اما با هدف کمک به توسعه آن، تصمیم گرفت تغییراتی ایجاد کند؛ تغییراتی که به باور او باید تا قبل از سی سالگی این شرکت انجام می شده است. او درباره عملکرد این شرکت در سال های گذشته و وضعیت فعلی اش بیان می کند: «سال

مالی ما در دی ماه به پایان رسید و بهسازان ملت شمع ۲۹ سالگی اش را فوت کرد تا وارد سی سالگی شود. به نظر من، این شرکت قدمت زیادی دارد و برای مردم و اکوسیستم بانکداری کشور، شناخته شده است. این شرکت تا به امروز فقط ارائه دهنده خدمت به بانک ملت بوده و مشخصه اصلی آن هم همین بوده است. بهسازان ملت کربن کینگ نیست. این شرکت تمام سرویس هایی را که بانک ملت نیاز دارد خودش به تنهایی

طراحی و تولید می‌کند. بنابراین نشستن روی صندلی چنین شرکتی مسئولیت زیادی دارد. همه توقع دارند شرکت در مسیر توسعه قرار داشته باشد و روز به روز بهتر از قبل شود، ولی چنین کاری چندان آسان نیست و با چالش‌هایی که در کشور وجود دارد، باید خیلی دقیق و با برنامه‌ریزی جلو رفت. بهسازان ملت نیز مانند هر شرکت دیگری هم روزهای خوب را تجربه کرده و هم روزهای بد را و این طور نبوده که همیشه در اوج یا همیشه روبه‌زوال باشد، البته در حال حاضر به ثبات نسبی رسیده است. در این میان نکته اساسی این است که شرکت‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات هیچ‌گاه به ثبات کامل نمی‌رسند و به عبارتی ثبات برای آنها بی‌معناست و آنچه آنها را نگه می‌دارد و باعث توسعه‌شان می‌شود، تاب‌آوری است.»

◀ لزوم استفاده از فناوری و داشتن نگاه فرابندی

طبق گفته‌های او، بهسازان ملت در یکی، دو سال اخیر تغییرات زیادی را پشت سر گذاشته و وارد مرحله جدیدی از حیات خودش شده است. صادقی بر این باور است که استفاده از فناوری و داشتن نگاه فرابندی از جمله عناصری است که باید در چنین شرکت‌هایی به آنها توجه شود و گرچه رقبای بهسازان ملت مدام روی استفاده از داده تأکید می‌کنند، صنعت بانکی و پرداخت کشور هنوز آن‌طور که باید برای استفاده از داده‌های مشتریان آمادگی ندارد و این استفاده از داده تبدیل به روندی شده که در عمل در ایران به واقعیت نپیوسته است.

او درباره اهمیت توسعه فناوری اطلاعات در بانک‌ها می‌گوید: «همه در ایران از نسل زد و خواسته‌هایش صحبت می‌کنند، در حالی که می‌دانیم کل صنعت بانکی و پرداخت کشور تقلیدی از آن چیزی است که در سرزمین‌های دیگر در حال رخ دادن است و همین تقلید هم به‌درستی انجام نشده و مقولات مختلف وقتی به داخل مرزهای ایران آمده‌اند دچار تغییراتی شده‌اند و به‌کلی از فلسفه وجودی‌شان فاصله گرفته‌اند. از طرفی نباید برای بانک صرفاً این مهم باشد که مشتریانش از کدام نسل هستند، بانک باید بتواند خودش را متناسب با تغییرات روز دنیا توسعه دهد و به این فکر نکند که الان نسل زدی‌ها بیشترند یا نسل‌های دیگر. واقعیت این است که ما باید بتوانیم نیازهای همه مردم جامعه را برطرف کنیم و گره‌زدن مفهوم توسعه بانکداری با نسل زد چندان که نشان می‌دهد هم درست نیست. من نوعی باید بتوانم فضایی را ایجاد کنم که همه مشتریانم راضی باشند و در برطرف کردن نیازهای بانکی و پرداخت خود کمترین انرژی، هزینه و وقت را صرف کنند. هدف ما در بهسازان ملت همین است و با چنین رویکردی وارد بازار شده‌ایم و هر اقدامی که تا به امروز انجام شده یا در آینده انجام می‌شود، در راستای تحقق همین ایده بوده است. نیازهای مشتریان ما نسبت به گذشته بیشتر و متنوع‌تر شده و این کار ما را سخت‌تر می‌کند.»

◀ فراتر رفتن از ارائه خدمات به بانک ملت

صادقی وضعیت بهسازان ملت را از ابعاد مختلفی نظیر

شرکتداری، فناوری، منابع انسانی و فرایندهای سازمانی بررسی می‌کند و توضیح می‌دهد که وقتی وارد این شرکت شده، با یک سازمان پایدار، اما سنتی مواجه بوده که برخی از استانداردهای لازم را نداشته است. به لحاظ ساختار نیز این سازمان به تغییراتی نیاز داشته که طی یک سال و چند ماه گذشته انجام شده است. او در این باره می‌گوید: «ما باید ساختار سازمان را طوری تغییر می‌دادیم که پاسخ‌گوی نیازهایمان باشد. این تغییر ساختار بخش‌های مختلف شرکت ما را تحت تأثیر قرار داد و از بخش مالی گرفته تا بخش‌هایی نظیر منابع انسانی، امنیت، طرح و برنامه، فروش و کسب‌وکار و شیوه مدیریت پروژه را تغییر دادیم تا به‌روز و بهتر شوند. این تغییرات، از اواخر سال قبل آغاز شده و تا رسیدن به وضعیت ایدئال ادامه دارد. ما امنیت سیستم‌هایمان را در یک سال گذشته ارتقا دادیم و بخش مالی و منابع انسانی را که در گذشته یکی بود، تفکیک کردیم و کوشیدیم بخش مالی مان با الگوهای مدیریت مالی به‌روز اداره شود و از آنجایی که برای نیروهای انسانی مان اهمیت زیادی قائلیم و معتقدیم نیروی انسانی متخصص، مهم‌ترین دارایی شرکتی مثل بهسازان است، سعی کردیم بیش از پیش به بخش منابع انسانی توجه کنیم. نیروهای انسانی ما، مغزافزاهایی‌اند که بقا و توسعه ما را ممکن کرده‌اند.

علاوه بر این، از وضعیت ارائه خدمت صرف به بانک ملت نیز فراتر رفتیم و قرار است از این به بعد، در قالب پروژه‌های مشارکتی یا ارائه سرویس، با سایر بازیگران اکوسیستم‌های فناوری محور نیز کار کنیم. ما برای قبول پروژه‌ها نیاز بازار و توانایی‌هایمان را بررسی می‌کنیم و هرگز پروژه‌ای را که نیاز بازار نباشد یا از پس آن برنماییم، قبول نمی‌کنیم. در حال حاضر، نیاز بازار و مشتریان بانک و صنعت بانکی این است که از فروش لایسنس فراتر برویم و سرویس محور شویم و خدمات ترکیبی و مشارکت محور داشته باشیم و به سمت ارائه سرویس‌های بانکی در قالب API برویم.»

طبق صحبت‌های او، این شرکت در سال ۱۴۰۲ سرویس‌هایی را به دفاترهای پیشخان دولت عرضه کرده و تسهیلات تکلیفی فرزندآوری و ازدواج را هم پوشش داده و پروژه‌های اعتباری‌اش را هم به سرانجام رسانده است. آنها یک هاب اعتباری در بانک ملت راه انداخته‌اند که به ارائه خدمات BNPL کمک می‌کند و تسهیلات در زمانی کمتر از پنج دقیقه به فرد داده می‌شود. در همین راستا با بازیگران لندتکی کشور هم قراردادهای مشارکتی امضا کرده‌اند. در نتیجه بهسازان ملت در سال گذشته فراتر از ارائه خدمت به بانک ملت رفته و به صورت پروژه‌ای با کسب‌وکارهای مختلف همکاری کرده است. البته این استراتژی در گذشته هم در بهسازان ملت وجود داشته است و بر مبنای آن پروژه‌های ملی زیادی را انجام داده است که یکی از آنها، پروژه تدارکات ایران بوده که با همکاری این شرکت و وزارت صمت از سال ۱۳۹۱ شروع شده و همچنان در حال توسعه است و تعداد مشتریان و محصولات آن بیشتر شده است و با همین استراتژی، یکی از اهداف شرکت این است که سال آینده نیز در اجرای پروژه‌های ملی دیگری سهیم باشند.

◀ تغییر فرهنگ سازمانی بهسازان ملت در سال ۱۴۰۲

مدیرعامل بهسازان ملت تغییر فرهنگ سازمانی این

۵۶

در حال حاضر، نیاز بازار و مشتریان بانک و صنعت بانکی این است که از فروش لایسنس فراتر برویم و سرویس محور شویم و خدمات ترکیبی و مشارکت محور داشته باشیم و به سمت ارائه سرویس‌های بانکی در قالب API برویم

ممبر تراکتس

کسب‌وکار

۱۷۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

شرکت را یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی می‌داند که در پانزده ماه گذشته با آن روبه‌رو بوده است و در این باره اظهار می‌کند: «متحول کردن فرهنگ سازمانی شرکتی که قدمتی طولانی دارد، کار ساده‌ای نبود، اما آن قدر هم سخت نیست که نشود انجامش داد. خوشبختانه نیروهای انسانی ما و بانک در برابر پذیرش تغییرات منعطف بودند و این انعطاف‌پذیری آنها ما را در تحقق تغییراتی که باید ایجاد می‌شد، کمک کرد. هم‌زمانی تغییرات بخش‌های مختلف سازمان هم چالش دیگری بود که مدیریت کردن آن دشوار بود و با همدلی و همکاری اعضای مجموعه به سرانجام رسید. سازمان مادر حال حاضر، برنامه‌پذیر است و می‌تواند به باز یگران بیشتری ارائه خدمت کند. تغییر جایگاه بهسازان ملت هم برای ما و هم برای بانک ملت اتفاق جدیدی بود، چون قرار است در قامت شریک تجاری و به‌صورت تسهیم درآمدی یا ارائه خدمت کارمزدمحور با بانک ملت کار کنیم و قدم گذاشتن در این مسیر جدید هم آسان نبود، اما از پس آن تا به امروز برآمدیم، چون بانک ملت این مسئله را پذیرفته است و با ما نهایت همکاری را می‌کند.»

برای رفع بحران منابع انسانی باید به فکر راه‌حلی اساسی بود

جذب و نگهداشت نیروی انسانی یکی از پرتکرارترین چالش‌هایی است که مدیران تمام کسب و کارهای صنایع مختلف به آن اشاره می‌کنند و بر این باورند وضعیت منابع انسانی در ایران روز به روز وخیم‌تر خواهد شد و این می‌تواند لطمه بزرگی به بدنه اقتصاد کشور وارد کند. صادقی نیز نگران وضعیت نیروی انسانی در حوزه فناوری اطلاعات کشور است و فکر می‌کند باید برای کاهش نرخ مهاجرت‌ها و نگهداشت نیروی انسانی متخصص در داخل مرزهای کشور به فکر راه‌حلی اساسی بود. او در این باره می‌گوید: «ما برای اینکه بتوانیم از فناوری‌های روز دنیا بهره ببریم یا خودمان زیرساخت‌ها و قالب‌های کاری جدیدی را ایجاد کنیم، به نیروهای انسانی متخصصی نیاز داریم که خیالشان از بابت هزینه‌های زندگی‌شان راحت باشد و بتوانند تمام تمرکزشان را روی طراحی، تولید و به‌کارگیری فناوری‌های جدید در صنایع مختلف بگذارند. این در حالی است که شرکت‌های داخلی که درآمد ریالی دارند و خود درگیر مسائل مالی اند، شاید نتوانند آن‌طور که بایسته و شایسته افراد است به آنها حقوق و مزایا بدهند و همین مسئله ممکن است نیروی متخصص را از ادامه فعالیت در ایران دل‌سرد کند. حال، وقتی مسائل مالی در کنار مسائل اجتماعی قرار می‌گیرد، نیروهای متخصص را برای مهاجرت از ایران به کشورهای پیشرفته و حتی کشورهای حاشیه خلیج فارس مشتاق‌تر می‌کند و به همین دلیل است که اکثر شرکت‌های داخل ایران با مشکل جذب و نگهداشت نیروی انسانی مواجه‌اند. به نظر من آن دسته از افرادی که در ایران مانده‌اند و کار می‌کنند، عشق زیادی به ایران و خانواده‌هایشان دارند، وگرنه رفتن برایشان کاری ندارد و در یکی دو سال اخیر حتی آن نیروهایی که در سطح کارشناسی بوده‌اند و سابقه کار چندانی نداشته‌اند، توانسته‌اند به راحتی از کشورهای دیگر ویزای کاری بگیرند و بروند. ما هم مثل همه اعضای اکوسیستم در جذب نیروی انسانی

با دشواری‌هایی مواجهیم که خاص شرکت ما نیست.»

به ۸۰ درصد از برنامه‌هایمان رسیده‌ایم

وقتی در پایان سال ۱۴۰۱ به سراغ کسب و کارهای مختلف رفتیم، همه آنها معتقد بودند که ۱۴۰۱ سال سختی بوده و همین که توانسته بودند بقای خودشان را حفظ کنند، برایشان کافی بود. آنها بیش از هر چیز دیگری نگران سال پیش رویشان بودند و نمی‌دانستند چه چیزی در انتظارشان است. با وجود این، این‌طور به نظر می‌رسد که اکثر آنها از پس سال ۱۴۰۲ برآمده‌اند و توانسته‌اند کسب و کارشان را توسعه دهند. بهسازان ملت نیز یکی از همین کسب و کارهایی است که توانسته با گذر از چالش‌های موجود، مسیر توسعه خودش را پیدا کند. صادقی در توصیف سالی که گذشت می‌گوید: «اگر بخواهم ۱۴۰۲ را در یک کلمه خلاصه کنم، باید بگویم برای ما سال امید بود. کشور نسبت به سال ۱۴۰۱ از ثبات بیشتری برخوردار بود و در این یکی دو سال اخیر نیروهای فعال در بهسازان ملت و بانک ملت تا جایی که می‌توانستند دست‌به‌دست هم دادند و کوشیدند و نمود خارجی آن این شد که به ۸۰ درصد از برنامه‌هایی که ابتدای سال ۱۴۰۲ روی کاغذ نوشته بودیم، رسیدیم. ما پروژه‌های خوبی را پیش بردیم و شاخص سودآوری بالایی داشتیم و افزایش سود بیش از ده‌برابری را تجربه کردیم. این عدد واقعی است و به این دلیل به دست نیامده که ما وارد پروژه‌های بزرگی شده‌ایم، بلکه به این دلیل بوده که مسیر توسعه کسب و کارمان را تغییر داده‌ایم. رویکرد و ادبیات کاری ما تغییر کرده و برنامه‌های کوتاه‌مدت سه‌ماهه‌ای را برای شرکت در نظر گرفته‌ایم که باید سر وقت انجام شوند.»

جا انداختن تصویری جدید از بهسازان ملت

سی سالگی از آن نقاط عطفی است که می‌تواند برای بسیاری از افراد و حتی کسب و کارها و ایده‌ها به سالی بحرانی تعبیر شود. بهسازان ملت در سال ۱۴۰۳، سی ساله خواهد شد و همین مسئله باعث شده تا همه تصمیم‌ها به این سمت و سو روند که تا قبل از رسیدن به این سن تغییراتی ایجاد کنند. صادقی با اشاره به این مهم بیان می‌کند: «اگر بتوانیم این تصویر از بهسازان ملت را که دیگر قرار نیست فقط به بانک ملت خدمت ارائه کند، در صنعت بانکی و پرداخت کشور جا بیندازیم، می‌توانیم سی سالگی بسیار دل‌نشین و خوبی را برای آن تصور کنیم. ما باید پروژه‌های بیشتری بگیریم و همکاری‌هایمان با بازیگران صنعت را افزایش دهیم. بانک ملت، بانک کسب و کارها است و تا به امروز چهل میلیون مشتری داشته است. اگر بتوانیم وارد گفت‌وگو با آنها شویم و با بررسی نیازهایشان خدماتی را که می‌خواهند ایجاد کنیم، قطعاً بهسازان ملت سی سالگی خوبی خواهد داشت. این نمود خارجی بهسازان است. به لحاظ داخلی نیز باید بتوانیم فناوری‌های جدیدتری را وارد شرکت کنیم و زیرساخت‌هایمان را هم به‌روز کنیم و بانکداری متفاوتی را به تصویر بکشیم. امروز بازیگران حوزه فناوری اطلاعات حرف‌های کلیشه‌ای می‌زنند و عبارات و کلماتی را به کار می‌بندند که هنوز نمود خارجی



اگر بتوانیم این تصویر از بهسازان ملت را که دیگر قرار نیست فقط به بانک ملت خدمت ارائه کند، در صنعت بانکی و پرداخت کشور جا بیندازیم، می‌توانیم سی سالگی بسیار دل‌نشین و خوبی را برای آن تصور کنیم. ما باید پروژه‌های بیشتری بگیریم و همکاری‌هایمان با بازیگران صنعت را افزایش دهیم

مهرتراکتس



۱۷۶

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

در صنایع پیدا نکرده و ما نمی‌خواهیم وارد این جریان شویم. ما هنوز زیرساخت‌های لازم برای استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی و داده‌های بزرگ را نداریم و همان بهتر که تا وقتی نمی‌توانیم در عمل کاری کنیم، وعده و شعاری هم ندهیم. در تمام این سال‌ها راه‌حل‌ها بدون شناخت درست از مسئله ارائه شده‌اند و ما ترجیح می‌دهیم قبل از هر چیز مسائلمان را شناسایی کنیم.»

◀ تلاش برای کاهش ریسک‌های غیرسیستماتیک

او که کلید موفقیت بهسازان ملت یا هر کسب‌وکار دیگری را در تاب‌آوری‌اش در شرایط بحرانی می‌داند، معتقد است بزرگ‌ترین چالش پیش روی آنها در سال ۱۴۰۳ نیز همین خواهد بود و در این باره توضیح می‌دهد: «چالش جذب و نگهداشت نیروی انسانی که مدت‌های مدید با ما خواهد بود و همان‌طور که گفتیم باید برای رفع آن به دنبال راه‌حل‌های اساسی و کلانی بود که افراد را برای کار و زندگی در ایران مشتاق کند. چالش‌هایی نظیر تورم و مشکل در تأمین منابع مالی لازم برای پروژه‌ها هم که همیشه بوده و هست. در این میان تنها کاری که از دست ما برمی‌آید این است که تاب‌آوری‌مان را افزایش دهیم و به فکر راه‌هایی باشیم که بتوانیم به کمک آنها از پس مشکلاتی که وجود دارد، بر بیاییم و خودمان را توسعه دهیم، حتی اگر آهسته پیش برویم. در واقع، ما در بهسازان ملت این مسئله را به خوبی درک کرده‌ایم که گرچه ممکن است امروز با ثباتی نسبی روبه‌رو باشیم، اما معلوم نیست فردا چه اتفاقی می‌افتد و به همین دلیل از قبل خودمان را برای رویارویی با موارد احتمالی پیش‌رویمان آماده کرده‌ایم. ریسک بزرگ پیش روی ما به لحاظ درون‌سازمانی در حال حاضر این است که روی نقشه راهی که برای خودمان ترسیم کرده‌ایم، نایستیم و از آن منحرف شویم. من نگرانی جدی دیگری ندارم و همین تغییر مسیر است که می‌تواند ریسک بزرگ سازمان ما باشد.»

او در ادامه درباره ریسک‌های بیرونی صحبت می‌کند و توضیح می‌دهد که در این سال‌ها یاد گرفته است نباید خیلی روی ریسک‌های سیستماتیک وقت بگذارد، چون در عمل نمی‌تواند آنها را بهبود بخشد و اگر وقت و انرژی‌اش را روی رفع ریسک‌های درون‌سازمانی بگذارد، بهتر خواهد بود، چون ریسک‌های سیستماتیک خارج از اراده او هستند و همین که ریسک‌های درونی سازمانش را کاهش دهد، کار بزرگی کرده است: «برای مثال من نمی‌توانم جلوی بالا رفتن قیمت دلار را بگیرم و اگر تمام فکرم را روی چیزی بگذارم که برای درست کردنش کاری از دستم بر نمی‌آید، از کارهای دیگری که می‌توانم به واسطه مدیرعاملی‌ام در این شرکت انجام دهم، جا می‌مانم. ریسک سیستماتیک و ریسک غیرسیستماتیک حدی دارند و همه کسب‌وکارها باید با کنار هم گذاشتن میزان این دو ریسک به این سؤال پاسخ دهند که آیا امکان ادامه دادن دارند یا خیر. در واقع، ببینند آیا ادامه دادن کسب‌وکارشان تصمیم منطقی و درستی است و به لحاظ مادی و معنوی آورده‌ای برایشان دارد یا خیر. من اینجا در بهسازان ملت به این نتیجه رسیده‌ام که هنوز کار کردن می‌ارزد و با همه مشکلات

و ریسک‌هایی که وجود دارد، می‌توان خلق ارزش کرد. من هم اگر روزی به این نتیجه برسم که این کار صرفه اقتصادی ندارد، قطعاً ادامه‌اش نخواهم داد، اما تا به امروز به چنین نتیجه‌ای نرسیده‌ام. با این حال امیدوارم ریسک‌های سیستماتیک کاهش یابند تا ما هم با خیال راحت‌تری کارمان را انجام دهیم.»

◀ ایجاد مزیت رقابتی در حوزه منابع انسانی

صادقی که فعالیت حرفه‌ای خود را از لایه کارشناسی و به صورت نیروی ساعته شروع کرده، مشکلات نیروهای انسانی را به خوبی درک می‌کند و تقریباً در همه گفت‌وگوهایش به چالش جذب و نگهداشت نیروی انسانی اشاره کرده است و در سالی که گذشت با تفکیک بخش منابع انسانی بهسازان ملت از بخش مالی آن تمام تلاش خودش را کرده تا وضعیت منابع انسانی این شرکت را بهبود بخشد، هرچند بنا بر صحبت‌های او، رفع این چالش تا حدی به عملکرد شرکت‌ها بستگی دارد و عمده دلایل خروج نیروهای انسانی به مسائل کلان کشوری برمی‌گردد.

او درباره چگونگی ایجاد مزیت رقابتی در حوزه منابع انسانی در بهسازان ملت توضیح می‌دهد: «جبر روزگار من را در سمت مدیرعاملی نشاند، من نیروی فنی بسیار خوبی بودم و همین که خودم روزی کارشناس بودم باعث می‌شود از مشکلات نیروهای کنونی‌ام بی‌خبر نباشم. به لحاظ مالی کار زیادی از دستم بر نمی‌آید که برای تیمم انجام دهم و وقتی درآمدهای شرکت ریالی است، به تبع آن حقوق بچه‌ها را هم باید به ریال بپردازم که شاید برایشان کافی نباشد، اما فکر می‌کنم اگر فردی با قرار گرفتن در یک فضای کاری احساس کند مثرتر است و دارد خلق ارزش می‌کند، بین او و شغلش دلبستگی ایجاد می‌شود که باعث می‌شود به این راحتی‌ها از محیط کارش دل نکند. ما در حال حاضر در بهسازان ملت از آخرین فناوری‌های روز دنیا استفاده نمی‌کنیم و همین ممکن است باعث دل‌زدگی تیم ما شود، اما برنامه داریم فناوری‌هایمان را به‌روز کنیم تا نیروی متخصص از کار کردن با آنها لذت ببرد و احساس نکند که از دنیا عقب مانده است. فناوری صرفاً به برنامه‌نویسی محدود نمی‌شود و فرایندها، روش‌ها و رویکردهای جدید را هم در برمی‌گیرد.»

او اضافه می‌کند آنها برای رفع مشکل مالی نیروهایشان طرح «پروژه‌محور کردن پروژه‌ها» را ایجاد کرده‌اند که در آن تیم‌های مختلف می‌توانند با پذیرفتن مسئولیت یک پروژه، حقوق و مزایای بیشتری دریافت کنند و پاداش بگیرند. مدیرعامل بهسازان ملت در این باره می‌گوید: «این طرح قرار است در سال ۱۴۰۳ توسعه داده شود تا افراد پاداش بیشتری از پروژه‌ها بگیرند. افراد باید بتوانند بسته به تلاشی که می‌کنند، نهایت پاداش را بگیرند و در سال آینده برخی کارهای انگیزشی هم برای آنها خواهیم کرد تا به لحاظ روانی حمایت شوند.»

صادقی در آخر تأکید می‌کند که تمام این تلاش‌ها نتیجه کار گروهی همه اعضای هیئت‌مدیره و مدیران میانی و کارشناسان ارزشمند و ارزش‌آفرین در بهسازان بوده و هیچ اقدام و تصمیمی به‌تنهایی گرفته نشده و به انجام رسیده است. ♦



ریسک بزرگ پیش روی ما به لحاظ درون‌سازمانی در حال حاضر این است که روی نقشه راهی که برای خودمان ترسیم کرده‌ایم، نایستیم و از آن منحرف شویم. من نگرانی جدی دیگری ندارم و همین تغییر مسیر ریسک بزرگ سازمان ما باشد

مهرتراکتس

کسب‌وکار

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم شماره هفتادونهم

محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ تفتا می گوید این مجموعه به دنبال توسعه حوزه اعتباری در زنجیره های تأمین است

نگاه پلتفرمی را جدی تر دنبال می کنیم

۱۴۰۲ برای هلدینگ فناوری اطلاعات و نوآوری بانک تجارت (تفتا)، سال پرکاری بود. در این سال این مجموعه علاوه بر اینکه در حوزه های مختلف فین تک، محصولات و خدمات جدیدی ارائه داد، خدمات و محصولات پیشین خود را نیز به روزرسانی کرد. محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ تفتا، در گفت و گو با عصر تراکنش، تأکید می کند که این مجموعه هم راستا با سیاست های بانک تجارت با نگاهی پلتفرم محور، در مسیر بانکداری دیجیتال قدم برمی دارد. جایگزین کردن اعتبار در زنجیره های تأمین به جای جریان نقدی یکی از اهدافی است که این هلدینگ در سال ۱۴۰۲ روی آن تمرکز داشته و در سال آینده نیز در راستای توسعه آن فعالیت خواهد کرد و از این طریق شرکت های غیردیجیتال نیز می توانند از خدمات این هلدینگ بهره مند شوند. در ادامه گزارشی از این گفت و گور می خوانید.



رضا امیرزاده

توسعه سرویس های باجحت

طبق صحبت های محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ تفتا، از آنجایی که این مجموعه فعالیت های خود را در کنار بانک تجارت تعریف کرده، اولویت های آن نیز تا حد زیادی مطابق با اولویت های این بانک در مسیر بانکداری دیجیتال است. او درباره فعالیت های این هلدینگ در سال ۱۴۰۲ می گوید: «اولویت ما در حوزه خدمات مشتریان خرید، این بوده که سرویس های ارائه شده، به شکل دیجیتال و غیرحضوری باشند. اپلیکیشن باجحت در بانک تجارت با همین نگاه توسط یکی از شرکت های زیرمجموعه ما یعنی سیمرغ تجارت توسعه پیدا کرد. در سال ۱۴۰۲ روی این اپلیکیشن سرویس هایی مانند وام ازدواج، مرابحه سازمانی، احراز هویت غیرحضوری، امضای دیجیتال و سفته الکترونیک نیز قرار گرفت. براساس سیاست مشترک ما با بانک تجارت، نگاه ما این بوده که در فرآیندهایی که به نحوی بار اجرایی در شعبه ها ایجاد می کرده، به تدریج کپی های دیجیتال آنها ایجاد شود. در این زمینه اتفاق های خوبی نیز رقم خورده است. برای مثال بیش از ۶۰ درصد از وام ازدواج هایی که بانک تجارت در سال ۱۴۰۲ در تهران پرداخت کرده، به صورت الکترونیکی و بر بستر کاملاً غیرحضوری بوده است.»

تمرکز روی حوزه اعتبار

یکی دیگر از حوزه هایی که تفتا در سال ۱۴۰۲ روی آن تمرکز داشته، اعتبار و وام دهی به شیوه های جدید بوده است. او در این زمینه توضیح می دهد: «برای مشتریان بانکداری شخصی به کمک شرکت هایمان ابزارهای مناسبی را فراهم کردیم. در کنار آن به کمک فین تک ها روی بحث لندینگ خیلی جدی کار کردیم و در تعامل میان فین تک ها و بانک، مجموعه شرکت های ما کمک کردند که خدمات تسهیلات خرد را با مجموعه های دیگر به صورت مشترک انجام دهیم.»

او در ادامه درباره مدل های جدیدی مانند طرح «کالانو» صحبت می کند و می گوید: «کالانو یکی از طرح های بانک

تجارت است که قدرت خرید مشتریان را در زمینه کالای بادوام افزایش می دهد و بستر آن کاملاً دیجیتال است؛ تمام فرآیند اعتبارگیری و همچنین ضمانتی که فرد ارائه می دهد به شکل غیرحضوری است و در انتها نیز برای خرید کالای بادوام (لوازم خانگی، موتورسیکلت و...) با تولیدکنندگان به شکل مشترک همکاری می کنیم که این بسترها هم به کمک شرکت سیمرغ تجارت توسعه یافته است.»

اعتبار در زنجیره تأمین و افزایش قدرت خرید بازبگران

فرجود تمرکز مجموعه تفتا در حوزه B2B را روی خدمات زنجیره تأمین عنوان می کند و می گوید از طریق این خدمات تجربه خوبی کسب کردند و توانستند در زنجیره های کسب و کاری اعتبار را جایگزین جریان نقد کنند. او در این باره می گوید: «این جایگزینی هم قدرت خرید را برای بازبگران زنجیره های تأمین، به ویژه در زمینه صنعت بالای می برد و هم اینکه تأمین کننده ها مطمئن می شوند که به پولشان می رسند. در این راستا حدود چهارصد شرکت به پلتفرم اکوتام اضافه شدند تا از خدمات تأمین مالی زنجیره ای استفاده کنند.»

عبور از فاز سرمایه گذاری صرف

پرتفوی سرمایه گذاری تفتا در سال ۱۴۰۲ رشد خوبی را تجربه کرده است. او با بیان این موضوع درباره سرمایه گذاری های این هلدینگ در یک سال گذشته می گوید: «سعی کردیم از فاز قرارداد و سرمایه گذاری عبور کنیم و با ایجاد هم افزایی، کمک کنیم تا کسب و کارهایی که در آنها سرمایه گذاری کردیم بزرگ شوند. برای مثال دیجی پی و آوای اطمینان که جزو سرمایه گذاری های سال گذشته ما بودند، امسال کسب و کارهایی را در کنار بانک تعریف کردند و بانک، مشتریان و خودشان از آنها منتفع شدند. سایر استارت آپ ها مانند پی بار و لامینگو هم که پیش از این روی آنها سرمایه گذاری کرده بودیم امسال در تعامل با بانک حوزه کاری شان توسعه پیدا کردند.»

ایجاد تحولی جدی در زیرساخت

تمرکز تفتا در سال ۱۴۰۲ در حوزه پرداخت نیز روی این بود که بتوانند سیستم عملیات PSP خود یعنی ایران کیش را هوشمندتر کنند و یک شبکه پایش و مانیتورینگ برای آن بسازند و به سوی ابزارها و سرویس های جدید بروند. او توضیح می دهد: «همچنین پروژه های متعددی مانند تی بی پلاس را داشتیم. علاوه بر این، یکی از ابزارهای جدید ما در حوزه پرداخت، ایجاد بستر پرداخت غیرتماسی به کمک NFC بود که اخیراً توسط ایران کیش رونمایی شد.»

طبق صحبت های فرجود، زیرساخت نیز یک از حوزه های مهمی است که در یک سال گذشته روی آن تمرکز داشته اند: «در این زمینه، دیتاسنتر بحران ما عملیاتی شد و پروژه ایجاد دیتاسنتر جدید برای بانک را آغاز کردیم. در حوزه امنیت نیز پروژه های متعددی

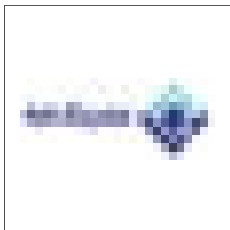
عصر تراکنش



۱۷۸

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



عکس: حامد کریم زاده

عمر تراکتس

کسب و کار

۱۷۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

که خدمات شرکت هایمان و بانک تجارت را به سمت زیرساخت های اشتراکی مانند زیرساخت های ابری ببریم. در حوزه سرمایه گذاری مهم ترین چالشی که داشتیم و همچنان با آن مواجهیم محدودیت هایی است که بانک ها به طور عام برای سرمایه گذاری و شرکتداری دارند. امیدواریم بتوانیم در تعامل با حاکمیت بخش هایی از حوزه فعالیت بانک ها را که در حال کمک مستقیم به اقتصاد دیجیتال و توسعه آن است، از آن اطلاق های عام محدودیت های بانکی استثنا کنیم، کما اینکه در قانون هم ظرفیت هایی برای این کار دیده شده است.»

◀ به دنبال افزایش قدرت خرید مردم

فرجود با اشاره به اینکه در بحث های جدیدی مانند کالانو، بازیگرانی وارد شده اند که ذاتاً دیجیتال نبوده اند، توضیح می دهد: «ما به یک مجموعه تولیدی که خودش ابزار تسهیلات خرد ندارد، ابزار می دهیم و سپس کمکش می کنیم در بسترهایی مانند طرح کالانو محصولش را عرضه کند و تمام تجربه مشتری در این روند دیجیتال است. اکوسیستمی که ما به آن توجه داریم، صرفاً به اکوسیستم دیجیتال و فین تک محدود نمی شود. بانک تجارت اکنون با مجموعه های زیادی مانند گروه انتخاب، پاکشوما، کویر موتور، مادیران و... همکاری می کند که بسترهای آن توسط شرکت های هلدینگ فراهم شده است و برای مثال در چند ماه اخیر نزدیک به نود هزار نفر صرفاً به پلتفرم کالانو برای استفاده از این ابزارها آمده اند.»

مدیرعامل تفتا با بیان این موضوع که خواهند کرد، درباره برنامه های این هلدینگ در سال جدید می گوید: «همچنین در حوزه شبکه های پذیرندگی سعی می کنیم در کنار بانک، اعتبار را جایگزین جریان نقدی کنیم و روی خدمات در شبکه های پذیرندگی به ویژه در زمینه اصناف تمرکز داریم. ضمن اینکه در حوزه بانکداری شخصی، توسعه ابزارهای دیجیتال را جدی تر خواهیم داشت. همچنین به دنبال این هستیم که بانوعی از اعتبار که به سمت B2C می رود، قدرت خرید مردم را افزایش دهیم، به طوری که در عین حال خلق نقدینگی صورت نگیرد.»

مانند پایش امنیت (SOC) و پایش شبکه (NOC) توسط شرکت زفتا برای بانک انجام شد. بانک تجارت در سال گذشته در کنار شرکت های تحولی جدی در زمینه زیرساخت را تجربه کرد. در کنار همه این موارد مگا پروژه های که بانک داشت، مهاجرت به کربن کینگ جدید بود که بیش از سه سال زمان برد. اوج این پروژه در سال ۱۴۰۲ بود که مرحله به مرحله مهاجرت های اصلی آن با مدیریت شرکت تفتا انجام شد.» به گفته فرجود، سال ۱۴۰۲ یک شرکت جدید نیز به نام داتا در هلدینگ تفتا ایجاد شد که به شکل تخصصی روی حوزه کلان داده، داده کاوی و هوش مصنوعی در حوزه بانکی و مالی کار می کند.

◀ پیوستن به جمع سهامداران معتمد مالیاتی ماهر

مدیرعامل هلدینگ تفتا درباره پیوستن این مجموعه به جمع سهامداران معتمد مالیاتی ماهر نیز صحبت می کند و می گوید در سبد خدماتی که در مجموعه شرکت هایمان طراحی کرده اند به دنبال این هستیم که به بانک تجارت و دیگر مجموعه ها سرویس ارائه دهند که یکی از آنها همین بحث معتمد مالیاتی است. او می گوید: «ما بحث TSP را به صورت جدی در برنامه خود داشتیم و مذاکرات متعددی با مجموعه های مختلف انجام دادیم و در نهایت با مجموعه ماهر به توافق رسیدیم. سیاست ما در تفتا این است که وقتی وارد یک سرمایه گذاری می شویم، آن فعالیت هم افزایی معناداری با سبد کسب و کارهای هلدینگ یا زنجیره ارزش خدمات بانک داشته باشد. ورود ما به حوزه معتمد مالیاتی نیز از همین جنس بوده است.»

◀ افزایش عدم قطعیت به دلیل تصمیم های رگولاتور

فرجود با اشاره به اینکه سال ۱۴۰۲ برای اکوسیستم فین تک کشور پرچالش بود، می گوید در این سال از سویی در کل کشور، سرمایه گذاری در حوزه های فین تک کاهش داشت یا حداقل رشدی جدی را شاهد نبود؛ از سوی دیگر، در نیمه دوم سال اکوسیستم با برخی اتفاق ها از سوی قانون گذار مواجه بود: «بخشنامه های ابلاغی مستقل از اینکه برای کسب و کارها محدودیت ایجاد می کنند، باعث می شوند مجموعه های سهامدار، از جمله تفتا نیز درگیر شوند؛ از این منظر که نسبت به آینده آن کسب و کارها تشکیک می کنیم.»

با این حال او معتقد است در یک سال گذشته در حوزه اعتبار و وام دهی در کشور اتفاق های مثبت و معناداری افتاده است. فرجود در این باره می گوید: «در این حوزه اعتبارسنجی مشتری، وام دهی خرد روی کالا و ورود اعتبار در حوزه زنجیره های تأمین، اتفاق های خوبی بودند که حکایت از آغاز یک جریان در این حوزه دارند.»

◀ چالش های تأمین زیرساخت، رگولاتوری و نیروی انسانی

فرجود با اشاره به اینکه در حوزه فناوری اطلاعات کشور به دلیل تحریم و بحث های مرتبط با ارز با چالش تأمین زیرساخت ها مواجه اند، عنوان می کند که احتمالاً در سال آینده نیز این چالش ها جدی تر شوند. او می گوید: «به همین دلیل از حالا به این فکریم

گفت وگو با امین خادمی واحد، مدیرعامل فروشگاه های زنجیره ای اقساط مارکت
درباره برنامه هایشان در سال ۱۴۰۳

ورود به حوزه های بیمه گردشگری، پزشکی و طلا

نیلوفر نادری

بنیان گذاران اقساط مارکت با توجه به شناختی که از نیازهای بازنشستگان داشتند، تصمیم گرفتند برخلاف سایر مجموعه ها، روندهای روز دنیا و فضای دیجیتال را در اولویت قرار ندهند، بلکه روی توسعه فروشگاه های زنجیره ای کلاسیک متمرکز شوند تا نیازهای روزمره جامعه هدف خود، یعنی بازنشستگان را برطرف کنند؛ جامعه هدفی که بنا بر صحبت های مدیرعامل این شرکت بسیار بکر بوده و آنها را در ابتدای دهه ۱۳۹۰ وارد اقیانوس آبی کرده است. در واقع، آنها این نکته را درک کرده بودند که جامعه هدفشان تمایل زیادی به خرید اینترنتی و غیر حضوری ندارد و هنوز از روندهای سنتی پیروی می کند. به همین منظور، کسب و کار خود را طوری طراحی کردند که پاسخگوی نیازها و خواسته های آنها باشد. البته این شرکت در پایان سال ۱۴۰۲ از بازارگاه آنلاین خود نیز رونمایی کرده و قرار است در سال ۱۴۰۳ آن را توسعه دهد. در گفت وگویی که با امین خادمی واحد، مدیرعامل شرکت اقساط مارکت داشتیم، علاوه بر مرور مسیر توسعه شان و برنامه هایی که برای آینده دارند، درباره وضعیت لندتک ها و مصوبه مربوطه بانک مرکزی نیز صحبت کردیم.



مصرتراکتش



ASGHARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

داستان شکل گیری اقساط مارکت

اقساط مارکت یک تعاونی رفاه بازنشستگان است که فعالیت خود را از اوایل دهه ۱۳۹۰ آغاز کرده و با در نظر گرفتن جامعه هدف خود، به جای آنکه روی فضای دیجیتال متمرکز شود، تصمیم می گیرد خدماتش را در قالب همان مدل های سنتی ارائه دهد. امین خادمی واحد، مدیرعامل اقساط مارکت، با اشاره به این مسئله می گوید: «از همان سال های ابتدایی دهه ۱۳۹۰ بود که با بی ارزش شدن ریال، قدرت خرید مردم کاهش یافت و یکی از گروه هایی که بیش از دیگران در تأمین مخارج زندگی روزمره شان با مشکل روبه رو شدند، بازنشستگان بودند؛ گروهی با جمعیت حدوداً چهار میلیون نفر. در آن زمان ما چند فروشنده در غرب ایران بودیم که فروش اقساطی داشتیم. ما با توجه به ارتباط مستقیمان با مردم تصمیم گرفتیم این تعاونی را ایجاد کنیم و چند پایگاه فیزیکی با مترهاژ پانصد متر به بالا ایجاد کردیم که با تنوع بالای کالا و خدمات، قرار بود به بازنشسته ها در خرید اقساطی کالا کمک کند. ما با تکیه بر شناخت جامعه هدف و الزام طی کردن مسیر رشد یک کسب و کار تصمیم گرفتیم وارد فضای دیجیتال نشویم؛ جامعه هدف ما بازنشسته هایی بودند که در آن زمان با فضاهای آنلاین و دیجیتال ارتباط برقرار نکرده بودند و به خرید حضوری تمایل داشتند. ما هم در برابر این خواست آنها مقاومت نکردیم و به جای تمرکز بر فضای آنلاین، تعداد شعبه های فیزیکی مان را گسترش دادیم. تا اینکه در سال ۱۳۹۸ به طور رسمی تعاونی رفاه بازنشستگان را به عنوان شرکت مادر تأسیس کردیم و در ادامه با تکیه بر شعب فیزیکی، تنوع و حجم خدمات، موفق به کسب تعاونی برتر کشور و پیوستن به جمع بزرگان خرده فروشی کشور در اتحادیه فروشگاه های زنجیره ای تحت عنوان اقساط مارکت شدیم.»

علت ناموفق بودن برخی از لندتک ها

طبق صحبت های خادمی واحد، یکی از دلایلی که امروز شاهد بلوغ صنعت لندتک در ایران نیستیم و این صنعت آسیب زیادی دیده است، این است که بازیگران این صنعت، نقش خود را به درستی ایفانمی کنند و لندتک ها بدون در نظر گرفتن مشکلات تأمین مالی و بدون کسب تجربه در حوزه بسیار تخصصی فروش اقساطی، برای ورود به فضای دیجیتال عجله کرده اند و این عجله کردن باعث شده اطلاعات و داده های نادرستی از مفهوم لندتک به دست بانک مرکزی برسد و نتیجه اش همین مصوبه آخر بانک مرکزی در قبال لندتک ها است که فعالیت آنها را محدود کرده است، او در این باره توضیح می دهد: «لندتک ها زیرمجموعه فین تک هستند و قبل از استفاده از عنوان لندتک باید روی نوآوری های مالی متمرکز شوند، در حالی که چنین کاری انجام نمی دهند و همان خدمات مالی سنتی را

در قالب فضای آنلاین و دیجیتال ارائه می دهند و اگر روزی بانکی که منابع مالی آنها را تأمین می کند، کنار بکشد، بقای آنها به خطر می افتد و هم به خودشان و هم این حوزه لطمه وارد می کنند. در واقع، برخی از لندتک های فعلی نه مالک کالا و خدمات هستند و نه مالک سرمایه و این یعنی با ایفا کردن نقش اشتباه باعث افزایش قیمت ها می شوند؛ در چنین فضایی است که بانک مرکزی مداخله می کند و قوانین جدیدی بر اساس اطلاعات ناقص و نادرست برای فعالیت آنها می گذارد.»

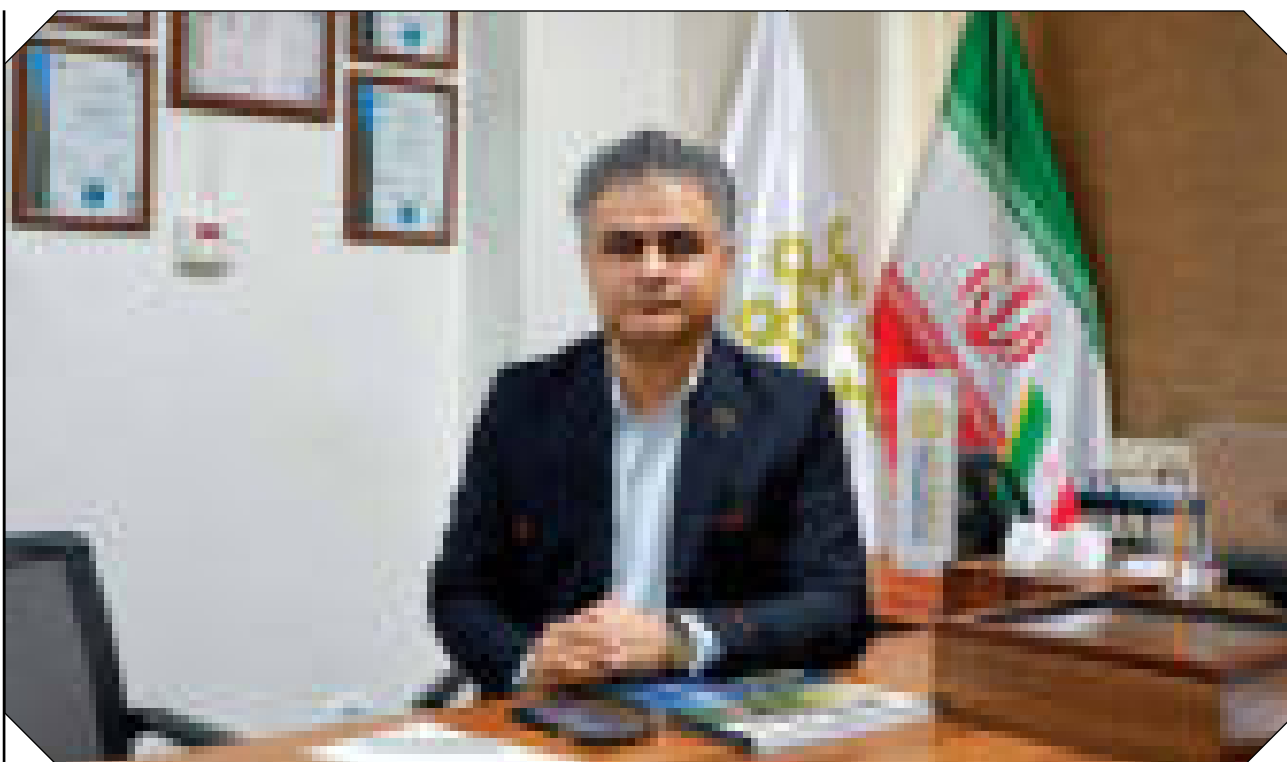
خادمی می گوید اقساط مارکت یک فروشگاه زنجیره ای است که تا همین اواخر هم تأمین کننده کالاها و خدمات و هم تأمین کننده منابع مالی بوده و در کنار آن با هدف حمایت از کسب و کارهای خرد، با صاحبان کالا و خدمات مستقل تسویه نقدی می کرده است. او در این باره توضیح می دهد: «در سالی که گذشت به دلیل بی ارزش شدن ریال مجبور شدیم ۶۰ درصد از منابع مالی مان را از طریق تأمین کنندگان مالی دیگر تهیه کنیم. در وضعیت کنونی قیمت کالاها و خدمات افزایش یافته و مقدار سرمایه ما هم بی ارزش شده است و به همین دلیل برای قبول سرمایه از بیرون بسیار مشتاقیم، اما همچنان ۴۰ درصد از منابع مالی را خودمان تأمین می کنیم و مالک کالاها و خدمات در شعب خود نیز هستیم که این امر ما را در جایگاه درستی قرار می دهد.»

رونمایی از بازارگاه اقساط مارکت

این شرکت در سال ۱۴۰۲ از طرح ویژه سازمانی خود رونمایی کرد؛ طرحی که بنا بر صحبت های مدیرعاملش این توانایی را دارد که در کمتر از هشت



فروشگاه‌های زنجیره‌ای
افساط مارکت
تعاونی رفاه بازنشستگان میهن



عکس: محمد نبی خانی

عمر تراکت

کسب و کار

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

دقیقه، تسهیلات لازم برای بازنشستگان و کارمندان سازمان‌های طرف قرارداد را ارائه دهد. علاوه بر این، آنها از بازارگاه افساط مارکت نیز رونمایی کرده‌اند که فرایندهای بوروکراتیک دریافت تسهیلات و اعتبار را آسان می‌کند و به افراد این امکان را می‌دهد که با مراجعه به وبسایت مربوطه، در کوتاه‌ترین زمان ممکن تسهیلات کالای خود را دریافت کنند و محصول مدنظرشان را بخرند. او درباره اهمیت ساده شدن فرایندها بیان می‌کند: «یکی از چالش‌های اکوسیستم لندتک ایران در سالی که گذشت، ورود بانک‌ها به حوزه تسهیلات خرید کالا بوده است. ارائه تسهیلات به مشتری از سمت بانک‌ها، فرایند پیچیده‌ای است و طی کردن چنین فرایندهای بوروکراتیکی برای بازنشسته‌ها و سالمندان کار راحتی نیست. ما در بازارگاه خود فرایندها را ساده کرده‌ایم تا جامعه هدفمان به مشکل برخورد. یکی دیگر از چالش‌های این صنعت به بالا بودن نرخ پول در ایران برمی‌گردد که از حیثه اختیارات ما خارج است و این بانک مرکزی است که باید برای آن راه‌حلی پیدا کند.»

بهبود وضعیت تأمین مالی لندتک‌ها و شرکت‌های BNPL

خادمی واحد برای توصیف سال‌های کاری‌شان در شرکت افساط مارکت، از اصطلاحات کشاورزی استفاده می‌کند و می‌گوید: «ما تا قبل از سال ۱۴۰۲ در حال کاشتن بذری بودیم که در سال ۱۴۰۲ به مرحله داشت رسید و برنامه داریم تا اواسط سال ۱۴۰۳ برداشت کنیم. فکر می‌کنم وضعیت اکوسیستم هم در سال آینده بهتر شود. گرچه مصوبه جدید بانک مرکزی به مذاق بازیگران این صنعت خوش نیامده، اما باعث شفاف‌تر شدن عملکردها و قرار گرفتن لندتک‌ها در جایگاه درست‌تری می‌شود. علاوه بر این،

علاقه سرمایه‌گذاران و بانک‌ها به تأمین مالی این حوزه نیز بیشتر شده که خود می‌تواند نوبدبخش بهبود وضعیت تأمین مالی لندتک‌ها در سال ۱۴۰۳ باشد که حاصل آن نمایان شدن نقش مثبت شرکت‌های لندتکی و BNPL در تسهیل و کمک به مردم در تأمین نیازشان و به دنبال آن، رونق کسب‌وکارهای خرد و تولیدکننده‌ها خواهد بود.»

حفظ اعتبار سی ساله بازنشستگان

او بیان می‌کند که انتخاب بازنشستگان به عنوان جامعه هدف اول، سه دلیل عمده داشته است؛ اول اینکه یک جامعه هدف بکر بوده و آنها را وارد اقیانوس آبی کرده است. دومین دلیل آنها به ریسک‌پذیری بالا و سن بازنشسته‌ها در زمانی که هیچ بستر اعتبارسنجی منسجمی وجود نداشت برمی‌گردد و در نهایت هم اینکه مدیرعامل این شرکت یک دغدغه فردی را به مسئله‌ای اجتماعی تبدیل و برای آن راه‌حلی پیدا کرده است. او توضیح می‌دهد: «پدر من و پدران دیگر مؤسسان بعد از سی سال کار بازنشست شده بودند و حقوقشان کفاف هفته اول ماه را هم نمی‌داد. این موضوع آزاردهنده بود. رفته رفته متوجه شدیم که این مشکل تمام بازنشسته‌های تأمین اجتماعی است. در واقع آنها با دو مشکل اساسی روبه‌رو هستند؛ یکی اینکه میزان حقوقی که دریافت می‌کنند کم است و دیگری اینکه مدیریت مالی خوبی ندارند. همین مسئله باعث شد به فکر ایجاد یک تعاونی رفاه برای بازنشستگان ببفتم.»

برای بقا باید منعطف بود

بنابر صحبت‌های خادمی واحد، این شرکت در فروشگاه‌های فیزیکی اش هیچ محدودیتی در ارائه کالاها و خدمات ندارد و طیف متنوعی از اجناس را پوشش می‌دهد، اما آنجایی که وارد همکاری با بانک‌ها می‌شود، مجبور است طبق قوانین آنها عمل کند و تمام تمرکزش را روی کالاهای ماندگاری مانند کالاهای دیجیتال، لوازم خانگی، مبلمان و فرش بگذارد. با وجود این، در سال ۱۴۰۳ وارد حوزه‌های جدیدی مانند بیمه، گردشگری، پزشکی و طلا هم می‌شوند. او درباره سایر برنامه‌هایشان اظهار می‌کند: «در حال حاضر به بیش از شصت هزار بازنشسته خدمات اقساطی داده‌ایم. در گام اول می‌خواهیم پس از افزایش این تعداد در بستر آنلاین، به آنها آموزش دهیم که چگونه باید از ابزارهای دیجیتال استفاده کنند. در گام دوم می‌خواهیم فضاهای فیزیکی‌مان را توسعه دهیم و سازمان‌های دولتی را نیز به طرحمان اضافه کنیم. همچنین در نظر داریم برای گام سوم به سراغ توسعه خدمت به عموم مردمی که شغل آزاد دارند برویم و به بخش بزرگ‌تری از جامعه برای خرید اقساطی کالا کمک کنیم. مختصات کسب‌وکاری ما اقتضا می‌کند که برای بقا و به تناسب آن برای توسعه پیدا کردن، از خودمان انعطاف نشان دهیم.»

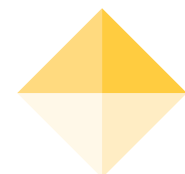
مدیران شرکت پیمان از فعالیت‌هایشان در توسعه سرویس دایرکت دبیت در کشور می‌گویند

به لذت بخش کردن پرداخت فکر می‌کنیم

سال ۱۴۰۲ نقطه عطفی برای پیمان بود؛ سالی که این محصول که در دل شرکت فراپوم متولد شده بود، به یک شرکت مستقل تبدیل شد و مأموریت خود را کم کردن درد پرداخت برای مشتریان در نظر گرفت. به گفته مدیران این شرکت، استفاده از سرویس دایرکت دبیت اگر در جای درست و با تجربه کاربری مناسب همراه باشد، مطابق شعار این شرکت، یعنی «پرداخت، این بار لذت بخش» خواهد بود و می‌تواند برای کاربران لذت بخش و بسیار راحت باشد. در گفت‌وگو با مهدی معرفتی، نایب رئیس هیئت مدیره و میلاد مژده‌ی، مدیر توسعه کسب و کار پیمان، به اقداماتشان در سال ۱۴۰۲ و برنامه‌هایشان برای سال ۱۴۰۳ پرداختیم. طبق صحبت‌های آنها، اکنون بیش از ۸۵۰ هزار کد ملی یکتا، به عنوان مشتری پیمان، فعال اند و مشتریان سیزده بانک کشور می‌توانند از طریق پیمان پرداخت مستقیم انجام دهند. به گفته آنها، در سال ۱۴۰۳ در تلاش خواهند بود تعداد مرجنت‌هایشان را بیشتر کنند و در تعداد تراکنش‌هایشان افزایش سه یا چهار برابری داشته باشند. در ادامه گزارشی از این گفت‌وگو را می‌خوانید.



مهر تراکنش



۱۸۲

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

◀ سال پرچالش ۱۴۰۲

طبق صحبت‌های مهدی معرفتی، نایب رئیس هیئت مدیره پیمان، برای این شرکت سال پرچالشی بود. از یک سو موضوعات مربوط به مستقل شدن پیمان از فراپوم به عنوان یک شرکت جدید و چالش‌های مربوط به جذب سرمایه‌گذار، ثبت شرکت، شخصیت حقوقی مجزا و... و از طرف دیگر نیاز به بهبود زیرساخت فنی و افزایش ظرفیت تراکنش‌ها را داشتند. او در ادامه این صحبت‌ها می‌گوید: «همچنین برنامه‌های توسعه بازار و افزایش مشتریان و بانک‌های طرف قرارداد موضوع دیگری بود که پیمان روی آن تمرکز داشت». میلاد مژده‌ی، مدیر توسعه کسب و کار پیمان، نیز می‌گوید در سال ۱۴۰۲ علاوه بر مسائل اشاره شده، در راستای بهبود تجربه کاربری و توسعه محصولات هم گام‌های مهمی برداشته‌اند. او توضیح می‌دهد: «با مشتریان جدیدی قرارداد بستیم و به حوزه‌های جدیدی ورود کردیم که خروجی آن سال آینده در محصول پیمان نمایان خواهد بود.»

◀ آمار و ارقام از پیمان

با توجه به گفته‌های معرفتی، در حال حاضر بیش از یک میلیون پیمان (قرارداد پرداخت مستقیم) فعال دارند و روزانه بیش از ۷۰۰/۰۰۰ تراکنش موفق. او در این باره توضیح می‌دهد: «همچنین بیش از ۸۵۰ هزار کد ملی یکتا، به عنوان مشتری پیمان، فعال اند. مشتریان سیزده بانک کشور می‌توانند از طریق پیمان پرداخت مستقیم انجام دهند. بیش از صد کسب و کار معتبر به طور مستقیم و هزاران اپلیکیشن و سرویس آنلاین به طور غیرمستقیم از طریق شرکای تجاری مثل وندار، بازاریابی و... راهکار پرداخت مستقیم پیمان را به کاربران خود ارائه می‌دهند.»

در پیمان مجموعه‌ای آمار و ارقام کسب و کاری هم وجود دارد که می‌تواند جالب باشد. مژده‌ی درباره این آمار و ارقام می‌گوید: «برای مثال میزان استفاده از سرویس پرداخت مستقیم در تمام روزهای هفته یا ساعات شبانه روز یکسان نیست. ما بیشترین حجم تراکنش را در روزهای دوشنبه داریم و ساعت ۸ صبح هم معمولاً پرتراکنش‌ترین ساعت روز است.»

◀ پرداخت، این بار لذت بخش

یکی از مهم‌ترین مأموریت‌های پیمان در راستای مستقل شدنش، آگاهی بخشی به جامعه درباره استفاده از خدمات دایرکت دبیت است. معرفتی می‌گوید در این راستا، از تابستان ۱۴۰۲ واحد مارکتینگ و برندینگ پیمان را تشکیل داده‌اند. او توضیح می‌دهد: «در ابتدا یک کار مطالعاتی گسترده برای سنجش نیاز، دغدغه‌ها و نقاط درد مشتریان نهایی پرداخت

مستقیم انجام دادیم. سپس شروع کردیم به طراحی هویت برند پیمان به عنوان یک مجموعه مستقل. لوگوی پیمان را مبتنی بر هویت برند طراحی کردیم و از آنجایی که مأموریت پیمان را کم کردن درد پرداخت برای مشتری می‌دانستیم، شعار «پرداخت، این بار لذت بخش» را به عنوان تگ لاین اصلی برند انتخاب کردیم. در مرحله بعدی نقاط تماس اصلی مشتریان شامل وبسایت، شبکه‌های اجتماعی و... بازطراحی شد و در نهایت هم در دی ماه، با هدف توسعه روابط با مشتریان کلیدی، بانک‌ها و اکوسیستم فین‌تک و استارت‌آپی کشور، رویداد رونمایی از برند پیمان را با عنوان «پیمان؛ شروعی تازه» برگزار کردیم.»

مژده‌ی نیز توضیح می‌دهد که علاوه بر اینها، فعالیت‌های تبلیغاتی مشتری با برخی از شرکای تجاری اصلی پیمان داشتند و این رویکرد را در سال آینده نیز دنبال خواهند کرد.

◀ اصلاح نقشه سفر مشتری

توسعه محصول پیمان تاکنون مبتنی بر بهبود تجربه کاربران بوده است. نایب رئیس هیئت مدیره پیمان با بیان این موضوع می‌گوید: «در همین راستا نقشه سفر مشتریان هنگام فعال سازی پیمان در اپلیکیشن‌های گوناگون، اصلاح شده و بهبود زیادی داشته است. به علاوه در صفحه احراز هویت کاربر، هنگام فعال سازی پرداخت مستقیم هم بهبودهای خوبی از سمت بانک‌های گوناگون داشته‌ایم. از طرفی با ارتقای زیرساخت فنی، میانگین زمان تراکنش و پاسخ‌گویی بانک‌های مختلف را هم کمتر کردیم.»

مژده‌ی نیز در این باره می‌گوید: «ما در تیم توسعه کسب و کار تلاش کردیم با توجه به تجارب چند سال



عمر تراکنش



۱۸۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

۱۴۰۲ قطعاً سال بسیار مهمی برای این شرکت بود و مهم‌ترین موضوع مستقل شدن پیمان و اسپین آف آن بود که به خوبی محقق شد. او در این باره می‌گوید: «در سالی که گذشت زیرساخت‌های فنی پیمان را بهبود دادیم، محصول پیمان در مسیر توسعه قرار گرفت، با کسب و کارها و بانک‌های مختلف، مذاکرات خوبی را پیش بردیم تا برای اهداف بزرگی که تا پایان سال ۱۴۰۴ تدوین کرده‌ایم، آماده شویم.»

به نظر مزدهی نیز سال ۱۴۰۲، نقطه عطفی برای پیمان بود. او می‌گوید: «مستقل شدن شرکت، تمرکز بر نیاز مشتریان و اهدافی که برای پیمان ترسیم شد، قطعاً باعث رشد آن در ادامه مسیر خواهد بود.»

افزایش تعداد مرچنت‌ها و تراکنش‌ها

به گفته معرفتی، در سال ۱۴۰۳، توسعه همکاری با مشتریان و تلاش همه‌جانبه برای ایجاد فرهنگ استفاده از پرداخت مستقیم را در برنامه‌های خود دارند. او توضیح می‌دهد: «به نظر ما استفاده از این سرویس اگر در جای درست و با تجربه کاربری مناسب همراه باشد، طبق شعاری که برای کسب و کارمان انتخاب کرده‌ایم، قطعاً برای کاربر لذت بخش خواهد بود. توسعه و بهبود محصولات فعلی و تداوم افزایش آگاهی از برند پیمان و راهکار پرداخت مستقیم هم که جزو برنامه‌های همیشگی پیمان است و به‌طور مستمر در دستور کار قرار دارد.» مدیر توسعه کسب و کار پیمان نیز می‌گوید که برنامه بعدی در سال ۱۴۰۳، اضافه کردن بانک‌های جدید به پیمان است تا مشتریان بانک‌های بیشتری بتوانند از پرداخت مستقیم استفاده کنند. او در این باره می‌گوید: «در حال حاضر سیزده بانک را تحت پوشش داریم، اما تلاش می‌کنیم در سال ۱۴۰۳، سایر بانک‌ها، از جمله دو بانک بزرگ را که در حال پیاده‌سازی نهایی‌اند، به این جمع اضافه کنیم. به این ترتیب کارت‌های تحت پوشش پیمان را به بالای ۸۰ درصد کارت‌های صادر شده در شبکه بانکی می‌رسانیم تا این خدمت در دسترس کاربران بیشتری برای استفاده قرار گیرد.»

معرفتی با بیان این موضوع که در سال جدید باید بذریهایی را که در سال ۱۴۰۲ کاشته‌اند پرورش دهند، می‌گوید ۱۴۰۳ قطعاً از پیمان خبرهای زیادی خواهیم شنید: «سعی می‌کنیم سیاست‌های توسعه بازار را گسترش دهیم و تعداد مرچنت‌ها را بیشتر کنیم. از طرفی با افزایش آگاهی و کمپین‌های مشترک با شرکای تجاری، اقبال عمومی به پرداخت مستقیم بیش از پیش خواهد شد. باید در تعداد تراکنش‌ها افزایش سه یا چهار برابری داشته باشیم و بانک‌های جدیدی هم اضافه کنیم. به علاوه قصد داریم در رویدادهای تخصصی صنعت فین‌تک هم حضور پررنگی داشته باشیم. در مجموع ۱۴۰۳ برای پیمان سال رشد و شکوفایی بیشتر خواهد بود.»

اخیر در استفاده از پرداخت مستقیم، در کنار مشتریان پیمان باشیم و به بهبود تجربه کاربری آنها از این سرویس در کسب و کارهای مختلف کمک کنیم.»

چالش‌های ۱۴۰۲

یکی از چالش‌های پیمان در سال ۱۴۰۲ مربوط به مستقل شدن این شرکت و هویت جدید آن بود. معرفتی درباره این چالش می‌گوید: «پیمان تا قبل از این یک محصول در داخل مجموعه فراپوم بود و در همان حد هم به آن پرداخته شده بود. تأسیس شرکت، جذب نیروی متخصص، انتقال منابع فیزیکی و غیر فیزیکی، ورود سرمایه‌گذار جدید و... همه چالش‌هایی هستند که شرکت‌ها در بدو تأسیس با آن مواجه‌اند. چالش بعدی ما جذب نیروی متخصص بود. با وجود وضعیت ناپایدار اقتصادی و کمبود نیروی متخصص، سعی کردیم با طراحی سیستم‌های منابع انسانی به‌روز، پکیج جذابی را برای کارجویان فراهم کنیم و تا حد امکان به سراغ نیروهای جوان و متخصص رفتیم.»

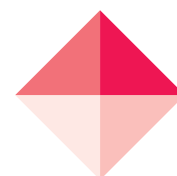
چالش دیگری که پیمان در سال ۱۴۰۲ داشت، در ارتباط با اضافه شدن بانک‌های جدید به سرویس پیمان است. مدیر توسعه کسب و کار پیمان در این باره می‌گوید: «نحوه ارائه سرویس دایرکت‌دبیت در هر بانک متفاوت است و ما برای یکپارچه‌سازی سرویس پرداخت مستقیم، باید سرویس بانک جدید را به ساختار فعلی سایر بانک‌ها نزدیک کنیم تا کاربر نهایی را راضی نگه داریم. این موضوع و تفاوت ارائه سرویس در بانک‌ها، از جمله مسائلی است که مشتریان ما را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.»

مستقل شدن پیمان و اسپین آف

نایب رئیس هیئت مدیره پیمان بر این عقیده است که



مهرتراکتس



۱۸۴

ASAE.TARAKTESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

سیدحامد قنادپور، مدیرعامل شرکت تارا از کمپین «دستی بگیر» تا آینده صنعت اعتبار در ایران می‌گوید

وارد جریان روزمره زندگی مردم شده‌ایم

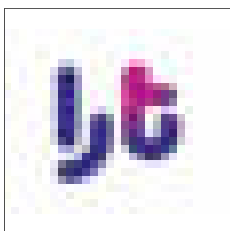
«تارا» یک سرویس دریافت و پرداخت اعتباری است که کار خود را با مشتریان سازمانی آغاز کرد و در سال ۱۴۰۲ و یک سال و نیم بعد از راه‌اندازی سرویس «الان بخر، بعداً پرداخت کن» که با کد معرف فعال می‌شد، خیلی پرسروصدا و با برگزاری یک کمپین محیطی در مترو و سطح شهر تهران از عمومی شدن این خدمت رونمایی کرد. کمپین «قرض نگیر، از تارا دستی بگیر» در آذرماه و دی‌ماه باعث شد نگاه‌ها در این صنعت به بازیگری معطوف شود که پشت آن گروه صنعتی گلرنگ و مدیرعاملی است که از «همراه‌کارت» و «ارتباط فردا» و دیگر نوآوری‌های بانکی آمده است. پلتفرم‌هایی نظیر تارا در سال‌های اخیر رواج زیادی پیدا کرده‌اند. پایین آمدن قدرت خرید مردم از یک سو و امکاناتی که این پلتفرم‌ها در اختیار افراد قرار می‌دهند از سوی دیگر، از جمله دلایل رواج آنهاست. امکاناتی که تارا به کاربرانش ارائه می‌دهد شامل سرویس بازگشت وجه یا خرید اعتباری با جیب خالی، از بیش از هفت هزار فروشگاه و برند موجود در کشور است. با وجود این، توسعه چنین سرویس‌هایی به ایجاد فرهنگ استفاده از آنها و تبدیل شدن سبک زندگی اعتباری به چیزی بیشتر از خرید قسطی بستگی دارد. در گفت‌وگو با حامد قنادپور، مدیرعامل تارا، درباره دستاوردها و چالش‌هایشان در یک سال گذشته و برنامه‌هایی که برای آینده این پلتفرم دارند، صحبت کردیم و از تلاش‌هایشان در راستای توسعه سبک زندگی اعتباری پرسیدیم.



۱۳۹۹ به دنبال فلسفه بنیادین زندگی ام بودم و تصمیم داشتم کسب‌وکاری برای افزایش رفاه مالی مردم راه بیندازم. در آن زمان، مدل‌های پرداخت اعتباری به‌ویژه مدل BNPL در دنیا در حال ترند شدن بودند و این با باورها و آرمان‌های ذهنی من برای ارائه خدمات بانکی به عموم مردم و رفاه مالی قشر متوسط منطبق بود. به همین دلیل در مجموعه گروه صنعتی گلرنگ، تارا را شروع کردیم. گلرنگ با در اختیار داشتن بخش‌های کاملی از زنجیره تأمین و شبکه بسیار متنوع فروشگاهی و کالایی، بستر مناسبی برای توسعه و پایه‌گذاری

◀ فلسفه شکل‌گیری تارا

سیدحامد قنادپور که در سوابق کاری او مؤسس و مدیرعامل شرکت ارتباط فردا و مؤسس و رئیس هیئت‌مدیره شرکت‌های همراه‌کارت، فینووا، فینوتک و... دیده می‌شود، در انتهای سال ۱۳۹۹ تارا را راه‌اندازی می‌کند. او درباره حضور در این شرکت و فلسفه وجودی‌اش می‌گوید: «سال



سازمانی تا هفت میلیون نفر و مدل کسب و کاری اعتبار خرد. او در این باره می‌گوید: «برای استفاده از اعتبار BNPL تارا نیازی به پرداخت هزینه نیست. شما با جیب خالی می‌توانید از تارا اعتبار بگیرید، از فروشگاه‌های ما خرید کنید و از یک ماه بعد آن را برگردانید. می‌توانید تصور کنید این چه مزیت رقابتی می‌تواند باشد و چقدر می‌تواند گره از مشکلات زندگی مردم باز کند! آنها امکان خرید از بهترین و معتبرترین فروشگاه‌های ایران مانند افق کوروش، هایپرمی، دیجی کالا، طلافروشی‌های ساعتچی و کیا گالری، ارائه‌دهندگان خدمات مسافرتی، استادکار و بهترین برندهای پوشاک را دارند.»

◀ چالش‌های حوزه فناوری و نوآوری

درست است که تارا در مسیر توسعه قرار دارد و سال ۱۴۰۲ را با دستاوردهای قابل قبولی پشت سر گذاشته، اما این شرکت هم مثل دیگران با چالش‌هایی روبه‌رو بوده است. قنادپور درباره چالش‌های راه‌اندازی چنین کسب و کاری در ایران می‌گوید: «فعالیت در بخش خصوصی چالش‌های خاص خودش را دارد؛ از مشکلات برگرفته از محیط کلان گرفته تا نیروی انسانی. در حوزه فناوری و نوآوری این چالش‌ها دوچندان هم می‌شوند. ما با چالش‌هایی نظیر رگولاتوری، عدم ثبات شرایط اجتماعی، تغییرات فناوری و فرهنگ درگیر بوده‌هستیم.»

◀ استقبال خوب مردم از تارا

بنا بر صحبت‌های مدیرعامل تارا، سرویس‌های این شرکت مورد استقبال بخش بزرگی از مردم قرار گرفته و رشد و فراگیری آن با سرعت زیادی در حال رخ دادن است و آنها از میزان معرفی تارا به دیگران توسط کاربران فعلی اش تعجب کرده‌اند. قنادپور با بیان این موضوع می‌گوید: «استقبال مردم از تارا تاکنون خیلی خوب بوده، اما ما نیز باید روی کیفیت خدمات، بهبود زیرساخت‌ها و تنوع سرویس‌ها کار کنیم. تارا دارای یک سرویس کیف پول با ویژگی «بازگشت وجه» است که ظرفیت بسیار بالایی برای رشد و توسعه دارد. کارها و ایده‌های زیادی داریم که امیدواریم همه شرایط، به‌ویژه شرایط عمومی جامعه و اقتصاد، روند بهبودی را طی کند تا همه با حال بهتری مسیر را ادامه بدهیم. دوست داریم مردم با درک عمیقی از مفهوم «خرید اعتباری» تارا را انتخاب کنند. ما به دنبال افزایش قدرت خرید مردم و در ادامه آن افزایش رفاه جامعه‌ایم. آینده تارا روشن است، اما اگر بخواهیم دقیق‌تر صحبت کنیم، باید بگوییم که من سال ۱۴۰۳ را از دو جنبه می‌بینم؛ یکی افزایش فروش برای همکاران تجاری و پذیرندگان ما که با توجه به بازاری که الان داریم بعضاً تا ۷۰ الی ۸۰ درصد افزایش فروش هم داشته و می‌تواند برای فروشگاه‌های تارا به‌ویژه با وضعیت اقتصادی سال آینده مهم باشد. دومی افزایش رفاه مالی افراد به‌ویژه طبقه متوسط و بر ساخت فرهنگ استفاده از سرویس‌های اعتباری است که باید اتفاق بیفتد تا ما هم با خیال راحت از توسعه محصولاتمان صحبت کنیم. به هر حال، تارا یک پلتفرم است و همواره باید بکوشد دو کفه عرضه و تقاضا را متعادل کند و اگر بتواند این تعادل را ایجاد کند، ۱۴۰۳ سال خیلی بهتری خواهد بود.»

این ایده بود. متأسفانه در دو، سه سال اخیر با کاهش قدرت خرید مردم، نیازها تغییر چشمگیری کرده، اما آرمان و هدف ما در تارا، وارد کردن مفهوم «اعتبار» به جریان زندگی مردم بود. حتماً در جریانی که اعتبار سال‌ها است در همه‌جای دنیا در حال استفاده شدن است، اما در ایران هنوز مفهوم تازه‌ای است.»

◀ دستیابی به هفت هزار شعبه فروشگاه‌های

بنا بر صحبت‌های قنادپور، تارا فعالیت خود را با تمرکز روی سازمان‌ها آغاز کرده و بعدها به سمت ارائه اعتبار به عموم مردم رفته است، اما این تمام ماجرا نیست. آنها در سالی که گذشت، اقدامات دیگری را هم پیش برده‌اند. او در این باره بیان می‌کند: «کاربران سازمانی ما، یعنی کارمندان سازمان‌های طرف قراردادمان، به اعتبار سازمانشان و به پشتوانه آنها، فقط با نصب اپ تارا، اعتبارشان را رؤیت می‌کنند و می‌توانند از هفت هزار فروشگاه در سراسر کشور به‌صورت اعتباری خرید کنند. توسعه فروشگاه‌های یکی از رویکردهای جدی ما در سال جاری بود. اساساً در دنیا هم سرویس‌های اعتباری با چرخه بسته، برحسب کیفیت و تنوع فروشندگان اهمیت پیدا می‌کنند. ما در سال ۱۴۰۲ موفق شدیم به حضور در هفت هزار نقطه فیزیکی و پذیرنده در سراسر کشور دست پیدا کنیم و با معتبرترین و نامدارترین برندهای ایرانی قرارداد پذیرندگی ببندیم؛ برندهایی نظیر دیجی کالا، بانی مد، روزا شاپ، خانومی، هایپرمی، فروشگاه‌های شهروند، دیلی مارکت و... که نیاز مشتری را بی‌پاسخ نمی‌گذارند. از سوی دیگر، سرویس اعتبار خرد تارا را برای عموم مردم راه‌اندازی کردیم. دریافت این اعتبار پنج تا پنجاه میلیون ریالی، کمتر از بیست دقیقه طول می‌کشد. احراز هویت و اعتبارسنجی، مهم‌ترین مرحله است. این افراد هم تا پنج میلیون تومان می‌توانند از تارا اعتبار بگیرند، از فروشگاه‌های ما خرید کنند و در دو قسط بازپرداخت کنند. استقبال از این سرویس تارایی نظیر بود.»



فعالیت در بخش خصوصی چالش‌های خاص خودش را دارد؛ از مشکلات برگرفته از محیط کلان گرفته تا نیروی انسانی. در حوزه فناوری و نوآوری این چالش‌ها دوچندان هم می‌شوند. ما با چالش‌هایی نظیر رگولاتوری، عدم ثبات شرایط اجتماعی، تغییرات فناوری و فرهنگ درگیر بوده‌هستیم

◀ متمرکز بر زندگی روزمره مردم

تورم و کاهش قدرت خرید مردم باعث شده تمایل آنها به استفاده از سرویس‌های BNPL در سال‌های اخیر بیشتر شود. از همین رو سرویس BNPL تارا نیز مورد استقبال مردم قرار گرفته است. قنادپور درباره این استقبال توضیح می‌دهد: «سبک زندگی و اقتصاد اعتباری سال‌ها است که در دنیا در جریان است و به مردم کمک می‌کند چرخ زندگی روزمره‌شان را بچرخانند و قدرت خرید خود را افزایش دهند. از این سرویس در ایران هم استقبال شده است. البته لازم به ذکر است که تنوع فروشگاه‌های ما، به‌ویژه در حوزه ملزومات زندگی عادی و روزمره مردم مثل خریدهای سوپرمارکتی هم بی‌تأثیر نبوده است.» او معتقد است سرویس‌های اعتباری در کشور این پتانسیل را دارند که مثل مسترکارت و ویزاکارت که همه در اروپا و آمریکا از آنها استفاده می‌کنند، به سرویسی فراگیر تبدیل شوند. این امکان برای سرویس اعتباری تارا که بدون سود و کارمزد است، بیشتر هم می‌شود. به باور قنادپور، استفاده از سرویس‌های اعتباری یک فرهنگ است و برای اینکه رونق بگیرد، باید فرهنگ آن در جامعه جا بیفتد. او می‌گوید: «درواقع، تصور عموم مردم از سبک زندگی اعتباری، زندگی قسطی است. فرهنگ ایرانی بدهکار بودن را مضموم می‌داند، اما این سبک زندگی به افزایش قدرت خرید مردم کمک می‌کند و یک جریان سالم پول را شکل می‌دهد.»

◀ خرید کردن با جیب خالی

به گفته مدیرعامل تارا، ۱۴۰۲ برای این شرکت سال خوبی بوده و دستاوردهای قابل قبولی داشته‌اند؛ دستاوردهایی نظیر گسترش تعداد فروشگاه‌ها، افزایش تعداد کاربران

مسترکارت



۱۸۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

در گفت وگو با مدیران تارا، درباره عملکرد این شرکت در یک سال گذشته مطرح شد

از مقیاس پذیری با موفقیت عبور کردیم

نیوفرناری

تارا یکی از شرکت‌های لندتکی و فعال در حوزه اعتبار در بازار ایران است که رسالت خود را در افزایش رفاه مالی مردم و دادن اعتبار به آنها برای رفع نیازهای روزمره‌شان تعریف کرده است؛ رسالتی که در وضعیت رکود تورمی حاکم بر کشور، می‌تواند خدمت بزرگی به مردم و بخش تولیدی جامعه باشد؛ زیرا هم‌زمان با افزایش قدرت خرید مردم، اعتبار ارائه شده را هم به سمت خرید کالا سوق می‌دهد تا از تورم بیشتر جلوگیری کند. این شرکت در سالی که گذشت با برگزاری کمپین «قرض نگیر، از تارا دستی بگیر» به شناساندن مفهوم اعتبار به مردم کمک کرده و توانسته با افزایش تعداد پذیرندگان و اتصال به مجموعه‌های بزرگ سهم بازار بیشتری به دست آورد و دسته‌بندی خدمات و کالاهای تحت پوشش خود را بیشتر کند. بنا بر صحبت‌های مدیران این شرکت، عمده تمرکزشان در سال جدید روی توسعه نظام اعتباری‌شان خواهد بود. در ادامه گفت‌وگوی عصر تراکنش را با مهدی شیرین‌آبادی، مدیر ارشد فنی؛ آرین افشار، مدیر ارشد رشد؛ رضا معینیان، مدیر فروش سازمانی و امین حسینی، مدیر توسعه کسب‌وکار شرکت تارا می‌خوانید.

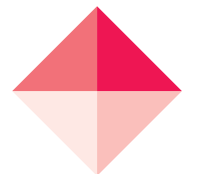


عصر تراکنش

توسعه زیرساخت در همه ابعاد

تارا و محصولاتش تمرکز کرده‌اند: «در سال ۱۴۰۲ بازار BNPL در ایران داغ بود و فضای رقابتی خوبی شکل گرفت و ما نیز برای اینکه طبق روندهای روز ایران و جهان جلو برویم، بخش بزرگی از تمرکزمان را روی این حوزه گذاشتیم. تارا یکی از سرویس‌هایی است که هم امکان خرید حضوری از طریق نرم‌افزار موبایلی را فراهم کرده و هم در وب‌سایت‌ها وجود دارد و یکپارچه کردن این دو کار ساده‌ای نبود، اما در سال ۱۴۰۲ محقق شد. تیم رشد شرکت در سال ۱۴۰۲ با رشدی ۲۰ درصدی روبه‌رو بوده و این به توسعه خدمات ما کمک می‌کند، برای مثال در سالی که گذشت توانستیم سرویس وام سازمانی را به اپلیکیشن تارا اضافه کنیم و می‌خواهیم دو فیچر دیگر هم به آن در سال جدید بیفزاییم. همچنین در سال ۱۴۰۲ سه سرویس جدید به تارا اضافه شده است.» افشار بزرگ‌ترین چالش را در سال ۱۴۰۲ موضوع تبلیغات می‌داند و معتقد است که اکثر تبلیغات حوزه B2C چندسالی است که در بستر شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود و فیلترینگ و محدودیت‌هایی که برای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی گذاشته شده، کار تبلیغات را دشوار کرده است. طبق صحبت‌های او، برنامه اصلی آنها در سال ۱۴۰۳ بزرگ‌تر کردن بازار BNPL خود، بالا بردن سقف اعتبارها، ارائه راهکارهای B2C، ارائه محصولات جدید و ملموس‌تر کردن استفاده از تارا است و می‌خواهند کاربر بتواند داده‌محور خرید کند. او در آخر درباره چالش‌هایشان می‌گوید: «سال جدید با چالش منابع انسانی روبه‌رو خواهیم بود؛ مسئله‌ای که امروز هم با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنیم. علاوه بر این با چالش توسعه زیرساخت‌ها و رقابت سالم در

طبق صحبت‌های مهدی شیرین‌آبادی، مدیر ارشد فنی شرکت تارا، در سالی که گذشت تمام تمرکز تارا روی سرویس BNPL‌شان بود و فیچرهایی را به آن اضافه کردند و تعداد پذیرندگان‌شان را نیز افزایش دادند. او می‌گوید: «در حال حاضر بیش از هفت هزار شعبه را پشتیبانی می‌کنیم. نکته مهم در این زمینه، حضور فروشگاه‌های فیزیکی و آنلاین در کنار هم است. راه‌اندازی شعب حضوری، کار بسیار دشواری بود که با اضافه شدن هایپر می، وال مارکت و دیلی مارکت در سراسر کشور بسیار گسترده‌تر هم شد. به صورت کلی افزایش تعداد پذیرندگانمان و فراهم کردن زیرساخت‌های فنی برای این توسعه یکی از دستاوردهای بزرگ ما در سال ۱۴۰۲ بود؛ ما دسترسی مردم به فروشگاه‌های مختلف را برای رفع نیازهای روزمره‌شان ساده‌تر کردیم. اتصال ما به شخص سوم‌ها نیز مسئله مهمی بود که در سالی که گذشت، محقق شد.» رشد چندبرابری کاربران و پذیرندگان در سال ۱۴۰۲ گرچه یکی از دستاوردهای تارا بوده، اما آنها را با چالش‌هایی نیز مواجه کرده که شیرین‌آبادی درباره‌شان می‌گوید: «رشد چندبرابری کاربران و پذیرندگان بارگذاری‌های زیادی را به همراه داشت و مجبور به بهینه‌سازی سیستم‌هایمان شدیم تا یک سیستم به‌روز و کارآمد داشته باشیم. مردم وقتی در فروشگاه پای صندوق می‌روند، می‌خواهند کارشان سریع راه بیفتد و ما هم نمی‌خواستیم با هیچ خطای سیستمی از سمت ما روبه‌رو شوند. برای همین در توصیف سالی که گذشت باید بگوییم که ۱۴۰۲ برای ما سال رشد و توسعه بود و تیم تارا در این سال بالغ شد.» او درباره برنامه‌هایشان برای سال جدید بیان می‌کند: «ما در حال کار کردن روی طراحی نرم‌افزارمان هستیم تا به لحاظ UX و UI بهتر شود و کاربر احساس راحتی بیشتری کند. همچنین، فیچرهای جدیدی به آن اضافه خواهیم کرد؛ فیچرهایی نظیر خدمات BNPL و جست‌وجوی محصول. به سرانجام رساندن چنین اقداماتی به حضور نیروهای انسانی متخصص وابسته است و من فکر می‌کنم که بزرگ‌ترین چالش ما و شرکت‌های فناورانه دیگر در سال جدید، جذب و نگهداشت نیروی انسانی باشد. در کنار این می‌توان به تورم و مسائل رگولاتوری نیز اشاره کرد. رشد ما مقطعی نبوده و نمودار رشد شرکت صعودی بوده است. به همین دلیل فکر می‌کنم که سال جدید هم برایمان سال خوبی باشد.»



۱۸۶

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

رشد ۲۰ درصدی تعداد کارکنان واحد رشد

آرین افشار، مدیر ارشد رشد شرکت تارا، می‌گوید که او و تیمش در سال ۱۴۰۲ روی رشد



عکس: نسیم اعتمادی

عمر تراکتس

کسب و کار

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

کالاهای مصرفی روزانه مردم متمرکز شده و کوشیده‌اند با شناسایی درست نیازهای افراد نظام اعتباری کارآمدی را صورت‌بندی کند تا این اعتبارها به مقروض‌تر شدن دهک‌های اقتصادی کم‌برخوردار منتهی نشود. به باور او، ۱۴۰۲ برای تارا سال بلوغ بوده و این شرکت توانسته دستاوردهای زیادی کسب کند؛ از جمله: تغییر مثبت در بخش عملیات و کاهش زمان پاسخ‌گویی برای احراز هویت افراد با توجه به افزایش تقاضا پس از تبلیغات گسترده، ارائه نسخه جدید اپلیکیشن تارا که با توجه به بازخوردها و نیازسنجی از افراد و سازمان‌ها بوده، ارائه خدمات اعتباری و بن‌کیف به بیش از نهمصد سازمان دولتی و خصوصی، ارائه خدمت «الان بخر، خرد خرد پرداخت کن» به بیش از هفت هزار نفر و ارائه خدمات مالی در بیش از هفت هزار شعبه آنلاین و حضوری. حسینی درباره چالش‌هایی که داشته‌اند نیز صحبت می‌کند: «ما همواره در فرایند BNPL با دو چالش اصلی روبه‌رویم؛ کمیسیون پایین پذیرندگان و ریسک بالای اعتباردهی. علاوه‌بر اینها، با برخی ریسک‌ها مانند نرخ نکول، استفاده از ربات‌ها، ارسال لینک جعلی، شبیه‌سازی سیم‌کارت، استفاده از اسناد دیکران و بازپرداخت اقساط با کارت بانکی دزدیده‌شده هم مواجهیم.» شکل‌گیری تارا در مجموعه گلرنگ و استفاده از زنجیره‌های تأمین این کسب‌وکار به آنها این امکان را داده تا قیمت تمام‌شده کالاها را کاهش دهند و بتوانند علاوه‌بر کالاهای بادوام روی کالاهای مصرفی مردم نیز تمرکز کنند و اعتبار دوماهه صفر درصد بدون کارمزد ارائه دهند تا مشتری در کوتاه‌مدت به نتیجه مطلوبش برسد. او در ادامه درباره برنامه‌های آینده‌شان بیان می‌کند: «در سال ۱۴۰۳ روی افزایش شعب خدمات اعتباری و بن‌کیف سازمانی، افزایش شعب فروشگاهی، افزایش فرهنگ اعتبار و اعتماد و تعامل بیشتر با پلتفرم‌های دیگر وقت خواهیم گذاشت.»

بازار نیز مواجه خواهیم شد، اما با وجود همه این چالش‌های احتمالی، من ۱۴۰۳ را برای تارا سال رشد می‌دانم.»

◀ رشد چندبرابری تعداد پذیرندگان و حجم معاملات

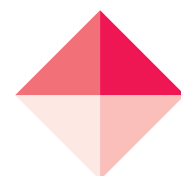
رضا معینیان، مدیر فروش سازمانی شرکت تارا، توضیح می‌دهد که عمده تمرکز آنها در یک سال گذشته روی ارائه و توسعه سرویس‌های پیش‌پرداخت‌شده بوده تا بتوانند حجم معاملاتشان را خودشان مدیریت کنند و در کنار آن به کمک سرویس اعتباری‌شان تعداد مشتریان و پذیرندگانشان را نیز افزایش دهند: «هدف ما در سال گذشته این بود که علاوه‌بر افزایش تعداد پذیرندگان، تنوع دسته‌بندی‌ها را هم داشته باشیم و میزان تعامل و استفاده‌مان را بالا ببریم. همچنین روی مدیریت تولید کار کردیم تا سهم بازار بیشتری را برای خود فراهم کنیم. سرویس جدید ما در سال ۱۴۰۲، سرویس تسهیلاتمان بوده که سال آینده تمرکز بیشتری روی آن خواهیم داشت. یکی از مزیت‌های سرویس اعتباری ما در مقایسه با رقبایش این است که سقف اعتبار و تعداد پذیرندگان تارا بیشتر است و اعتباری که به افراد داده می‌شود، باید در کانال‌های مشخصی خرج شود تا اقتصاد کشور را دچار مشکل نکند.» او معتقد است تمرکز روی سازمان‌های دولتی می‌تواند به افزایش حجم معاملات تارا کمک کند و توضیح می‌دهد که در سال ۱۴۰۲ با تمرکز خاصی که روی این موضوع داشته‌اند، توانسته‌اند از پس چالش‌های تعامل و ارائه خدمت به بخش دولتی برآیند. علاوه‌بر این، با توسعه زیرساخت‌هایشان برای خودشان یک مزیت رقابتی ایجاد کرده‌اند و در جلساتی که با مشتریان و پذیرندگان داشته‌اند، هیچ‌یک از آنها اعلام نارضایتی نکرده و سرویس همیشه در دسترس بوده است. به نظر او، آنها در ۱۴۰۲ که سال مهم و حساسی هم برای تارا بوده، مسیر توسعه را هموار کرده‌اند و باعث مقیاس‌پذیری تارا شده‌اند و ۱۴۰۳ برای آنها سال تثبیت و شکوفایی خواهد بود. او در باره برنامه‌هایشان برای آینده اظهار می‌کند: «ما در حال حاضر یکی از بازیگران بزرگ عرصه اعتبار در کشوریم و رسالت خودمان را با ارائه خدمات رفاهی به مردم تعریف کرده‌ایم و در سال آینده روی ارائه سرویس‌های رفاهی که قدرت خرید مردم را افزایش دهد، متمرکز خواهیم شد.»

◀ ارائه اعتبار به بیش از نهمصد سازمان دولتی و خصوصی

امین حسینی، مدیر توسعه کسب‌وکار شرکت تارا، نیز توضیح می‌دهد که این شرکت برخلاف سرویس‌های مشابه دیگر که خرید کالاهای بادوام را هدف قرار داده‌اند، روی ارائه



عصر تراکتس



۱۸۸

ASAE TRAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

در گفت و گو با ایمان مشعلچیان، مدیر مارکتینگ و برند تارا درباره فعالیت های سال جدید این شرکت مطرح شد

از تارا بیشتر خواهید شنید

BNPL یکی از سرویس های پرطرفدار و روندی است که در سال های اخیر در دنیا فراگیر شده و به افراد و سازمان ها این امکان را می دهد که به صورت اعتباری، نیازهای روزمره خود را برطرف کنند. با این حال، این سرویس آن طور که باید در ایران شناخته نشده و هنوز افراد زیادی در جامعه با آن آشنایی ندارند. به همین دلیل تارا در سالی که گذشت تمام هم و غم خود را روی توسعه این سرویس و شناساندن آن به عموم مردم گذاشت و با ورود بدون محدودیتش به حوزه B2C مسیر توسعه خود را تغییر داد.



در این راستا نیز در پاییز ۱۴۰۲ کمپینی را تحت عنوان «قرض نگیر، از تارا دستی بگیر» شروع کرد که تلاشش، ارائه تعریفی از اعتبار به زبانی ساده و صمیمی به مردم بود. در گفت و گویی با ایمان مشعلچیان، مدیر مارکتینگ و برند شرکت تارا، به این کمپین، اهدافی که داشت و نتایجی که به دست آورد، پرداختیم. به گفته او، تارا در این کمپین تلاش کرد یک مفهوم پیچیده و گنگ را که سؤالات زیادی را در ذهن مخاطب ایجاد می کرد به یک مفهوم ایرانی، قابل درک و البته صمیمی تبدیل کند و در نهایت از نتایجی که به دست آورده اند نیز راضی هستند. در ادامه گزارشی از این گفت و گو را می خوانید.

◀ قابل فهم کردن مفهوم اعتبار

بنا بر صحبت های ایمان مشعلچیان، مدیر مارکتینگ و برند شرکت تارا، ۱۴۰۲ برای آنها سال مهمی بوده و با اینکه سال های گذشته در حوزه B2B بسیار موفق عمل کرده اند، اما مقیاس پذیر کردن کسب و کارشان قرار نبوده از این مسیر بگذرد و با اعمال تغییراتی حوزه B2C این کسب و کار را گسترش داده اند. او در این باره اظهار می کند: «ما زیرساخت فنی و مالی لازم برای مقیاس پذیر کردن کسب و کارمان را داشتیم و دقیقاً همه عوامل برای افزایش آگاهی از سرویس BNPL تارا فراهم بود. مرحله به مرحله مسیر B2C را در تارا پیش بردیم و آن را آزمودیم تا اینکه در آذرماه کمپین محیطی «قرض نگیر، از تارا دستی بگیر»

را شروع کردیم. این سرویس، تا قبل از مرداد ۱۴۰۲ یک سرویس ریفرال بود و برای عموم باز نبود. هم زمان با بازگشایی درهای این سرویس برای عموم مردم، در کانال های مختلف و محدودتر شروع به اطلاع رسانی کردیم و مرحله به مرحله سرویس را آزمودیم و بهبود دادیم. در مردادماه نیز طراحی کمپین را آغاز کردیم.» چالش اصلی BNPLها در ایران انتقال مفهوم اعتبار به عموم مردم است. نتایج تحقیقات بازار تارا نشان می داد که مردم با این مفهوم آشنا نیستند و باید به آنها توضیح داده شود که «الان بخر، بعداً پرداخت کن» دقیقاً به چه معناست. مشعلچیان با بیان این موضوع می گوید: «با وجود اینکه مفاهیم وام، تسهیلات، قرض الحسنه و

◀ معرفی تارا به مخاطب

مخاطب کمپین «قرض نگیر، از تارا دستی بگیر» خانواده‌ها و سرپرستان خانوار بودند. خدمات، هدف و آرمان تارا، کمک به طبقه‌ای از مخاطب است که این شرکت در کمپین خود نیز آن را هدف قرار داده است. مشعلچیان با بیان این موضوع توضیح می‌دهد: «در بیشتر نقاط دنیا، سرویس BNPL با استقبال گسترده جوانان همراه بوده، اما در ایران این موضوع متفاوت است. مدل‌های دیگر سرویس‌های اعتباری وجود ندارند یا بسیار کم و ناآشنا هستند، سیستم رتبه‌بندی اعتباری به شدت ناقص است و بسیاری از مخاطبان نسل زد سابقه زیادی در نظام بانکی ندارند. از طرف دیگر شبکه پذیرندگان تارا و رفتار مشتریان قبلی ما، همگی نشان می‌داد هدف گرفتن سرپرست خانوار، مرد و زن، انتخاب دقیق و درستی است. به همه این اطلاعات، شرایط جامعه را هم اضافه کنید. برای ما در تارا و فکر می‌کنم در کل مجموعه گلرنگ، ساده‌سازی و هموار کردن زندگی برای خانواده‌های طبقه متوسط ایرانی یک آرمان است.»

اوسپس درباره نتایج کمپین «قرض نگیر، از تارا دستی بگیر» صحبت می‌کند و می‌گوید که به اهدافی که در این کمپین داشتند، رسیده‌اند و از نتایج راضی‌اند: «صرفاً برای اینکه شما هم به درکی از نتایج برسید، پیشنهاد می‌کنم همین الان که در حال خواندن این گفت‌وگو باشید (اگر ساکن تهران هستید)، از بخل دستی تان بپرسید: «تارا را می‌شناسی؟» یا بپرسید: «اگر نخواهی قرض بگیری، اما دستی بگیری، از چه کسی می‌گیری؟» با اینکه سه ماه از کمپین تارا گذشته، مطمئن باشید پاسخ‌های جالبی خواهید شنید. این پرسش‌ها را با استناد به نتایج کمپین در بررسی شاخص آگاهی از برند و Top of Mind بین سرویس‌های اعتباری می‌گوییم.»

◀ رسیدن به فهمی جدید از کار تیمی

اوبزرگ‌ترین چالشی را که در سال ۱۴۰۲ با آن روبه‌رو بوده‌اند رسیدن به درکی درست از مفهوم «بازاریابی چابک» و پیاده‌سازی آن معرفی می‌کند و در این باره توضیح می‌دهد: «من از مدیریت یک تیم شانزده نفره در دیوار، به تارا آمدم. شاید جالب باشد بدانید که یک تیم پنج نفره این کمپین را ایده‌پردازی، طراحی و اجرا کرد. در حالی که در کنارش، مادر حال انجام کوهی از کارهای مختلف، برگزاری نمایشگاه‌ها و اجرای کمپین‌های B2B نیز بودیم. به شدت کار سخت و سنگین، اما بسیار جذابی برای تیم مارکتینگ بود. حس می‌کنم از پس چالش «چابکی» برآمدم. شخصاً به درک جدیدی از تیم و کار تیمی رسیدم. همه تیم‌های سازمان در طول برگزاری این کمپین به انسجامی فوق‌العاده دست یافتند. دقیقاً وارد دوره بلوغ شدیم و این حس بسیار خوشایندی است.»

مشعلچیان در پایان، ۱۴۰۳ را سال جذابی برای تارا می‌داند: «با این حال، این تازه اول ماجراست. بعد از کمپین ما، دو کسب‌وکار رقیب نیز کمپین محیطی را شروع کردند. برای مارکترها، این اتفاقات پیام و نشانه‌های واضحی دارد. سال آینده برای تارا حتماً سال جذاب، پر از چالش و البته نفس‌گیری خواهد بود و تکلیف بسیاری از چیزها روشن خواهد شد. سال آینده از تارا بسیار بیشتر خواهید شنید.»

این قبیل واژه‌های بانکی برای مردم به واسطه تبلیغات بانکی گسترده در کشور شناخته شده بود، با مفهوم اعتبار بسیار کمتر آشنا بودند. از طرف دیگر، باید به آنها «الان بخر، بعداً پرداخت کن» را توضیح می‌دادیم که اصل کسب‌وکار ما بود. با اینکه این سرویس از چند سال قبل وارد ایران شده، آگاهی از آن و از همه مهم‌تر نحوه عملکرد آن در سطح جامعه کمتر از یک درصد بود. کمپین تارا تلاش کرد با پاسخ به این سؤال‌های اساسی، مسیر را هموار کند. ما تلاش کردیم یک مفهوم پیچیده و گنگ را که پرسش‌های زیادی را در ذهن مخاطب ایجاد می‌کرد به یک مفهوم ایرانی، قابل درک و البته صمیمی تبدیل کنیم. این موضوع نیازمند تغییراتی در رویکرد و پیام‌های برند هم بود. همه اینها را به شکل یکپارچه در تاج‌پوینت‌های برند هم اعمال کردیم.»

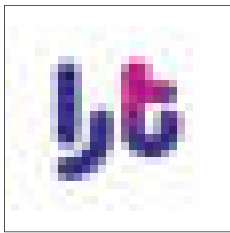
◀ تغییرات در ارتباطات برند

از نگاه مشعلچیان، تغییرات در ارتباطات برند تارا و تمرکز روی مزیت‌های رقابتی سرویس BNPL مانند بدون پیش‌پرداخت، بدون سود و بدون ضامن بودن می‌توانست با رقبا نیز فاصله‌گذاری درستی را فراهم کند که نیاز برند در ادامه مسیرش بود. به همین دلیل پیش از برگزاری کمپین، نیاز بود تمام تاج‌پوینت‌های برند بازنگری شود. وب‌سایت، اپلیکیشن، پیامک‌ها، تماس‌های تلفنی در پشتیبانی، شبکه‌های اجتماعی و... بر همین اساس تغییر لحن داد تا با پیام برند که «دوستی» بود سازگار شود. در همین راستا، شعار برند هم از «الان بخر، خرد خرد پرداخت کن» به «تارا یک دوستی با اعتبار» تغییر کرد. مدیر مارکتینگ و برند تارا درباره تغییر شعار برند این شرکت می‌گوید: «وقتی کسب‌وکار شما چندوجهی است، بخشی از مشتریانان از سازمان‌ها با طیف‌های گوناگون و مردم عادی‌اند و از سوی دیگر با فروشگاه‌های بسیار متنوعی سروکار دارید، ایستادن در نقطه‌ای که دربرگیرنده همه این وجوه باشد و بتواند به درستی با همه این ذی‌نفعان ارتباط برقرار کند، کار بسیار دشواری است. از روز اول ورود به تارا، این دغدغه را داشتیم. پیام قبلی، فقط یک بخش از کسب‌وکار را پوشش می‌داد. برای همین، این تغییر را لازم داشتیم تا تارا را درست جایگاه‌گذاری کنیم.»

او درباره دلیل انتخاب شعار جدید یعنی «تارا یک دوستی با اعتبار» نیز صحبت می‌کند: «دوستی با تارا، یک دوستی معتبر است. ما به مردم عادی اعتماد می‌کنیم و باب رفاقت را می‌گشاییم و مبلغی را بدون نیاز به هیچ پیش‌پرداخت، ضامن یا سودی در اختیارشان می‌گذاریم تا خرید کنند و بعداً هزینه آن را بپردازند. با سازمان‌های طرف قرارداد و کارمندان آنها نیز همین‌طور؛ این یک دوستی است. از سوی دیگر، با پذیرندگان تارا نیز دقیقاً باید مثل دو دوست، همکار و دونفر که منافع مشترک بسیاری دارند، ارتباط داشته باشیم. در سود و ضرر هم، کاملاً شریکیم. معنای دوطرفه اعتبار دقیقاً چیزی بود که احتیاج داشتیم و تلاش می‌کنیم روی آن اصرار ورزیم؛ اعتبار هم به مفهوم بانکی و حقوقی آن و هم به معنای ادبی آن، دقیقاً با مأموریت‌ها، اهداف و عملکرد تارا، منطبق است.»



ما تلاش کردیم یک مفهوم پیچیده و گنگ را که پرسش‌های زیادی را در ذهن مخاطب ایجاد می‌کرد به یک مفهوم ایرانی، قابل درک و البته صمیمی تبدیل کنیم. این موضوع نیازمند تغییراتی در رویکرد و پیام‌های برند هم بود. همه اینها را به شکل یکپارچه در تاج‌پوینت‌های برند هم اعمال کردیم



مسترزاکس

کسب‌وکار

۱۸۹

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

عباس تمیزی، معاون توسعه بازار و ارتباط با مشتریان توسن درباره عملکرد یک ساله بخش فروش این شرکت می‌گوید

۱۴۰۲، سالی توام باموفقیت بود

عباس تمیزی یکی از مدیرانی است که از سال ۱۳۸۹ تا کنون در شرکت توسن در حال فعالیت است و قبل از اینکه معاون توسعه بازار و ارتباط با مشتریان این شرکت شود، در سمت‌های دیگری مانند معاون طرح و برنامه و مدیر فروش و امور مشتریان توسن فعالیت داشته است. بنا بر صحبت‌های او، بخش فروش و ارتباط با مشتریان این شرکت در سالی که گذشت به بخش بزرگی از اهداف برنامه‌های مدنظر دست یافته است و از پس چالش‌هایی نظیر تطبیق دادن استراتژی‌ها با الزامات ابلاغی بانک مرکزی و تغییرات درون‌سازمانی متأثر از ورودشان به فرابورس برآمده است و برای توسعه همکاری‌های تجاری، ارائه راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، همکاری با بانک‌ها در بستر بانکداری دیجیتال، ارائه راهکارهای هوش تجاری در زمینه انرژی، ارائه راهکارهای مبتنی بر هوش مصنوعی، البته اجرای این برنامه‌ها در گرو همکاری رگولاتور و رفع چالش‌هایی نظیر توسعه منابع انسانی و کاهش تورم است. در گفت‌وگویی که با عباس تمیزی، معاون توسعه بازار و ارتباط با مشتریان توسن، داشتیم، به آنچه در سال ۱۴۰۲ بر آنها گذشته و برنامه‌هایی که برای توسعه بازار این شرکت دارند، نگاهی انداختیم که در ادامه آن را می‌خوانید.



باشیم. در همین راستا باید بگوییم که مسئله و نیاز امروز بانک‌های ایران کربن‌کینگ نیست و این چگونگی تداوم و رشد کسب‌وکار بانکداری در محیط پرتلاطم اقتصادی است که اهمیت دارد. اولویت جامعه هم این است که خدمات مالی و بانکی منعطف، اختصاصی شده و دارای ارزش افزوده واقعی دریافت کند. در نتیجه اگر بخواهیم نگاهی تخصصی و فنی به راهکارها داشته باشیم، باید به سمت چاپکی، انعطاف‌پذیری و هوشمندی بیشتر حرکت کنیم و شکل کسب‌وکارمان را هم به سمت وسویی بکشانیم که در مشارکت در هزینه‌ها، ریسک‌ها و درآمدها تکامل پیدا کند. توجه به این نکات مصالح کافی را برای تدوین استراتژی جدید توسن در اختیار ما قرار می‌دهد. همچنین باید توجه داشت که ارائه خدمت مالی هوشمند و نوآورانه لزوماً به مرزهای صنعت بانکی محدود نمی‌شود.

◀ وابستگی ارائه Core بانکی نئوبانک به تغییر رویکرد رگولاتور

همان‌طور که گفته شد، توسن یکی از بازیگران فعال در حوزه کربن‌کینگ کشور و ارائه‌دهنده راهکارهای نوین بانکی است و بدیهی است که با شکل‌گیری نئوبانک‌ها و تغییر ساختار بانک‌ها، بخواهد Core بانکی نئوبانک نیز ارائه دهد. تمیزی درباره فعالیت‌شان در این حوزه می‌گوید: «توسن به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی در تأمین راهکارهای نوین بانکی، علاقه‌مند به فعالیت در این زمینه است و راهکارهای جامعی را طراحی و ارائه کرده است و برنامه‌های مفصلی برای آینده دارد، اما به باور من فعالیت در این بخش خاص چه از منظر رگولاتور، چه از منظر نحوه شکل‌دهی به کسب‌وکار، پیچیدگی‌های خاصی دارد که پرداختن به آنها مجال بیشتری می‌خواهد. به نظر من، ما در این حوزه ظرفیت بسیار بالایی داریم و نیازهای موجود نیز گسترده است و در آینده شاهد تحولات بسیار زیادی در این بخش خواهیم بود. به همین دلیل نقش و رویکرد رگولاتور نیز در مواجهه با این حوزه باید بازتعریف و اصلاح شود.»

◀ چالش رشد سریع

چالش‌های کسب‌وکارهای فعال در کشور، معمولاً یکسان است و به مسائلی نظیر رگولاتوری، نبود زیرساخت‌های کافی، تأمین منابع مالی و جذب و نگهداشت نیروی

◀ تلاش برای جلب رضایت سهامداران و مشتریان

برخلاف سال ۱۴۰۱، یک سال گذشته برای کسب‌وکارها، نسبتاً خوب بوده و توانسته‌اند به بخش بزرگی از اهداف و برنامه‌هایشان دست پیدا کنند. عباس تمیزی، معاون توسعه بازار و ارتباط با مشتریان توسن، با اشاره به این موضوع می‌گوید: «۱۴۰۲ برای ما سال سخت، اما موفقیت‌آمیزی بود و گرچه در تأمین نیازهای مشتریان خود با چالش‌های زیادی مواجه بودیم، اما فکر می‌کنم در مجموع عملکرد قابل قبولی داشتیم و خوشحالیم که توانستیم به برنامه‌ها و تعهدات خود نسبت به مشتریان و سهامداران شرکت در سطح مناسبی پایبند بمانیم و آنها را محقق کنیم. امسال در بخش فروش شرکت عملکرد خوبی داشتیم که اثر مثبت آن در گزارش‌ها و صورت‌های مالی شرکت مشهود است و امیدوارم به‌عنوان یک شرکت بورسی رضایت سهامدارانمان را تأمین کرده باشیم.»

◀ مسئله چگونگی تداوم است، نه کربن‌کینگ

یکی از حوزه‌های کسب‌وکاری که به نظر می‌رسد در ایران اشباع شده، فروش کربن‌کینگ است؛ حوزه‌ای که توسن نیز به‌صورت تخصصی در آن فعالیت می‌کند. تمیزی درباره رویکردشان به این مسئله و استراتژی که می‌خواهند برای تداوم ارائه این محصول داشته باشند، بیان می‌کند: «تنظیم هر نوع استراتژی برای فروش باید تابع درک و تحلیل نیازمندی‌های مشتریان و بازار باشد. در واقع، به جای اینکه تمرکزمان را روی ارائه خدمات و محصولات خود بگذاریم، باید به فکر ارائه راهکار برای رفع نیازهای مشتریان و فراتر از آن، رفع نیازهای جامعه

مسترز اکسپت



۱۹۰

ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



انسانی خلاصه می‌شود. شرکت توسن نیز در سال ۱۴۰۲ با چنین چالش‌هایی روبه‌رو بوده است. معاون توسعه بازار و ارتباط با مشتریان توسن در این باره می‌گوید: «سال ۱۴۰۲ برای ما در بخش فروش و ارتباط با مشتریان، پرچالش بود. یکی از مهم‌ترین چالش‌های ما، پاسخ‌گویی مناسب به الزامات ابلاغی بانک مرکزی و سایر مراجع نظارتی در حوزه سامانه‌های حاکمیتی بود که مانند سال‌های گذشته فشار زیادی را به اکوسیستم وارد و پروژه‌های سنگینی را به بانک‌ها و توسن تحمیل کرد که البته در نهایت به افزایش بلوغ و توانمندسازی نظام بانکی منتهی شد، اما بخش قابل توجهی از زمان، منابع و مشتریان ما را به خودش اختصاص داد. یکی دیگر از چالش‌های ما در سالی که گذشت، مسئله همگامی با بانک‌ها و پاسخ‌گویی به نیازهای آنها بود که به نظر من می‌توان آن را چالش رشد سریع نامید. بانک‌ها در یک سال گذشته، رشدی سریع، گسترده و انفجاری را تجربه کردند و توسن باید متناسب با نیاز آنها حرکت می‌کرد. این موضوع پیچیدگی‌های زیادی داشت و نیازمند طیف گسترده‌ای از اقدامات بود؛ اقداماتی نظیر تمهیدات فنی و زیرساختی، ارائه مشاوره به مشتری در اصلاح و بازنگری سیاست‌ها و رویه‌های اجرایی توسعه کسب‌وکار خود و حتی مشارکت در ارتقای سطح کیفی محصولات و خدمات تأمین‌کنندگان ثالث.»

به عقیده تمیزی، توسن علاوه بر چالش‌های مذکور با مشکلات دیگری که احتمالاً همه مدیران فعال در ایران نیز با آنها درگیرند، مواجه بوده است که از جمله آنها می‌توان به نرخ بالای تورم و اثر کنترل نشده آن بر ناترازی بانک‌ها و تأثیرش بر روابط تجاری آنها با توسن و همچنین مهاجرت نیروی انسانی متخصص اشاره کرد. طبق صحبت‌های او، این چالش‌ها در سال‌های آینده نیز تداوم خواهند داشت، اما آنها دست از تلاش نمی‌کشند و به فعالیت خود ادامه می‌دهند.

◀ ورود به فرابورس و ایجاد تغییرات درون‌سازمانی

بنا بر صحبت‌های تمیزی، ورود توسن به فرابورس باعث شد این شرکت در بخش فروش و فرایندهای مربوط به آن درگیر برخی مقررات بیرونی شود که انعطاف‌پذیری کمتری داشتند و این موضوع برای آنها چالش برانگیز بوده است. با وجود این، آنها از این مواجهه استقبال کرده‌اند. او در این باره توضیح می‌دهد: «رویارویی با مقررات بیرونی، برای ما تغییرات داخلی را به ارمغان آورد که در نهایت به انضباط و هماهنگی بیشتر ما منتهی شد. از بعد بیرونی نیز شفافیت ایجاد شده، اعتماد

مشتریان را نسبت به رفتار تجاری توسن بیشتر کرد.»

◀ برنامه‌های سال ۱۴۰۳

توسنی‌ها برای توسعه بازارهایشان تابع دو مؤلفه‌اند؛ اول نیازهای جامعه به خدمات فناورانه و هوشمند در حوزه مالی و ترکیب آن با سایر حوزه‌ها نظیر انرژی و دوم محدودیت‌ها و تنگنانهایی که آنها را به داشتن خلاقیت بیشتر و نوآوری برای عبور از موانع وادار می‌کند. تمیزی با اشاره به این مؤلفه‌ها درباره برنامه‌هایی که برای سال ۱۴۰۳ دارند، می‌گوید: «همکاری گسترده‌تر با بانک‌ها در ارائه خدمات جذاب‌تر بر بستر بانکداری دیجیتال و خدمات غیرحضور، توسعه همکاری‌های تجاری برای ارائه خدمات نوآورانه مالی و بانکی، ارائه راهکارهای مبتنی بر هوش تجاری در حوزه مدیریت انرژی، توسعه فعالیت در حوزه دولت الکترونیک و تحول دیجیتال سازمان‌های بزرگ و توسعه فعالیت در حوزه فروش بین‌الملل و صادرات خدمات و راهکارها از جمله برنامه‌هایی‌اند که در سال ۱۴۰۳ دنبال خواهیم کرد.»

۱۴۰۳ قطعاً سال آسانی برای کسب‌وکارها، به‌ویژه شرکت‌های بزرگی مانند توسن نخواهد بود. تمیزی با بیان این موضوع می‌گوید: «روندها نوید سال کم‌چالشی را نمی‌دهند. نرخ تورم، چالش‌های منابع انسانی، فشارهای مالیاتی، مشکلات بانک‌ها و... همگی برای ما در حوزه فروش و توسعه بازار مشکل‌زا خواهند بود، اما به همان اندازه که مشکلات و چالش‌های ما بیشتر شود، امید، انگیزه و تلاش‌های ما نیز بالاتر خواهد رفت. بر این مبنای، در سال جدید خود را به اهداف بزرگ‌تری متعهد کرده‌ایم و برای تحقق آنها تمام توانمان را به کار خواهیم بست.»

گفت‌وگو با رئیس اداره توسعه محصول و نوآوری پرداخت الکترونیک سپهر درباره اپلیکیشن «پاسینو»
و برنامه‌هایی که برای توسعه آن دارند

برپرداخت‌های بدون حضور کارت متمرکزیم

شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در ماه‌های اخیر در کنار ریبزندیگ خود، از اپلیکیشن جدیدی با نام «پاسینو» نیز رونمایی کرد؛ اپلیکیشنی که تولیدکنندگانش روی پذیرندگان سپهر که عمدتاً از نسل هزاره و ایکس هستند سرمایه‌گذاری کرده‌اند و به فکر ایجاد یک سوپراپلیکیشن نیز نیستند، اما اتخاذ چنین تصمیماتی به این معنا نیست که آنها از روندهای روز دنیا پیروی نمی‌کنند. اتفاقاً قرار است در سال جدید روی توسعه تعدادی از خدمات غیرمالي و همچنین بهره‌مندی از فناوری NFC یا همان سیستم کهر با روی پاسینو کار کنند. در گفت‌وگو با علی پیکانی، رئیس اداره توسعه محصول و نوآوری شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، از شکل‌گیری و ویژگی‌های پاسینو و برنامه‌هایی که برای سال ۱۴۰۳ دارند، پرسیدیم. به گفته او، آنها در سال جدید می‌خواهند پرداخت بدون حضور کارت و استفاده از رمزریال یا همان ریال دیجیتال را به پاسینو اضافه کنند و از مزایای احراز هویت دیجیتال و افتتاح حساب آنلاین در نئوبانک صادرات نیز بهره ببرند.



هویت دیجیتال و افتتاح حساب آنلاین نئوبانک صادرات در پاسینو نیز بهره‌بریم و سهم پررنگ‌تری در ارائه خدمات به مشتریان بانک صادرات داشته باشیم.»

مسیر توسعه پاسینو

خلق یا برندسازی مجدد یک محصول کار ساده‌ای نیست و کسب‌وکارها برای اینکه بتوانند در مسیر توسعه درستی قرار بگیرند، باید وقت و انرژی زیادی را برای شناخت نیازهای بازار و طراحی محصول متناسب با آن صرف کنند. پیکانی با اشاره به این موضوع درباره مسیر توسعه پاسینو در یک سال گذشته بیان می‌کند: «در گام اول چندین پژوهش انجام شد تا ببینیم سایر شرکت‌های هم‌تا و رقیب ما و همچنین فین‌تک‌ها از چه روندهایی پیروی می‌کنند و به عبارتی نیاز امروز بازار چیست و چگونه می‌توانیم خدماتی ارائه دهیم که ما را از آنها متمایز کند. از طرف دیگر، سرویس‌های بین‌المللی صنعت پرداخت را هم بررسی کردیم تا ببینیم در دنیا چه می‌گذرد و در نهایت با در نظر گرفتن زیرساختی که داشتیم و امکان‌هایی که برای توسعه به ما می‌داد، پاسینو را خلق کردیم. تیم دیگری به صورت هم‌زمان روی مسائل مربوط به تجربه کاربری متمرکز بود. همکاران ما در بخش توسعه نرم‌افزار روی کاربست روش‌های به‌روز دنیا متمرکز شدند، تیم روابط عمومی نیز روی تبلیغ محصول و شناساندن آن به دیگران کار کرد و واحد امنیتمان نیز کوشید امنیت این محصول را تأمین کند و در نهایت توانستیم از پاسینو در دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت رونمایی کنیم.»

ورود به فضای گیمیفیکیشن

اپلیکیشن جدید شرکت پرداخت الکترونیک سپهر علاوه بر خدمات پایه‌ای بانکی و پرداخت، سرویس‌های متعدد دیگری مانند خدمات بیمه دیجیتال، سلامت دیجیتال، فرهنگ و هنر و خدمات در محل را هم در دستور کار خود قرار داده که در آینده توسعه داده می‌شود. پیکانی در این باره می‌گوید: «برخی از این خدمات همین حالا هم ارائه می‌شوند، اما هدف ما این است که با پارت‌نرها بیشتر وارد همکاری شویم و با افزایش تعداد قراردادهایمان، سبد محصولاتمان را هم ارتقا دهیم تا کاربران حق انتخاب بیشتری برای استفاده از خدمات داشته باشند. علاوه بر این، یک بازی نیز به پاسینو اضافه می‌شود که از بین بازی‌های نوستالژیک انتخاب خواهد شد و ما وارد فضای گیمیفیکیشن خواهد کرد. فضای بازی مدنظر ما این امکان را برای افراد فراهم می‌کند که با بازی کردن امتیاز بگیرند و از آنها در باشگاه مشتریان استفاده کنند. این همان وجه تمایز ما با سایر اپلیکیشن‌های مشابه است که ما را نسبت به آنها نوآورتر می‌کند.»

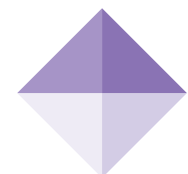
استفاده سیصد هزار پذیرنده از پاسینو

پاسینو که کار خود را از دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت شروع

پاسینو؛ ارائه‌دهنده خدمت به تمام نسل‌ها

۲۹ آبان ماه ۱۴۰۲ شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت از اپلیکیشن پاسینو، باشگاه مشتریان پاس تو و همچنین هویت بصری و لوگو جدید خود رونمایی کرد. پاسینو نامش را از ترکیب دو واژه پاس و نوآوری (پاس به تعبیری اختصار از پرداخت الکترونیک سپهر و به تعبیری دیگر معرف راهکارهای پرداخت امن ساده است) گرفته و با اپلیکیشن قبلی این شرکت تفاوت‌هایی دارد. علی پیکانی، رئیس اداره توسعه محصول و نوآوری شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، در این باره توضیح می‌دهد: «پاسینو با هدف تسهیل زندگی روزمره افراد و کاهش دغدغه‌های مالی آنها طراحی شده است؛ اپلیکیشنی که با قرار گرفتن در کنار پاس تو، باشگاه مشتریان و پذیرندگان دستگاه‌های کارت‌خوان این شرکت، خدمات جدید و نوآورانه‌ای را به افراد ارائه می‌دهد. پاسینو به عبارتی نتیجه برندسازی مجدد و نوسازی اپلیکیشن قبلی این شرکت با نام پاس است و با تغییراتی که در آن انجام شده، آماده ارائه خدمت به مشتریان است. مشتریانی که در دسته نخست پذیرندگان سپهر و بیشتر آنها از نسل هزاره و ایکس‌اند و در دسته دوم کاربرانی از نسل زد هستند، پذیرندگانی که از دستگاه‌های کارت‌خوان ما استفاده می‌کنند، می‌توانند برحسب میزان استفاده از دستگاه کارت‌خوان و عملکردشان امتیاز بگیرند، همچنین کاربران اپلیکیشن پاسینو نیز براساس استفاده از خدمات مختلف اپلیکیشن امتیاز دریافت می‌کنند؛ این امتیازها در باشگاه مشتریان و کسب‌وکار پاس تو قابل رؤیت است و امکانی فراهم شده تا این امتیازها به ریال تبدیل شوند و کاربران بتوانند مجدداً از طریق کیف پول دیجیتال پاسینو نسبت به خرید و استفاده از خدمات اپلیکیشن اقدام کنند یا از طریق QR روی دستگاه‌های کارت‌خوان خرید انجام دهند. ما می‌خواهیم از پتانسیل شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ صاد نیز استفاده کنیم و در کنار پروژه‌های فعالی مثل خدمات اعتباری BNPL و مطالعه و تحقیق درباره دستیار مدیریت مالی شخصی هوشمند، از مزایای احراز

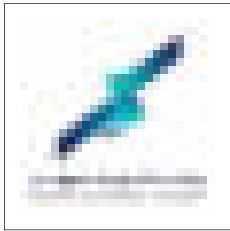
مهر تراکتس



۱۹۲

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



عکس: نسیم اعتمادی

ممر تراکتس

کسب و کار

۱۹۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

کرده، هنوز آن طور که باید وارد بازار نشده تا بتوان از آمارهایی نظیر سهم بازار آن صحبت کرد. با وجود این، بنا بر صحبت‌های پیکانی این اپلیکیشن به پشتوانه سیصد هزار پذیرنده شرکت پرداخت الکترونیک سپهر جلورفته و در حال حاضر این تعداد مشتری را داراست و در مقایسه با رقبای فعلی اش بسیار جوان است. او معتقد است این اپلیکیشن چابک، خلاق، نوآور، قابل اعتماد، جسور و منعطف است و آینده روشنی خواهد داشت. این اپلیکیشن در دو نسخه اندروید و تحت وب (PWA) مخصوص کاربران سیستم عامل iOS انتشار یافته است.

◀ پاسینو، سوپراپلیکیشن نیست

در سال‌های اخیر سوپراپلیکیشن‌ها به یکی از روندهای صنعت پرداخت تبدیل شده‌اند و بیشتر شرکت‌ها به دنبال این هستند که سوپراپلیکیشن‌های خود را ایجاد کنند و از این طریق سهم بازار خودشان را افزایش دهند، اما پیکانی اظهار می‌کند که پاسینو قرار نیست یک سوپراپلیکیشن باشد. او در این باره می‌گوید: «تمرکز ما بیشتر روی ارائه خدماتی بوده که یک زنجیره ارزش خوب برای مشتریان بالقوه ایجاد کند و در وهله دوم مشتریان دیگر را هم دربر بگیرد. هر پذیرنده می‌تواند از طریق منوی پذیرندگان خود در اپلیکیشن پاسینو پایانه‌های خود را مدیریت کند، سوابق تراکنش‌های اش را ببیند و گزارش آن را دریافت کند. همچنین در صورت بروز مشکل یا داشتن درخواست برای دستگاه کارت‌خوان خود می‌تواند بدون معطلی از طریق پاسینو اقدام به ثبت تیکت کند. تمامی پذیرندگان سپهر از طریق باشگاه مشتریان پاس تو می‌توانند از سرویس‌های ارزش افزوده بهره‌مند شوند؛ برای مثال پذیرندگان دستگاه‌های کارت‌خوان اندرویدی می‌توانند با مصرف امتیازات باشگاه خود، نرم‌افزار صندوق فروشگاه‌های دریافت کنند. این روزها خرید آنلاین حرف اول را می‌زند و به همین منظور با کمک و همکاری سایر همکاران معاونت توسعه کسب و کار سپهر، فروشگاه‌ساز آنلاین سپهر استور که محصول مشترک ما و یکی از شرکای تجاری مان است ایجاد شد که به پذیرندگان فروشگاه‌های فیزیکی اجازه می‌دهد از طریق پاس تو، فروشگاه مجازی نیز داشته باشند.»

◀ تأمین امنیت پاسینو

توسعه نرم‌افزار پیچیدگی‌ها و چالش‌های خاص خود را دارد. پیکانی درباره چالش‌های تولید پاسینو می‌گوید: «هزینه ابزارهای ایمن‌سازی که امنیت سایبری یک نرم‌افزار را تأمین می‌کنند، بسیار زیاد است و چیزی هم نیست که بتوان از آن چشم پوشید و باید حتماً برایش هزینه کرد تا جلوی اتفاقات ناگوار آینده را گرفت. بنابراین تأمین هزینه‌های لازم برای تأمین امنیت پاسینو یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های ما در خلق و توسعه این اپلیکیشن بود. علاوه بر این، خود توسعه اپلیکیشن هم کار ساده‌ای نبود و زیرساخت‌هایی لازم داشت

که باید ایجاد می‌شدند. تمام همکاران فنی ما برای توسعه زیرساخت‌ها بسیج شده بودند و با بیشترین بهره‌وری کار می‌کردند تا در وقت و هزینه صرفه‌جویی کنیم.»

◀ جذب کاربر

بنا بر صحبت‌های رئیس اداره توسعه محصول و نوآوری شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، آنها برنامه‌هایی هم برای جذب کاربر بیشتر دارند و در همین راستا می‌خواهند کمپینی راه بیندازند که با حمایت دفاتر، نمایندگان و پشتیبان‌های این شرکت در سراسر کشور انجام می‌شود. او درباره مختصات این کمپین توضیح می‌دهد: «این کمپین، «معرفی به دوستان» نام دارد و هم به معرفی‌کننده و هم به معرفی‌شونده مبلغی را هدیه می‌دهد که در کیف پول دیجیتال آنها در پاسینو قرار می‌گیرد. علاوه بر این کمپین، اقدامات دیجیتال مارکتینگ ۳۶۰ درجه را هم در برنامه بازاریابی خود داریم که در سال آتی روی آن متمرکز می‌شویم و قرار نیست خیلی در فضای تبلیغات محیطی به دنبال کاربر بگردیم و تمرکزمان روی فضاهای دیجیتال است.»

◀ اضافه کردن سامانه کهر با به پاسینو

طبق گفته‌های او، پاسینو قرار است در سال ۱۴۰۳ روی پرداخت‌های بدون کارت متمرکز شود و سامانه کهر با فناوری NFC را هم به پاسینو اضافه کنند. به باور پیکانی، فضای نظام‌های بانکی و پرداخت در دنیا به سمت سافت‌پوز می‌رود و ما هم در ایران باید از این روندها استفاده کنیم تا هزینه‌های عملیاتی و سرمایه‌ای کاهش پیدا کند و در عین حال محصول ایمن‌تر و با تجربه کاربری بهتری را هم به مشتریان تحویل داده شود. او درباره دیگر برنامه‌هایشان در سال ۱۴۰۳ نیز صحبت می‌کند: «بین ما و شرکت ققنوس در دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت یک تفاهم‌نامه امضا شد که درباره استفاده از رمزریال بود و قرار است در سال پیش رو بیشتر روی این حوزه تمرکز کنیم.»

مهدی مقیمیان، مدیرعامل مینی کالا از اقدامات این شرکت در یک سال گذشته می گوید

مینی پی، مهم ترین دستاورد ۱۴۰۲ ما بود

ایده ساخت پلتفرم «مینی کالا» توسط شرکت مبتکر از اواخر سال ۱۳۹۹ شکل گرفت؛ پلتفرمی که بخشی از یک اکوسیستم بزرگ تر به نام «مینی شهر» است که شامل مجموعه‌ای از اپلیکیشن‌ها و پلتفرم‌ها برای شکل گیری یک شهر هوشمند با رویکرد یکپارچه است. مینی کالا با تمرکز بر شبکه فروش غیرمتمرکز، اولین بخش از این اکوسیستم است که با ایجاد یک بستر، هزینه‌های ایجاد زیرساخت‌های لازم برای راه‌اندازی و توسعه فروش آنلاین را به صفر می‌رساند. در واقع فروشنده در مینی کالا به راحتی به یک بستر آنلاین آماده برای ارائه محصولاتش دسترسی دارد. اخیراً نیز نسخه ششم این پلتفرم منتشر شده است که تغییرات زیادی داشته است. یکی از تغییرات اساسی آن نیز برای فروشنده‌ها، رایگان شدن ایجاد فروشگاه و صفر شدن کارمزد فروش است. در گفت‌وگویی که با مهدی مقیمیان، مدیرعامل مینی کالا داشتیم، به فعالیت‌هایشان در سال ۱۴۰۲، تغییر و تحولات نسخه جدید و برنامه‌هایی که برای سال ۱۴۰۳ در دستور کار دارند، پرداختیم. به گفته او، مینی کالا در سال جدید می‌خواهد با بهره‌مندی از سرویس مینی پی و توسعه سرویس خرید اعتباری و فروش اقساطی این امکان را برای فروشنده‌ها فراهم کند که بازار گسترده و مخاطب بیشتری را به سمت خود جذب کنند و در نتیجه فروش خود را افزایش دهند. در ادامه گزارشی از این گفت‌وگورا می‌خوانید.



فروشنده‌ها نیز در این نسخه تغییر کرده و سرویس تسویه آنی به پلتفرم مینی کالا اضافه شده است. مقیمیان درباره این سرویس توضیح می‌دهد: «سرویس تسویه آنی باعث شده فروشنده‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن بعد از اتمام فرایند خرید هزینه را دریافت کنند. در واقع در این نسخه فروشنده‌ها با دریافت مینی کارت می‌توانند مبلغی را که درخواست تسویه و دریافت آن را دارند، به صورت آنی دریافت کنند یا به عبارت دیگر بعد از دریافت رضایت خریدار از کالای ارسال شده توسط فروشنده، به صورت آنی امکان انتقال وجه و تسویه برای فروشنده‌ها فراهم شده است، تا به نقدینگی و سرمایه در گردش فروشنده‌ها لطمه‌ای وارد نشود.»

به گفته مقیمیان امکان ویژه دیگری که به نسخه ششم مینی کالا اضافه شده است، ارسال رایگان تمام کالاها به خریداران است.

ارائه سرویس خرید اعتباری و پرداخت اقساطی

مدیرعامل مینی کالا بر این عقیده است که مهم‌ترین دستاورد این شرکت در سال ۱۴۰۲، ارائه سرویس خرید اعتباری و پرداخت اقساطی مینی پی بوده است. او درباره این سرویس می‌گوید: «ویژگی اصلی سرویس خرید اعتباری و پرداخت اقساطی اضافه شده به مینی کالا این است که فروشنده‌ها به راحتی شرایط فروش اقساطی خود را تنظیم می‌کنند و مینی کالا نیز پرداخت و وصول اقساط را تضمین می‌کند؛ به این ترتیب هر فروشنده‌ای به دور از هر نوع پیچیدگی می‌تواند وارد بازار BNPL شود و کالای خود را به صورت اقساطی بفروشد.» هدف مینی کالا افزایش قدرت فروشنده‌ها است. مقیمیان با بیان این موضوع می‌گوید: «هرکسی که کالایی را تولید یا تأمین می‌کند، هدفش از راه‌اندازی فروشگاه یا ایجاد وبسایت یا حضور در شبکه‌های اجتماعی صرفاً این است که فروش خود را افزایش دهد و به تعداد فاکتورهایش اضافه کند. ما نیز در مینی کالا سعی کردیم هزینه‌های فروشنده برای ورود به حوزه تجارت الکترونیک و اقتصاد دیجیتال را به صفر برسانیم و کمک کنیم با ابزارهای بازاریابی، از جمله سرویس تبلیغاتی ویدئو مارکتینگ یا سرویس هوش مصنوعی مینی کالا، ذائقه کاربران را شناسایی و براساس سلیقه آنها صفحه کاوش را چیدمان کنند. این ویژگی باعث بیشتر دیده شدن محصولاتشان برای افرادی می‌شود که احتمال خرید آنها بیشتر است.»

ویژگی‌هایی در حمایت از خریداران

در نسخه ششم مینی کالا ویژگی‌هایی در حمایت از خریداران نیز اضافه شده است.

راه‌اندازی چند سرویس

مینی کالا در سال ۱۴۰۲ تمرکز خود را بر راه‌اندازی چند سرویس اصلی گذاشت که اکثر آنها روندهای بازار تجارت الکترونیکی ۲۰۲۳ بودند. مهدی مقیمیان، بنیان‌گذار و مدیرعامل مینی کالا با بیان این موضوع می‌گوید: «اولین محور، راه‌اندازی بخش ویدئو مارکتینگ یا اینفلوئنسر مارکتینگ بود که در پی آن مجبور به سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی استودیو مینی کالا شدیم. این استودیو مجهز و مناسب تولید محتوای ویدئویی و صوتی است و ما سعی کردیم افراد مجرب در این حوزه را کنار هم جمع کنیم تا محتوایی در شأن خریداران تولید کنند. محور دوم تمرکز ما در سال ۱۴۰۲، ایجاد مدل‌های درآمدی جانبی به هدف رایگان کردن سرویس‌های اصلی، مانند راه‌اندازی و کمسیون از فروش بود. محور سوم تمرکزمان در این سال ایجاد بستر ارائه تبلیغات هدفمند برای فروشنده‌ها و محور چهارم ارائه خدمات خرید اعتباری و فروش اقساطی بود.»

تغییرات نسخه ششم

اخیراً نسخه ششم مینی کالا منتشر شده است؛ نسخه‌ای که تغییرات زیادی داشته و به گفته مقیمیان اولین تغییر اساسی آن، رایگان شدن ایجاد فروشگاه و صفر شدن کارمزد فروش برای فروشنده‌ها است. مدیرعامل مینی کالا درباره این تغییر می‌گوید: «قطعاً این تغییر باعث ایجاد انگیزه بیشتر برای فروشنده‌ها خواهد شد. علاوه بر این، در نسخه ششم مینی کالا سرویس ویدئو مارکتینگ برای معرفی و فروش کالا اضافه شده است که می‌تواند مینی کالا را به یک مرجع تخصصی معرفی و فروش کالا تبدیل کند.»

طبق صحبت‌های مدیرعامل مینی کالا، تسویه حساب

مهرتراکتس



ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



◀ چالش سرمایه‌های انسانی

سال ۱۴۰۲ نه فقط برای مینی کالا، بلکه برای اکثر کسب‌وکارهای فناوری محور و دانش‌بنیان پرچالش بود. مقیمیان با بیان این موضوع می‌گویند: «مشکل اصلی که اکثر اعضای اکوسیستم فناوری کشور در سال ۱۴۰۲ تجربه کردند، مسئله سرمایه‌های انسانی بود. متأسفانه به دلیل افزایش تقاضای کار نیروی متخصص در بازار و نبود نیروی متخصص واقعی، ما با جمعیتی از نیروی انسانی روبه‌رویم که نه تجربه لازم را دارد و نه دانش لازم را، ولی حقوق و مزایای یک فرد واقعاً متخصص و مجرب را می‌خواهد و این موضوع کار را برای کسب‌وکارها سخت و توسعه آنها را با مشکلات جدی روبه‌رو می‌کند.» به عقیده مدیرعامل مینی کالا قطعاً چالش جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص در سال آتی نیز برای کسب‌وکارها وجود خواهد داشت و حتی بحرانی‌تر هم خواهد شد. او می‌گوید: «ما نیز تمهیداتی اندیشیده‌ایم تا این خلأ را پر کنیم. احتمالاً قوانین مالیاتی جدید برای پلتفرم‌های خرده‌فروشی، محدودیت‌هایی را به وجود می‌آورد که نیازمند تعامل بین دولت و پلتفرم‌ها است تا فروشنده‌ها بتوانند بدون نگرانی و بارعایت قانون، فعالیت کنند.»

◀ تلاش برای افزایش فروش

مقیمیان امیدوار است با توسعه سرویس خرید اعتباری و فروش اقساطی مینی پی این امکان را برای فروشندگان در مینی کالا فراهم کنند که بازار گسترده و مخاطب بیشتری را به سمت خود جذب کنند و در نتیجه فروش خود را افزایش دهند. او در این باره می‌گوید: «از طرفی در سال ۱۴۰۳ با توسعه بیشتر سرویس ویدئو مارکتینگ امکان بررسی سریع‌تر و دقیق‌تر محصولات را در اختیار خریداران می‌گذاریم تا بتوانند سریع‌تر و درست‌تر برای خرید کالا تصمیم بگیرند.»

به گفته مقیمیان، در این نسخه ویژگی اولی که در اختیار خریداران قرار گرفته، خرید تمام کالاها بدون نیاز به پرداخت هزینه ارسال است. او در ادامه می‌گوید: «ویژگی دوم نیز این است که امکان خرید اعتباری و پرداخت اقساطی برای خریداران فراهم شده تا بتوانند بدون نیاز به پیش‌پرداخت یا کارمزد یا بهره، خریدشان را اقساطی کنند.»

◀ چالش‌های توسعه محصول BNPL

مقیمیان با بیان اینکه بازار BNPL در ایران عملاً به یکی از روندهای صنعت فناوری مالی کشور تبدیل شده و در حال حاضر برخی از بانک‌ها و لیزینگ‌ها حضور جدی و فعالی در این صنعت دارند، می‌گویند: «اما مشکلی که در این بین وجود دارد، دریافت بهره و کارمزدهای سنگین است. از طرف دیگر نیز سرویس BNPL به معنای واقعی وجود ندارد و عملیات خرید دین در حال انجام شدن است، اما در سرویس خرید اعتباری و فروش اقساطی ما که با برند مینی پی شناخته می‌شود کارمزد و بهره صفر است و عملاً خرید دین هم انجام نمی‌شود. ارائه این مدل سرویس یکی از چالش‌های ما در سال ۱۴۰۲ بود و هنوز هم به دلیل وجود نقدینگی و پول‌پاشی این بازیگران اصلی چالش‌هایی در توسعه محصول داریم.»

◀ کارت‌های عضو شتاب مینی کالا

مینی کالا در تعامل با یکی از بانک‌های کشور طی ۱۰ ماه گذشته موفق شده کارت‌های عضو شبکه شتاب بانکی را عرضه کند. مدیرعامل مینی کالا درباره این خدمت توضیح می‌دهد: «همان‌طور که می‌دانید پرداخت و درگاه پرداخت اینترنتی، به‌ویژه در چند سال اخیر، یکی از چالشی‌ترین بخش‌ها در صنعت پرداخت کشور بوده و از طرفی هم یکی از ابتدایی‌ترین ابزار یا سرویس‌هایی است که هر فروشنده‌ای برای راه‌اندازی بستر فروش اینترنتی خود نیاز دارد.»

مینی کالا این کار را بسیار سهل و آسان کرده است. ما با تعامل با یکی از بانک‌های تحت نظارت بانک مرکزی طی ۱۰ ماه گذشته موفق شدیم کارت‌هایی را عرضه کنیم که عضو شبکه شتاب بانکی اند و تمام مخاطبان مینی کالا می‌توانند آن را به راحتی به دست آورند و مثل یک کارت بانکی معمولی از آن استفاده کنند. این کارت‌ها فارغ از ظاهر زیبایی که دارند، با کارت‌های بانکی معمول و رایج در شبکه بانکی تفاوت خاصی ندارند. همچنین امکان تسویه حساب آنی از کیف پول مینی کالا به این کارت‌ها برقرار شده است.»



در گفت و گو با محمد مظاهری، مدیرعامل شرکت توسن تکنو درباره تمرکز این شرکت در سال آینده مطرح شد

توجه ویژه به قابلیت های پلتفرم اندرویدی

اسفندماه ۱۴۰۲، توسن تکنو وارد سال چهاردهم فعالیت خود شد. به گفته محمد مظاهری، از نظر هیئت مدیره سالی که گذشت، نقطه عطف فعالیت های توسن تکنو بود. در تابستان ۱۴۰۲، مدت ها برنامه ریزی و ایجاد آمادگی در شرکت برای ورود به بازار سرمایه به ثمر نشست و برگزاری جلسات معارفه و در نهایت عرضه عمومی سهام «فن افزار» در بازار فرابورس منجر به رقم خوردن اتفاق خاطره انگیز سهامی عام شدن شرکت و ورود سهامداران جدید به چرخه مالی این شرکت شد. در گفت و گویی که با محمد مظاهری، مدیرعامل توسن تکنو، داشتیم از دستاوردهای این شرکت در یک سال گذشته و برنامه های این شرکت برای سال ۱۴۰۳ پرسیدیم. مظاهری که اخذ گواهی دانش بنیان برای راهکارهای پرداخت الکترونیک را دستاورد بزرگ این شرکت در سال ۱۴۰۲ می داند، می گوید به عنوان یک کسب و کار فناور، در کنار ارتقای فناوری و متناسب با نیاز بازار، به لاین های جدید کسب و کاری فکر می کنند و امیدوارند در سال ۱۴۰۳ نیز بتوانند به توسعه راهکارهایشان ادامه دهند. در ادامه گزارشی از این گفت و گورا می خوانید.



◀ گام بلند توسن تکنو در بومی سازی محصولات سخت افزاری

توسن تکنو طی سال های گذشته در راهکارهای بانکی و کسب و کار هوش مصنوعی «آرتین»، موفق به دریافت گواهی دانش بنیان شده بود. محمد مظاهری، مدیرعامل توسن تکنو، درباره اقداماتشان در سال ۱۴۰۲ می گوید: «در یک سال گذشته تلاش کردیم در ادامه سیاست های همراهی خود با مشتریان و راحت کردن خیال آنها از بابت تولید به موقع و مقرون به صرفه محصول و تأمین قطعات لازم، با تجهیز تیم تحقیق و توسعه سایت تولید، روی دریافت گواهی دانش بنیان در حوزه راهکارهای پرداخت الکترونیک تمرکز کنیم. به این ترتیب با کار ارزشمند همکاران و پیگیری مستمر، شرکت در ماه های پایانی سال ۱۴۰۲ موفق به دریافت گواهی دانش بنیان برای تولید پایانه های سخت افزاری و سامانه های نرم افزاری پرداخت الکترونیک شد. با این دستاورد، تولید کارت خوان دانش بنیان با نام TECHNO M500 و تکمیل آن با پلتفرم TECHSTORE منجر به پیشتازی توسن تکنو در بازار و خلق ارزش پایدار برای شرکت خواهد شد. به این ترتیب گام بلندی در حوزه تنوع کمی و کیفی، انتقال فناوری و افزایش بومی سازی محصولات سخت افزاری برداشته شد.» او همچنین اضافه می کند: «ما روی توسعه مفهوم کارت خوان های هوشمند کلاسیک و توسعه کارت خوان های هوشمند

اندرویدی تمام لمسی تمرکز داشتیم و از ایده تاطراحی و اجرا همگی از برنامه های توسن تکنو طی دو سال اخیر برای ایجاد تنوع کمی و کیفی در محصولات و پاسخ مناسب به نیاز بازار بود. در کارت خوان های اندرویدی روی موضوع شفاف سازی مزایای آنها برای PSP ها، کسب و کارها و کاربران نهایی تمرکز داشتیم. به این ترتیب در سال ۱۴۰۲ قرارداد بزرگ واگذاری پایانه های پرداخت الکترونیک مبتنی بر اندروید کشور را عملیاتی کردیم. توسن تکنو در حال حاضر تنها و بزرگ ترین شرکت دانش بنیان ارائه دهنده راهکارهای سخت افزاری و نرم افزاری پرداخت الکترونیک ایران است. در این مسیر پنج ساله که تولید را عملیاتی کردیم، شرکت های PSP بسیار با ما همراهی کردند و از این بابت قدردان آنها ایم. شیرینی این موفقیت را با این عزیزان جشن می گیریم.»

عصر تراکتس



۱۹۶

ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

◀ توسعه مارکت اندروید

توسن تکنو همواره به ایجاد تنوع کمی و کیفی در محصولات و راهکارهای خود متناسب با نیاز بازار فکر کرده است. مدیرعامل این شرکت در این باره توضیح می‌دهد: «تغییر در محیط کسب و کار، شرایط اقتصادی و بازار، ما را به سمت تنظیم‌گری می‌برد. یک شرکت پیشرو باید بتواند خودش را متناسب با نیاز بازار همسو کند. با همین رویکرد به فکر توسعه مارکت اندروید افتادیم. پس در رویداد سیملس ۲۰۲۳ از نسل جدید محصولات خود رونمایی کردیم. در حوزه کارت‌خوان محصولات نظیر TECHNO D230 و TECHNO S915 را به‌عنوان کلاسیک‌های هوشمند عرضه کردیم و از سوی دیگر TECHNO P3، TECHNO P10 و P8 را با رویکرد مهاجرت به اندروید و قابلیت‌های پلتفرمی آن ارائه دادیم. توسن تکنو همواره با بانک‌ها و PSP‌های مختلف همکاری داشته و امسال نیز بزرگ‌ترین قرارداد کارت‌خوان اندرویدی کشور را با شرکت پرداخت الکترونیک سپهر منعقد کرد.»

◀ اخذ گواهی دانش بنیان در راهکارهای پرداخت الکترونیک

مظاهری توضیح می‌دهد که پس از سیزده سال فعالیت و کسب تجربه توسن تکنو در زمینه ابزارهای پرداخت الکترونیک و حدود هفت سال پیش از آن در توسن، اخذ گواهی دانش بنیان برای راهکارهای پرداخت الکترونیک، دستاورد بزرگ این شرکت در سال ۱۴۰۲ بود. او در این باره می‌گوید: «با شرایط فعلی، تولید بدون تحقیق و توسعه، دانش فنی و افزایش عمق تولید داخلی محصولات بی‌فایده است. دانش بنیان شدن در حوزه تولید و توسعه راهکارهای پرداخت برای آینده توسن تکنو بسیار بارزتر است.»

◀ دوراهکار جدید توسن تکنو

توسن تکنو شرکت تولیدکننده ماشین‌های بانکی با عمق تولید بالای ۵۸ درصد است. از طرفی در زمینه توسعه راهکارهای نرم‌افزاری ماشین‌های بانکی هم موفق به عرضه محصول TECHNO ITM شد که تجربه متفاوتی را در تعامل با ماشین بانکی برای بانکدار، راهبر دستگاه و مهم‌تر از آن، برای مشتری نهایی بانک یا نهاد مالی رقم می‌زند. مظاهری با بیان این موضوعات درباره دوراهکار جدید این شرکت صحبت می‌کند: «توسعه راهکارهای TECHNO GOLD POS و TECHNO GOLD ATM با مشارکت و همراهی شرکت‌های زبرد، شاپ و تکسا به‌عنوان دیگر شرکت‌های گروه توسن صورت گرفته است. فروشندگان صنف طلا و جواهر با بهره‌مندی از این راهکارها، می‌توانند برای بهبود فرایندهای خرید و فروش، انجام امور مالیاتی و بهینه‌سازی تجربه مشتری در نقطه فروشگاه خود اقدام کنند.» طبق صحبت‌های مدیرعامل توسن تکنو، راهکار TECHNO GOLD ATM این امکان را برای مشتریان فراهم می‌آورد تا با اطمینان بالاتر و سهولت بیشتر اقدام به خرید و فروش سکه و شمش طلا کنند. او می‌گوید: «این دستگاه همچنین می‌تواند احراز هویت خریدار یا فروشنده طلا را از طریق حسگر اثر انگشت، دوربین تشخیص چهره و اسکنر کارت هوشمند ملی انجام دهد.» در راهکار TECHNO GOLD POS توسن تکنو نیز استعمال اصالت سکه و شمش طلا با استفاده از فناوری NFC و به‌کارگیری پایانه پرداخت الکترونیک TECHNO P10 میسر شده است. مظاهری در این باره می‌گوید: «بدین ترتیب فروشندگان با بهره‌گیری از راهکار مدیریت فروشگاه شاپین، قادر به چاپ و صدور فاکتور و اصالت‌سنجی سکه‌ها و شمش‌های زبرد خواهند بود. ثبت موجودی طلا در سامانه جامع تجارت از دیگر ویژگی‌های شاپین برای طلافروشان است. همچنین راهکار تکسا، به‌صورت یکپارچه با راهکار شاپین، امکان اتصال به سامانه مؤدیان مالیاتی و جلوگیری از جرایم مالیاتی را برای طلافروشان فراهم کرده است. شمش‌های زبرد دارای ویژگی‌های امنیتی و فنی بسیاری از جمله تصویر مخفی، پروتکل NFC، مرکب امنیتی بارنگ متغیر، سریال یکتا میکروچیپ رمزنگار و میکروولاین رنگین‌کمانی هستند.»

◀ رشد ۵۶ درصدی درآمد

توسن تکنو در فهرست پانصد شرکت برتر ایران از نظر میزان فروش / درآمد سال مالی ۱۴۰۱، با ۲۴ پله ارتقا نسبت به سال گذشته، به رتبه ۲۳۹ رسید. مظاهری در این باره می‌گوید: «ما در سال ۱۴۰۱، اهداف فروش سال راطی ۹ ماه اول سال محقق کردیم. تدابیر اندیشیده‌شده برای حفظ پیشتازی توسن تکنو در حوزه راهکارهای پرداخت الکترونیک و توجه ویژه به مارکت Android POS به‌عنوان یک رویکرد استراتژیک، برای حفظ جایگاه و افزایش سهم بازار بود. عملیاتی شدن پروژه بزرگ و ملی پرداخت الکترونیک اندرویدی کشور به همراه راه‌اندازی سامانه مدیریت پایانه‌های پرداخت الکترونیک TECHSTORE از راه

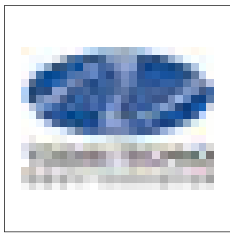
دور، توانمندی شرکت را نشان داد و منجر به ارتقای جایگاه ۲۴ پله‌ای توسن تکنو شد.» مدیرعامل توسن تکنو سپس درباره عملکرد این شرکت در سال ۱۴۰۲ صحبت می‌کند و می‌گوید: «عرضه سهام فن‌افزار در بازار سرمایه، دریافت گواهی دانش بنیان در راهکارهای پرداخت الکترونیک و تولید اولین کارت‌خوان دانش بنیان کشور، صادرات محصول به خاورمیانه، دریافت مجوز و آغاز به کار هفتمین شرکت معتمد مالیاتی کشور با نشان تجاری تکسا و به‌سهامداری توسن تکنو، شاپ و توسن به‌عنوان یک کسب و کار جدید، محقق کردن درآمد دو هزار و ۱۲۰ میلیارد تومانی در سال مالی ۱۴۰۲ که نشان از رشد ۵۶ درصدی نسبت به سال گذشته دارد، همگی نشان از عملکرد مطلوب توسن تکنو و همکاران من دارد.»

◀ چالش تأمین ارز

مسئله تأمین ارز برای تولیدکنندگان همچنان یک چالش است. مظاهری درباره چالش‌هایشان در یک سال گذشته می‌گوید: «به نظر می‌رسد توجه به شرکت‌های دانش بنیان که سرمایه‌گذاری هدفمند و هوشمندانه‌ای در زمینه تحقیق و توسعه انجام داده‌اند می‌بایست یک اولویت جدی باشد. با این حال فکر می‌کنم با تدابیری که در لاین‌های مختلف توسن تکنو اندیشیده‌ایم، بتوانیم کسب و کارها را به‌خوبی و با آمادگی بیشتری پیش ببریم. امیدواریم شرایط خوبی را برای شرکای تجاری و سهامداران در سال ۱۴۰۳ رقم بزنیم.»

◀ ایجاد تنوع در سرویس‌ها و نوآوری در راهکارها

گروه شرکت‌ها و کسب و کارهای توسن تکنو به‌عنوان کسب و کارهای فناوری و نوآور، با اتخاذ رویکردهای استراتژیک در لاین‌های بانکی، پرداخت الکترونیک، هوش مصنوعی، فروشگاه‌ها، سرویس و خدمات پس از فروش و ارائه خدمات به مؤدیان مالیاتی آماده و تجهیز شده‌اند. مظاهری با بیان این موضوع درباره برنامه‌هایشان در سال جدید می‌گوید: «تلاش می‌کنیم در ادامه رویکرد خود در لاین‌های کسب و کاری، برای شرکای تجاری خود ارزش پایدار خلق کنیم و خیال آنها را از بابت دریافت راهکارها و خدمات مقرون‌به‌صرفه و باکیفیت، راحت کنیم. توجه به پلتفرم‌هایی مانند TECHSTORE، ایجاد تنوع در سرویس‌ها، نوآوری و کمک به بهبود بهره‌وری شرکای تجاری از مهم‌ترین برنامه‌های ماست. روی فناوری اندروید متمرکز خواهیم بود و تلاش می‌کنیم مزایای آن را در تعریف سرویس‌های جدید، بهبود تجربه مشتری و کاهش هزینه‌های عملیاتی به کار بگیریم. TECHSTORE راهکاری استراتژیک، مکمل و بسیار کارآمد خواهد بود و می‌تواند تکمیل‌کننده زنجیره ارزش شرکای تجاری ما باشد. همچنین ارائه خدمات پس از فروش برای محصولات تولیدی دانش بنیان ما توسط «پوینت» در سراسر کشور، یک برنامه کلیدی دیگر است.» او با بیان این موضوع که ما نهال‌هایی کاشته‌ایم، آنها را با درایت و دوراندیشی محافظت کرده‌ایم و امیدواریم در سال ۱۴۰۳ به بار بنشینند، درباره سال ۱۴۰۳ برای توسن تکنو می‌گوید: «به حفظ و استمرار موفقیت‌ها امید داریم. به‌عنوان یک کسب و کار فناوری همراه با ارتقای فناوری و متناسب با نیاز بازار، به لاین‌های جدید کسب و کاری فکر می‌کنیم و امیدواریم بتوانیم در سال ۱۴۰۳ و پس از آن، به توسعه راهکارها ادامه دهیم.»



مهرتراکتس

کسب و کار

۱۹۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

گزارش تصویری عصر تراکنش از نشست خبری
توسن تکنو که در سایت تولید این شرکت برگزار شد

رونمایی از محصولات جدید دانش بنیان

بازدید خبرنگاران از خطوط تولید، رونمایی از محصولات جدید دانش بنیان و نشست خبری شرکت «توسعه فن افزار توسن» با نشان تجاری «توسن تکنو»، روز سه شنبه ۱۷ بهمن ماه ۱۴۰۲ با حضور محمد مظاهری، مدیرعامل و مدیران ارشد این شرکت در سایت تولید شهرک صنعتی کاسپین قزوین برگزار شد. این رویداد با موضوع دانش بنیان شدن توسن تکنو در تولید راهکارهای سخت افزاری و نرم افزاری صنعت پرداخت الکترونیک برنامه ریزی شده بود. در ابتدای برنامه خبرنگاران حوزه اقتصادی، بازار سرمایه، فین تک و فناوری اطلاعات از خطوط تولید محصولات پرداخت الکترونیک و بانکی توسن تکنو بازدید کردند و از نزدیک با فرایند تولید انواع پایانه های پرداخت الکترونیک و ماشین های بانکی آشنا شدند.



پس از بازدید، نوبت به رونمایی از اولین کارت خوان دانش بنیان تولیدی کشور با نام TECHNO M500 رسید و در ادامه سامانه دانش بنیان مدیریت پایانه های پرداخت الکترونیک TECHSTORE به عنوان راهکار مکمل برای کاهش هزینه های عملیاتی PSPها در مدیریت از راه دور شبکه کارت خوان ها معرفی شد. برخی از مزایای سامانه TECHSTORE عبارتند از: قابلیت مشاهده آنی (مانیتورینگ) وضعیت کارکرد سخت افزاری پایانه های پرداخت الکترونیک، امکان مشاهده وضعیت کلی ناوگان پایانه های پرداخت الکترونیک، قابلیت مدیریت و کنترل پایانه های پرداخت الکترونیک از راه دور، امکان به روز رسانی نرم افزار و سیستم عامل کارت خوان از راه دور (عدم نیاز به مراجعه حضوری)، قابلیت ارائه نرم افزارهای مختلف در مارکت نرم افزارهای اندرویدی شرکت مدنظر، امکان ارائه خدمات محدود سرویس از راه دور، قابلیت به روز رسانی PUK پایانه های پرداخت الکترونیک از راه دور و امکان دسترسی به آخرین موقعیت مکانی ثبت شده توسط هر کارت خوان (در صورت داشتن GPS). به این ترتیب توسن تکنو که پیش از این برای راهکارهای بانکی و هوش مصنوعی تولیدی خود، گواهی دانش بنیان دریافت کرده بود، دریافت این گواهی در تولید راهکارهای سخت افزاری و نرم افزاری صنعت پرداخت الکترونیک را اعلام و رونمایی کرد. محمد مظاهری در نشست خبری این رویداد، به موانع پیش روی شرکت های دانش بنیان در بخش خصوصی اشاره کرد و گفت: «با توجه به اهمیت ویژه خودکفایی ملی که ضمن خلق محصول توسن تکنو برای دانش بنیان برای کشور به ارمغان می آید، امید داریم تخصیص ارز به این شرکت ها با سهولت بیشتری صورت گیرد.»

او همچنین به مزایای استفاده از سامانه مدیریت پایانه های پرداخت الکترونیک توسط شرکت های PSP اشاره کرد و افزود: «مرور صورت های مالی PSPها مبین این مطلب است که بخش زیادی از هزینه های این شرکت ها مربوط به هزینه های عملیاتی است و استفاده از سامانه های مدیریت کارت خوان می تواند این هزینه را تا ۳۰ درصد کاهش دهد.» طبق گفته های مظاهری، توسن تکنو با سیزده سال سابقه در ارائه و تولید راهکارهای مالی و همچنین عرضه بیش از یک میلیون و پانصد هزار پایانه پرداخت الکترونیک و ۳۵۰ هزار کارت خوان اندرویدی، در حال حاضر تنها و بزرگ ترین تولیدکننده دانش بنیان پایانه های پرداخت الکترونیک در کشور است. این شرکت با دریافت گواهی دانش بنیان برای تولید کارت خوان های پرداخت الکترونیک، هم اکنون در تمام راهکارهای خود دارای نشان دانش بنیان شده است. ♦

عصر تراکنش

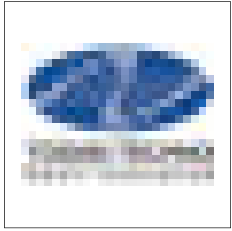


۱۹۸

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران





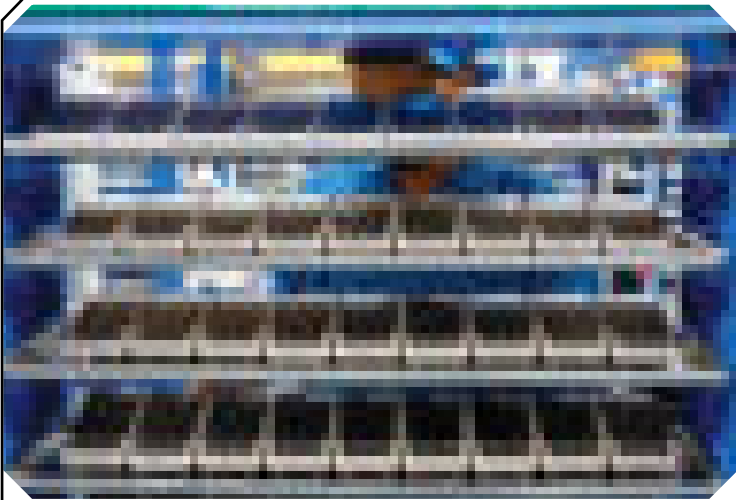
عمر تراکتس

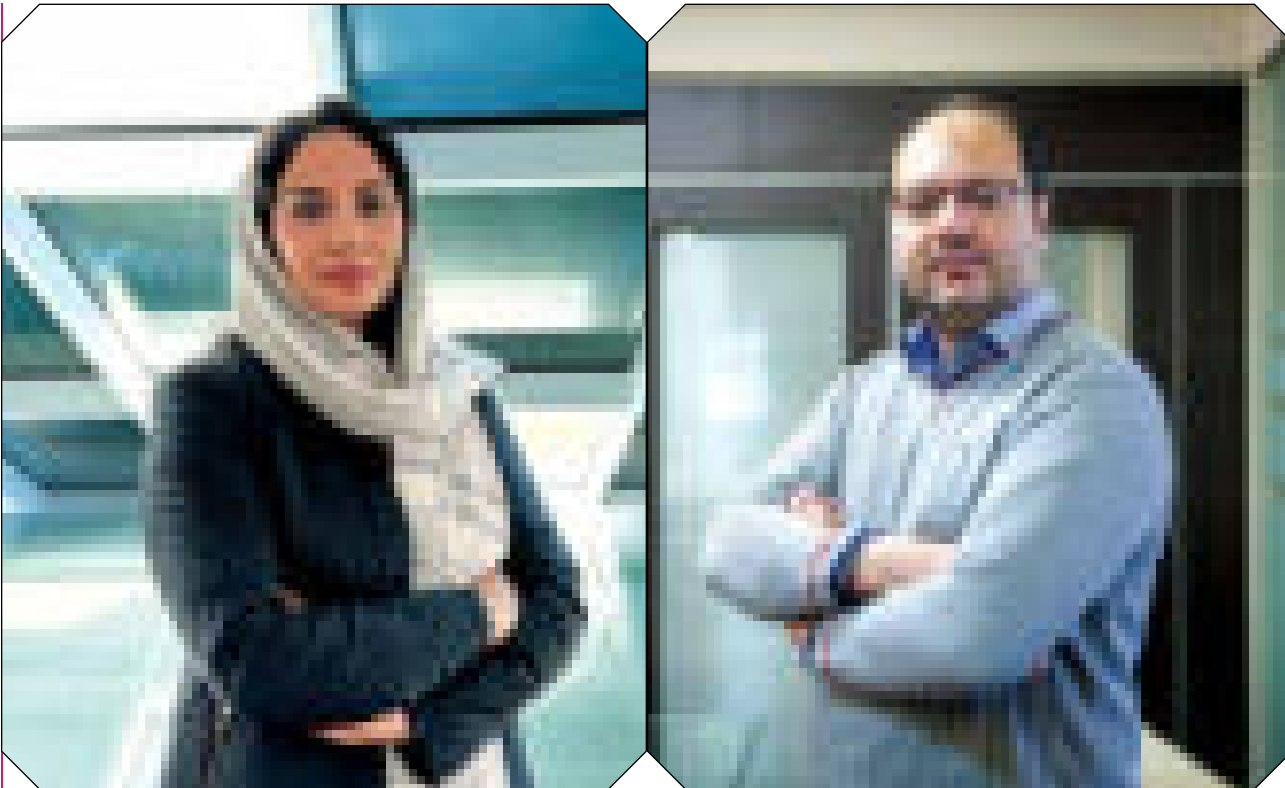
کسب و کار

۱۹۹

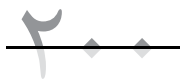
اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم





عصر تراکنش



ASAE.TARAKHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

مدیران رهند هوشمند از لزوم به کارگیری تفکر پلتفرمی فرایند محور و چشم اندازهای این شرکت می گویند

می خواهیم جزو پانصد شرکت برتر ایران باشیم

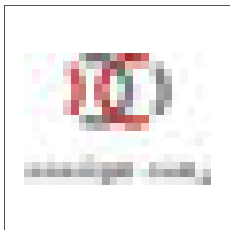
رهند هوشمند که با تفکر پلتفرمی اش شناخته می شود، یکی از شرکت های فعال در صنعت طراحی و اجرای سامانه های مدرن نرم افزارهای صنعت مالی و بانکی کشور است؛ صنعتی نوظهور و البته پرطرفدار در اقتصاد ایران که نقش مهمی در تأمین زیرساخت های لازم برای تحقق ایده تحول دیجیتال دارد. طبق صحبت های مدیران این شرکت، اتخاذ تفکر پلتفرمی به عمیق تر شدن دانش آنها و میزان چابکی شان کمک کرده و به مزیت رقابتی آنها تبدیل شده است؛ مزیت رقابتی که آنها را برای قرار گرفتن در فهرست پانصد شرکت برتر کشور طی دو، سه سال آینده امیدوار کرده است. مدیران این شرکت معتقدند «ایده هوشمند» آنها، یعنی خط تولید کامل سرویس ها و فرایندهای دیجیتالی که طراحی، پیاده سازی و اتصال سرویس ها و فرایندهای کسب و کاری مختلف را ممکن می کند، می تواند بستر خوبی برای ایجاد یک نئوبانک واقعی باشد و می خواهند در سال ۱۴۰۳ قابلیت های جدیدی را به آن اضافه کنند. البته مزایای استفاده از تفکر پلتفرمی در همین ها خلاصه نمی شود و مزایای دیگری نیز دارد که اگر کنجکاوید، می توانید این گفت و گوی عصر تراکنش با شاهرخ آقا شیخ محمد، مدیر محصول و مدیر عملیات سی بانک و کیوبانک و سمیرا مجد، هم بنیان گذار رهند هوشمند را بخوانید. آنها علاوه بر پرداختن به مزایای استفاده از تفکر پلتفرمی فرایند محور درباره عملکرد شرکت رهند در سال ۱۴۰۲ و برنامه های آینده شان نیز صحبت می کنند.



چابکی و دانش عمیق؛ مزایای رقابتی رهند هوشمند

داشته است. تحلیل فرایندی کسب و کارها، تولید سامانه های فرایندی در حوزه هایی نظیر پرداخت، ارزش افزوده، لیزینگ، بورس و این اواخر نیز تولید سامانه سیپات از جمله تجاری بوده که نگرش او به فناوری اطلاعات را در این سال ها متحول کرده است. مجد درباره نحوه شرکتداری شان در رهند هوشمند

سمیرا مجد، هم بنیان گذار رهند هوشمند است و پس از بیست سال فعالیت در حوزه فناوری اطلاعات، به دلیل علاقه ای که به کارآفرینی داشته است، به همراه همسرش این شرکت را تأسیس می کنند. با وجود این، او از سال ۱۳۹۶ تاکنون که رهند هوشمند را ایجاد کرده اند، فقط در سمت هم بنیان گذار این شرکت مشغول به کار نبوده و نقش مدیر پروژه و مدیر فنی برخی از تولیداتشان مانند سیپات را هم برعهده



معرض تراکتس

کسب و کار

۲۰۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

وزیر ساخت‌های مالی است. همچنین، می‌خواهیم کانال‌های سخت‌افزاری آن را هم توسعه دهیم و از اینترنت اشیا استفاده کنیم. با توجه به منحنی رشد سازمان‌ها، رهند هوشمند در حال گذر از مرحله رشد سریع و ورود به مرحله بلوغ است و با پایبندی به برنامه‌ها و استراتژی‌هایش در مسیر ارائه محصولات جدید منطبق با فناوری‌های به‌روز قدم برمی‌دارد.»

◀ سیپات و کیوبانک؛ دو محصول رهند

شرکت رهند هوشمند در سال ۱۴۰۲ برنده دو جایزه شده است. شاهرخ آقا شیخ محمد، مدیر محصول و مدیر عملیات سی بانک و کیوبانک، یکی از مدیران با سابقه صنایع مالی و بانکی کشور است و پس از حضور در شرکت‌هایی نظیر توسن، ثامن ارتباط عصر و رایان هم‌افزا از سال ۱۳۹۹ در شرکت رهند هوشمند مشغول به کار شده است. او درباره دریافت این جوایز می‌گوید: «کیوبانک در واقع دیجیتال بانک قرض الحسنه مهر ایران است که به تازگی به بهره‌برداری کاربران رسیده است و در نمایشگاه تراکتس امسال برنده شده است. این محصول علاوه بر سرویس‌های پایه‌ای نظیر احراز هویت دیجیتال، افتتاح حساب غیرحضور، درخواست صدور کارت و ارائه خدمات بانکی و پرداخت، سرویس‌های دیگری مانند امضا و سفته دیجیتال را هم که باعث تسهیل دسترسی افراد به سید تسهیلات بانک می‌شود در برمی‌گیرد. هدف اصلی این پلتفرم این است که سبک زندگی قرض الحسنه را در زندگی روزمره مردم جا بیندازد و ارائه تسهیلات متنوع کاملاً دیجیتال با نرخ پایین یکی از ویژگی‌های مهم و منحصر به فرد آن است. در حال حاضر نیز حداقل هشت طرح تسهیلات فردی و دو طرح تسهیلات تکلیفی فرزندآوری و ازدواج را دارد که قابل ارائه به متقاضیان است. این پلتفرم چندین تسهیلات هدفمند و شرکتی نیز دارد که باعث کنترل جریان نقدینگی می‌شود. این خدمت می‌تواند با اتصال به بازارگاهی به نام کیولند، جریان نقدینگی را از نقطه درخواست و اعطای تسهیلات با نرخ قرض الحسنه تا نقطه مصرف در بازار کنترل کند و وارد بازارهای مالی و واسطه‌گری نشود.»

سیپات نیز یکی دیگر از محصولات شرکت رهند هوشمند است که در این نمایشگاه موفق به دریافت جایزه شده است؛ محصولی که بنا بر صحبت‌های آقا شیخ محمد، محصولی فرآیندی برای ارائه تسهیلات تکلیفی به متقاضیان است و یکی از سه محصول شخصی‌سازی شده برای بانک سینا است. او در این باره می‌گوید: «سیپات، سیمارت و سی بانک سه محصول شرکت رهند هوشمند هستند که در حد فاصل سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ برای بانک سینا طراحی و شخصی‌سازی شده‌اند. این سه محصول بر پایه یک پلتفرم یکپارچه و فرآیند محور طراحی شده‌اند. سامانه سیپات، این امکان را به سازمان‌های بزرگ می‌دهد که تسهیلات تکلیفی خود را با سرعت بیشتر، یکپارچگی بهتر و مطابق با بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های بانک مرکزی ارائه دهند و بر کل این جریان نظارت داشته باشند.»

می‌گوید: «شرکت رهند هوشمند از همان ابتدا با رویکرد جذب افراد مستعد و تمرکز روی مدل‌های تجاری پلتفرمی و کاهش فاصله زمانی میان خلق یک ایده تا ارائه محصول شروع به کار کرد. دامنه محصولات ما گسترده است و این تنوع باعث چابک‌تر شدن و عمیق‌تر شدن دانش ما شده است. این چابکی و دانش به خلق مدل پلتفرمی ما منجر شده و ما را از رقبایمان متمایز کرده است. البته این تنوع، پیچیدگی‌هایی هم دارد که کار تولید و پشتیبانی را دشوار می‌کند، اما ما تا به امروز از پس همه این موارد برآمده‌ایم.»

◀ افزایش بهره‌وری و کارایی

تولید محصول فناورانه در جایی مانند ایران کار آسانی نیست؛ کشوری که در آن کسب و کارها مجبورند با مشکلاتی نظیر تورم، مهاجرت نیروهای انسانی متخصص، مشکل در تأمین منابع مالی پروژه‌ها و مسائل رگولاتوری دست‌وپنجه نرم کنند. مجدی با اشاره به این مهم درباره چالش‌هایی که در سال ۱۴۰۲ داشته‌اند، بیان می‌کند: «جذب و نگهداشت نیروی انسانی، هزینه‌های بالای تولید نرم‌افزار، دوره‌های طولانی مناقصات و بازگشت منابع حاصل از کار و جریان نقدینگی از مهم‌ترین مشکلاتی است که در سال ۱۴۰۲ با آنها درگیر بودیم و سعی کردیم با جمع‌وجور نگه داشتن شرکت و افزایش بهره‌وری و کارایی تا حد ممکن، خودمان را در منطقه امن نگه داریم. در همین راستا، ساختار قراردادهایمان را هم تغییر دادیم و با صرفه‌جویی و چابکی بیشتر در ارائه خدمات و محصولاتمان از پس این چالش‌ها برآمده‌ایم.»



مجدی: تمرکز ما در سال آینده روی توسعه پلتفرم «ایده هوشمند» با تقویت قابلیت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، پیام‌رسان‌های نسل پنجم سازمانی و زیرساخت‌های مالی است. همچنین، می‌خواهیم کانال‌های سخت‌افزاری آن را هم توسعه دهیم و از اینترنت اشیا استفاده کنیم

◀ سیپات؛ تحقق ایده بانکداری اجتماعی

بنا بر صحبت‌های سمیرا مجدی، سیپات یک محصول دیجیتال در حوزه بانکداری اجتماعی است که با مشارکت بانک سینا و بنیاد علوی تولید شده است و ارائه تسهیلات به اقشار کم‌برخوردار جامعه به صورت غیرحضور را محور قرار داده است. او در این باره می‌گوید: «بنیاد علوی به منظور توانمندسازی اقشار کم‌برخوردار و محروم جامعه در مناطق مختلف کشور، واجدین شرایط دریافت تسهیلات را از طریق نمایندگان به سامانه سیپات معرفی می‌کند. پس از آن، سامانه مراحل احراز هویت و اعتبارسنجی اولیه و تأیید مدارک را پیش می‌برد. سپس اعتبارسنجی نهایی در سیستم بانکداری کشور پیگیری می‌شود تا با توجه به توانایی متقاضی به دو صورت حضوری یا غیرحضور از بستر یک سامانه کاملاً دیجیتال روال تسهیلات طی شود و در مدت کوتاهی از زمان معرفی، تسهیلات به آنها داده شود. هدف سیپات از همان ابتدا این بود که بین اکوسیستم‌های مختلف پل بزند و ارتباط و تعامل بین آنها را ممکن سازد. به همین منظور، با شناسایی نقطه تماس‌ها، جزئیات و توجه به نیازمندی‌های هر اکوسیستم و مؤلفه‌هایی که کاربر نهایی آنها را در سیستم منتشر می‌کند، آن هم در یک مسیر پرتعامل و ایستگاه‌های کاری متفاوت کار خودش را آغاز کرد. همچنین، نبود سیستم مشابه منجر به این شد که نیازهای سامانه به صورت تدریجی شکل بگیرد و این بزرگ‌ترین چالش ما در این پروژه بود.»

◀ ۱۴۰۳؛ اضافه کردن قابلیت‌های جدید به «ایده هوشمند»

رهند هوشمندی‌ها می‌خواهند در سال ۱۴۰۳ «ایده هوشمند» را توسعه دهند. هم‌بنیان‌گذار این شرکت درباره چگونگی توسعه آن و برنامه‌هایی که برایش دارند، توضیح می‌دهد: «تمرکز ما در سال آینده روی توسعه پلتفرم «ایده هوشمند» با تقویت قابلیت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، پیام‌رسان‌های نسل پنجم سازمانی

ارائه تصویری ۳۶۰ درجه از رفتار مشتری

شرکت رهند سه محصول مهم دارد که همگی براساس یک پلتفرم کاملاً فرایندی ایجاد شده‌اند. آقا شیخ محمد در این باره توضیح می‌دهد: «اولین سامانه، یک سیستم مانیتورینگ بسیار قدرتمند است که کل جریان عملکردی سیستم را پایش می‌کند و برای گروه عملیات و پشتیبانی مناسب است و می‌تواند بر گزارش‌های ریز عملکردی، کارکردی، سیستمی و کاربری نظارت کند و در صورت بروز خطا اصلاحات لازم را انجام دهد. دومین سامانه به اطلاعات پایه مربوط می‌شود و می‌تواند برای کاربران ادמיینی مناسب باشد تا بتوانند جریان‌های کسب‌وکاری را تغییر دهند یا سبد محصولاتشان را بر بستر این پلتفرم توسعه دهند. سامانه هوش تجاری نیز سومین سامانه این پلتفرم است که به صورت کلان، مدل‌سازی جریان کسب‌وکاری را انجام می‌دهد و داشبوردهای متنوعی دارد. بیشتر داشبوردهای ساخته‌شده در این حوزه منوط به کسب‌وکارها است تا بتوانند تصویری دقیق و جامع از شناسایی ارزش عمر مشتری و تصویری ۳۶۰ درجه از رفتار مشتری ارائه دهند. همان‌طور که می‌دانید مزیت یک پلتفرم فرایندمحور این است که مراحل درخواست یک مشتری برای یک محصول را در سیستم ذخیره کند تا در آینده الگوی رفتاری او و روندهای حاکم بر آن را شناسایی و بعضاً پیش‌بینی کند. این موضوع برای بازاریاب‌ها و افرادی که می‌خواهند به محصولات خود تنوع ببخشند، امری ضروری و حیاتی است.»

نقش پلتفرم‌های فرایندمحور در امر نظارت

طبق صحبت‌های آقا شیخ محمد، یک سیستم فرایندمحور به صورت پیش‌فرض در خودش CDC را دارد و دیگر نیازی نیست که برای پیاده‌سازی آن در زمینه‌های هوش تجاری و ساختن انبار داده حجیم هزینه زیادی صرف شود. وظیفه کارشناسی که در زمینه هوش تجاری فعالیت می‌کند انتقال داده به انبار داده، مدل‌سازی انبار داده، بعدسازی و ایجاد فکت‌هایی است که به ساخت مدل و ایجاد داشبورد منتهی می‌شود. او با بیان این موارد می‌گوید: «فرض کنید محصولی به نام درخواست تسهیلات خرید کالا داریم. از نظر تمام نرم‌افزارهای رایج بازار، افرادی که این تسهیلات را دریافت کرده‌اند، فقط همان کسانی هستند که برای دریافت تسهیلات درخواست داده‌اند، اما سامانه‌های فرایندمحور رهند هوشمند عملکرد متفاوتی دارند و شما به عنوان صاحب یک کسب‌وکار می‌توانید تمام فرایند را ببینید و بدانید که چه تعداد کاربر این سبد را انتخاب کرده‌اند و هر یک تا چه مرحله‌ای پیش رفته‌اند و چند نفر از آنها تسهیلات مدنظرشان را دریافت کرده یا از دریافت آن منصرف شده‌اند. علاوه بر این، می‌توانید چرایی و چگونگی این تصمیم‌ها را هم زیر نظر بگیرید. این نظارت دقیق بهتان کمک می‌کند سبد محصول دقیق‌تری ارائه دهید و برای ساخت انبار داده‌های آرشو شده و حجیم هزینه زیادی نپردازید و داشبورد مدنظرتان را با صرف کمترین هزینه و زمان در اختیار مدیران سازمان قرار دهید.»

کاهش ۱۰ برابری هزینه‌های ساخت یک اکوسیستم دیجیتال

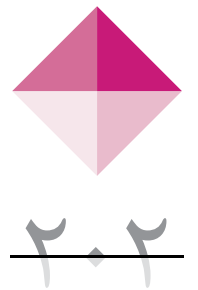
«ایده هوشمند» پلتفرمی برای ایجاد مؤلفه‌های دیجیتالی است و به بانک‌ها کمک می‌کند خدمات خود را به صورت غیرحضور به مشتریان ارائه کنند و از این طریق هزینه‌های خود را کاهش دهند. او با اشاره به این پلتفرم، درباره کاربست هوش تجاری در آن توضیح می‌دهد: «این پلتفرم به معنای واقعی کلمه می‌تواند هزینه‌های ساخت یک اکوسیستم دیجیتال را تا ۱۰ برابر کمتر کند. این عدد اغراق‌شده نیست و از تجربه

پروژه‌هایی که اجرا شده‌اند، به دست آمده است. این پلتفرم می‌تواند سرعت طراحی و پیاده‌سازی یک سیستم دیجیتال کلان را تا پنج برابر افزایش دهد؛ یعنی اگر بخواهید چنین سیستمی را برای یک سازمان یا واحد تولیدی طراحی و پیاده‌سازی کنید و زمان لازم برای این کار دو تا سه سال باشد، با استفاده از «ایده هوشمند» چیزی حدود شش تا هشت ماه جلو می‌افتید و این مسئله می‌تواند یک مزیت رقابتی مهم به حساب بیاید. همچنین، اجزای ساختار یافته و به هم مرتبط این پلتفرم ما را از ساخت سیستم‌های واسط بی‌نیاز می‌کند. این پلتفرم لایه دیتابیس، تجربه کاربری و یو‌آی، عملیات و پشتیبانی، مانیتورینگ فنی و کاربری، گزارش‌های کلان، داشبوردهای هوش تجاری و اتصال به سرویس‌های بیرونی را طبق یک معماری درست در خود جای داده و چون در بستر داکر و کوبرنیتیز پیگیربندی شده است، می‌تواند به راحتی مقیاس‌پذیر شود. همچنین، تاب‌آوری خوبی در سطح تعداد تراکنش دارد. اغراق نیست اگر بگوییم این سیستم می‌تواند بستری برای نوشته شدن اولین کرنکنینگ کاملاً فرایندی باشد که بعد از آن بانک بتواند اولین نئوبانک واقعی را در اختیار شرکای تجاری‌اش قرار دهد.»

رونمایی از اولین بات فرایندی در سال جدید

سال ۱۴۰۲ به پایان رسیده و کسب‌وکارهای مختلف خودشان را برای سال کاری جدید آماده می‌کنند و در همین راستا برنامه‌هایی را در نظر گرفته‌اند. بنا بر صحبت‌های مدیر محصول و مدیر عملیات سی‌بانک و کیوبانک شرکت رهند هوشمند، این شرکت نیز برای سال ۱۴۰۳ برنامه‌هایی دارد که چشم‌انداز پیش‌روی آن را روشن می‌کند. او درباره اقداماتی که می‌خواهند در سال جدید انجام دهند، می‌گوید: «شرکت رهند هوشمند توجه زیادی به خلق ایده‌های جدید و نوآورانه دارد؛ اقدامی که به داشتن ذهن مدیریتی باز، شکستن چهارچوب‌ها و باورهای نادرست گذشته، اعتماد به نیروی انسانی و توسعه آن، به کارگیری تجارب و ساخت اولین‌ها در صنایع مالی و بانکی نیاز دارد. شرکت رهند هوشمند می‌خواهد در سال ۱۴۰۳ حداقل یک یا دو مشتری بانکی جدید داشته باشد. همچنین، سبد محصولات نرم‌افزاری‌اش را متنوع‌تر کند و سطح ارائه سرویس به مشتریان فعلی‌اش، یعنی بانک سینا و قرض‌الحسنه مهر ایران را ارتقا دهد. امیدواریم در سال پیش‌رو، از اولین بات کاملاً فرایندی‌مان نیز رونمایی کنیم. علاوه بر این موارد، قرار است تمرکز بیشتری روی هوش تجاری و کلان‌داده نیز داشته باشیم و در مسیر ایجاد یک نئوبانک واقعی قدم برداریم و تا دو، سه سال دیگر جزو پانصد شرکت برتر ایران شویم. بدیهی است که تمام این موارد فقط با توسعه نیروی انسانی میسر می‌شود و تیم مدیریتی شرکت ما به این موضوع باور دارد و برای عملیاتی شدن آن تمام تلاشش را می‌کند.»

مهر تراکنش



ASARETAARAHONESH.IR
ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



مدیران شرکت قسطا از عملکرد و دستاوردهایشان در سال ۱۴۰۲ می‌گویند

در قسطا، دینامیک تغییرات بالاست



حدود پنج سال از فعالیت قسطا، شرکت فعال در حوزه لندتک در کشور می‌گذرد؛ شرکتی که قرار است در سال ۱۴۰۳ به سه روش اقساط بلندمدت، چهار قسطه و اقساط ماهانه به مشتریان اعتبار ارائه دهد. قسطا در یک سال گذشته تغییر و تحولات زیادی را پشت سر گذاشته است؛ برای مثال تیم مارکتینگ این شرکت در سال ۱۴۰۲، رشد ۸ تا ۱۰ برابری را در تعداد کاربران و تسهیلاتشان تجربه کردند. در گفت‌وگویی که با امیر مهربانی، مدیر توسعه کسب‌وکار؛ مجتبی فهمیمان، مدیر فنی؛ علیرضا اختر، مدیر عملیات و فروش؛ مهدی حاجی، مدیر مارکتینگ و محسن عموسلطانی، مدیر محصول قسطا داشتیم، به عملکرد و چالش‌های آنها در سالی که گذشت، پرداختیم. طبق صحبت‌های مدیران این شرکت، در قسطا، دینامیک تغییرات بالاست و یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که با آن درگیرند، جانماندن از این تغییرات و کالیبره کردن خود با شرایط جدید است و به همین دلیل نیز در سالی که گذشت زیرساخت‌های پشتیبانی خود را دو بار به‌طور کلی تغییر داده‌اند. در سال ۱۴۰۳ نیز این شرکت به دنبال افزایش سهم بازار، افزایش آگاهی از برند و جایگاه‌یابی برند در حوزه لندتک و وام‌دهی است. در ادامه گزارشی از گفت‌وگوی عصر تراکنش را با این افراد می‌خوانید.

عصر تراکنش

کسب‌وکار

۲۰۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

مهربانی با بیان این موضوع که از روزهای ابتدایی فعالیت قسطا، عمده تمرکز آنها روی این بود که بتوانند از هوش مصنوعی برای بهبود مدیریت نکول استفاده کنند، می‌گوید: «ما در قسطا تمرکزمان بر این نیست که شاخص‌هایی از جنس آماری مانند AUC و ACC را در این مدل‌سازی بهینه کنیم، بلکه هدف ما این است که سود کسب‌وکار را افزایش دهیم که در این مسیر ممکن است این بهینه‌سازی سود شرکت، با بهینه‌سازی و بهینه‌کردن شاخص‌های آماری همراه نباشد.

به این ترتیب توانسته‌ایم نسبت به سال‌های گذشته رشد ۸ تا ۱۰ برابری در تعداد کاربران و تسهیلات را داشته باشیم. دقت این مدل با توجه به داده‌های بیشتری که بر آن لرن می‌شود، به صورت قابل توجهی افزایش پیدا کرده و توانسته‌ایم به AUC بالای ۸۰ درصد برسیم که عدد بزرگی است.»

یکی دیگر از اقدامات قسطا در سال ۱۴۰۲ استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای بهبود وضعیت و بهینه‌سازی واحد فروش این شرکت است. مهربانی در این باره می‌گوید: «با توجه به حجم زیاد کاربرانی که داریم داده‌هایی را از سمت مشتریان جمع‌آوری می‌کنیم و با استفاده از این داده‌ها می‌توانیم ریسک نکول مشتریان و احتمال نهایی شدن خرید آنها از قسطا را تخمین بزنیم. براساس این دو پارامتر، سعی

هوش مصنوعی؛ ابزاری برای بهبود ریسک نکول

بنا بر صحبت‌های امیر مهربانی، مدیر توسعه کسب‌وکار قسطا، در سال ۱۴۰۲ یکی از برنامه‌های اصلی این شرکت تنوع‌بخشی به تأمین‌کنندگان خود بوده و با توجه به محدودیت‌های نهادی غیربانکی، سیاستی که به کار گرفتند، مذاکره با بانک‌های جدید بوده تا از طریق سیستم بانکی تأمین مالی داشته باشند.

او در این باره توضیح می‌دهد: «در این راستا با دو چالش جدی مواجه شدیم. چالش اول مبهم بودن این نوع از همکاری با بعضی از بانک‌ها به دلیل رگوله نشدن این صنعت بود. چالش بعدی درباره مذاکرات با بانک‌ها بود، زیرا بانک مرکزی یک سیاست انقباضی جدی را در پیش گرفته که این موضوع باعث شده منابع بانک‌ها برای اعطای تسهیلات محدود شوند؛ به این ترتیب در سالی که گذشت یکی از مهم‌ترین چالش‌ها را تعامل لندتک‌ها و بانک‌ها رقم زدند که امیدواریم شاهد رفع آن در سال جدید باشیم. این دو چالش باعث شده به دنبال راه‌های نوآورانه باشیم تا تأمین مالی را محدود به شبکه بانکی نکنیم. در این میان نکته این است که با توجه به رگوله نبودن حوزه مالی و حساسیت بالای آن پیاده کردن ایده‌های نوآورانه کار راحتی نیست.»

کردیم مشتری‌یابانمان را دسته‌بندی کنیم؛ به این معنا که مشتری‌یابی را که احتمال خریدشان بالا است و ریسک نکولشان پایین است با استفاده از این فناوری دسته‌بندی کردیم تا فرایند فروشم‌ان را بهبود بخشیم و تمرکز بیشتری بر بخش‌هایی که ارزش بیشتری دارند، گذاشته‌ایم. این موضوع فروش قسطا را بهبود بخشیده و همچنین ریسک پرتفوی تسهیلات و ریسک نکول را تا حد زیادی کاهش داده است.»

◀ بهینه‌سازی هزینه‌ها در واحد بازاریابی

طبق گفته مهدی حاجی، مدیر مارکتینگ قسطا، ۱۴۰۲ سال مقیاس‌پذیر شدن قسطا بود. تیم مارکتینگ قسطا نه تنها توانست به تمام اهدافش برسد، بلکه از آنها نیز عبور کرد و زمینه‌ساز رشد چشمگیری در قسطا شد. او در این باره توضیح می‌دهد: «در مجموع می‌توانم بگویم که ۱۴۰۲ برای قسطا سال خوبی بود. در این سال تقریباً رشد ۸ تا ۱۰ برابری را در بخش‌های مختلفی مانند جذب کاربر، ثبت نام، ثبت سفارش‌ها و فروش تجربه کردیم. همچنین در واحد اجرای مارکتینگ قسطا با هدفمند کردن تبلیغات و به کارگیری مارکتینگ اتومیشن با استفاده از بخش‌بندی مشتریان به کمک هوش مصنوعی، زمینه‌ساز صرفه‌جویی ۳۵ درصدی در هزینه جذب هر مشتری جدید (CAC) شدیم.»

به گفته حاجی یکی دیگر از اهداف این شرکت در واحد مارکتینگ تمرکز بر بحث برندینگ و به دنبال آن جایگاه‌یابی برند در میان بازیگران صنعت لندتک بود. ضمن اینکه در بحث جایگاه‌یابی برند و آگاهی از برند یکی از دغدغه‌های اصلی آنها محافظت از تصویر برند قسطا بود. حاجی با بیان این موضوع می‌گوید: «یکی از چالش‌هایی که همیشه در سازمان‌ها وجود دارد جانمایی واحد روابط عمومی است که به دلیل اهمیت ارتباطات بازاریابی، واحد روابط عمومی را در دل تیم مارکتینگ قرار دادیم.»

به این ترتیب یکی از دستاوردهای مارکتینگ همکاری با روابط عمومی بود که باعث شد به جایگاه‌یابی برندی مدنظرمان برسیم. همچنین طبق تحقیقاتی که در حوزه آگاهی از برند لندتک‌ها انجام داده‌ایم، برند قسطا در نظر عموم مردم یکی از سه برند اصلی حوزه وام‌دهی خرد آنلاین کشور است. برنامه ما برای سال ۱۴۰۳ افزایش سهم بازار، افزایش آگاهی از برند و رسیدن به جایگاه برتر در حوزه لندتک و وام‌دهی است.»

◀ وضعیت نرخ نکول در قسطا

به عقیده علیرضا اختر، مدیر فروش این شرکت، در سالی که گذشت، حجم تسهیلات اعطایی قسطا با وجود مشکلاتی که با آنها دست‌وپنجه نرم می‌کردند به هدف‌گذاری‌ها نزدیک بوده و در دوره‌هایی حتی به بیش از اهداف نیز رسیده است. او در این باره بیان می‌کند: «حجم مطالبات قسطا از مشتریان به‌طور قابل توجهی افزایش پیدا کرد که به تبع آن حجم مطالبات معوق و پرداخت‌نشده نیز افزایش یافت، اما

افزایش حجم به‌تنهایی نشان‌دهنده عملکرد خوب یا بد قسطا در بحث نکول نیست و این نسبت مطالبات معوق به مطالبات است که اهمیت دارد. این نسبت در قسطا یکی از مهم‌ترین شاخص‌های عملکردی است که به‌صورت هفتگی رصد می‌شود. با وجود زیاد شدن حجم پیگیری‌ها، به لطف تلاش همکاران در واحد وصول مطالبات و همچنین استفاده از ابزار اتوماسیون توانستیم این شاخص را در محدوده هدف گذاری شده کنترل کنیم. بازده پیگیری‌های تلفنی و پیامکی در این واحد نیز مطلوب است.

تعامل با مشتریان در این واحد، بر مبنای ارج‌نهی بر شخصیت افراد است و دوستان همواره در تلاش‌اند با کمترین درگیری و از طریق مصالحه با مشتریان کار را پیش ببرند.»

در قسطا، دینامیک تغییرات بالاست. اختری در این باره این‌طور می‌گوید: «البته این مسئله در ذات شرکت‌های استارت‌آپی وجود دارد و الزاماً چیز بدی نیست. یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که تیم عملیات و پشتیبانی قسطا با آن درگیرند، جا نماندن از این تغییرات و کالیبره کردن خود با شرایط جدید است. در سالی که گذشت زیرساخت‌های پشتیبانی ما دو بار به‌طور کلی تغییر کرد. هدف اصلی این تغییرات، رساندن مدت زمان انجام کارها به کوتاه‌ترین مقدار ممکن و کاهش حجم تعامل لازم برای انجام کارها بود تا در پی آن بتوانیم با تعداد افراد ثابت، پاسخ‌گوی حجم بیشتری از مشتریان باشیم. این تغییرات باعث شد حجم پاسخ‌گویی به مشتریان هرکدام از نیروهای پشتیبانی، دوبرابر شود.» به گفته اختر، بیش از ۸۰ درصد مشتریان، از قسطا راضی یا خیلی راضی هستند: «یکی از مسائلی که در قسطا همواره بر آن نظارت می‌شود، ارزیابی مشتریان از خدمات ماست. همچنین در بحث راحتی استفاده از خدمات نیز بیش از نیمی از مشتریان، استفاده از خدمات قسطا را راحت یا خیلی راحت عنوان کرده‌اند.

البته این درصد‌ها برای ما راضی‌کننده نیست و به دنبال افزایش رضایت حداکثری در میان مشتریان قسطا هستیم. در بحث راحتی و سهولت استفاده از خدمات قسطا، صدور سفته، عمده‌سختی مشتریان ما در دریافت وام است. البته همکاران من در واحد توسعه کسب‌وکار و واحد محصول به دنبال بهبود این مسائل هستند و در آینده‌ای نه‌چندان دور خبرهای خوشی برای مشتریان خواهیم داشت. فکر می‌کنم مهم‌ترین شاخص در بررسی رضایت مشتریان NPS است که می‌توانم بگویم اوضاع قسطا در آن هم خوب است و این شاخص در حال حاضر ۸/۳ است. عددی که خیال ما را از بابت رشد ارگانیک تا حد زیادی راحت می‌کند.»

◀ مقیاس‌پذیری؛ لازمه هر کسب‌وکار

هر کسب‌وکاری در مراحل رشد خود نیازمند



حاجی:
در مجموع می‌توانم بگویم که ۱۴۰۲ برای قسطا سال خوبی بود. در این سال تقریباً رشد ۸ تا ۱۰ برابری را در بخش‌های مختلفی مانند جذب کاربر، ثبت نام، ثبت سفارش‌ها و فروش تجربه کردیم. همچنین در واحد اجرای مارکتینگ قسطا با هدفمند کردن تبلیغات و به کارگیری اتومیشن با استفاده از بخش‌بندی مشتریان به کمک هوش مصنوعی، زمینه‌ساز صرفه‌جویی ۳۵ درصدی در هزینه جذب هر مشتری جدید (CAC) شدیم.

مهرتراکتس



۲۰۴

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



ما در قسطا فهرستی امنیتی آماده کرده‌ایم که فرایند ممیزی این فهرست به صورت دوره‌ای انجام می‌شود. در هر مرحله از ممیزی عدم تطابق‌ها شناسایی و نتیجه ممیزی به مدیران نیز گزارش می‌شود تا از مخاطرات مطلع باشند و در رفع آن بکوشند. از طرفی به دلیل اینکه پلتفرم‌ها و حمله‌های امنیتی مدام در حال تغییرند لازم است ما هم روش‌ها و فهرست‌های امنیتی مقابله با مخاطرات را به‌روزرسانی کنیم.»

◀ مدل اعتبار ماهانه؛ دستورکار قسطا در ۱۴۰۳

قسطا که ارائه‌دهنده سرویس BNPL است، به سه روش اقساط بلندمدت، چهارقسطه و اقساط ماهانه وام‌هایی را به مشتریان ارائه می‌دهد. در این میان اقساط بلندمدت، مدلی است که قسطا آن را از سال ۱۳۹۷ شروع کرده و تاکنون نیز ادامه دارد و به واسطه آن توانسته بخش زیادی از مشتریان را حفظ کند. محسن عموسلطانی، مدیر محصول قسطا، درباره مدل‌های ارائه وام این شرکت می‌گوید: «اعتبار ماهانه، مدلی است که در سال ۱۴۰۳ برای آن برنامه‌ریزی کرده‌ایم.

در این مدل تمام مشتریانی که از قسطاکارت بهره‌مندند با توجه به میزان خوش‌حسابی و میزان اعتبارشان به روشی راحت می‌توانند از آن اعتبار دریافت کنند. همچنین مدل چهارقسطه یا سه‌قسطه یکی دیگر از برنامه‌هایی است برای سال آینده در نظر داریم. درآمد اصلی این مدل‌ها از کارمزدهای دریافت‌شده از فروشگاه‌ها به دست می‌آید. در این مدل، ضمانت مشمول مشتریان با اعتبار نمی‌شود و فقط برای مشتریانی است که رتبه پایین دارند، اما خواهان مبالغ بالا هستند.»

۵۶

عموسلطانی؛ اعتبار ماهانه، مدلی است که در سال ۱۴۰۳ برای آن برنامه‌ریزی کرده‌ایم. در این مدل تمام مشتریانی که از قسطاکارت بهره‌مندند با توجه به میزان خوش‌حسابی و میزان اعتبارشان به روشی راحت می‌توانند از آن اعتبار دریافت کنند

به ترتیب از راست به چپ:
مهدی حاجی
محسن عموسلطانی
علیرضا اختر
مجتبی فهمین
امیر مهربانی

فناوری‌هایی است تا به واسطه آن جذب کاربر بیشتری داشته باشد. قسطا نیز در فرایند رشد خود نیاز داشت زیرساخت‌های به‌روزتری را به خدمت بگیرد.

مجتبی فهمین، مدیر فنی قسطا، با اشاره به این موضوع می‌گوید: «با توجه به نرخ رشد کاربران قسطا در یک سال گذشته، زیرساخت قبلی پاسخ‌گوی اهداف قسطا نبود، لذا ما در تیم فنی زیرساخت جدیدی را برای پذیرش ۱۰ میلیون کاربر طراحی کردیم که مهم‌ترین بخش آن طراحی مهاجرت همه سرویس‌ها به کوبرنتیز بود. در کوبرنتیز به دلیل توزیع‌شدگی فرایندهای مقیاس‌پذیری قابل پیاده‌سازی است.

در فرایند مهاجرت به دلیل اینکه هم‌زمان در حال سرویس دادن به کاربران قسطا بودیم به برنامه‌ریزی دقیقی نیاز داشتیم. پس از انجام برنامه‌ریزی، فرایند مهاجرت به کوبر شروع شد که این فرایند حدود یک ماه طول کشید. پس از مهاجرت، برای اندازه‌گیری توان مقیاس‌پذیری زیرساخت جدید تست‌های بار را اجرا کردیم که این عمل موفقیت‌آمیز بود و توانستیم به اهداف خود برسیم.»

در سالی که گذشت برای کسب‌وکارهای بزرگی مانند اسنپ‌فود و تپسی مشکلات امنیتی عمده‌ای رخ داد که زنگ هشدار توجه به امنیت سامانه‌ها را برای همه مدیران دوباره به صدا درآورد. فهمین با بیان این موضوع می‌گوید: «هر پلتفرمی در راستای کارکردهای کسب‌وکاری خود اطلاعات کاربران را جمع‌آوری می‌کند که قسطا هم از این قاعده مستثنا نیست. البته جمع‌آوری اطلاعات کاربران مسئولیت دارد و شرکت‌ها باید برای آن هزینه کنند.

عمر تراکتس

کسب‌وکار

۲۰۵

۱۴۰۳





گفت وگو با محمدرضا آشتیانی، مدیرعامل قسطا درباره ضوابط جدید فعالیت تسهیلات یارها در کشور

رشد و بقای لندتک‌ها در گرو اصلاح آیین نامه

چهاردهم دی ماه ۱۴۰۲ بانک مرکزی با ابلاغ دستورالعمل جدید خود در قبال لندتک‌ها، فعالان این صنعت را غافلگیر کرد. انتشار این ابلاغیه در حالی بود که افزایش تورم و مشکلات اقتصادی در سال‌های اخیر باعث کاهش قدرت خرید مردم و افزایش نیازشان به وام‌های خرد شده بود و لندتک‌ها نیز در سال‌های اخیر توانسته بودند در توسعه فراگیری مالی در زمینه اعطای وام و تسهیلات نقش پررنگی را ایفا کنند. محمدرضا آشتیانی می‌گوید که از بین رفتن لندتک‌ها به معنای از دست رفتن ایده عدالت اجتماعی و تلف شدن تلاش‌هایی است که برای تمرکززدایی از پایتخت انجام شده و اگر آیین‌نامه فعلی بانک مرکزی با دخالت دادن نظر فعالان لندتکی کشور اصلاح نشود، در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد از بین رفتن این صنعت در ایران خواهیم بود. با توجه به اهمیت این بخشنامه، در گفت‌وگو با محمدرضا آشتیانی، مدیرعامل قسطا، به نقدهایی که در ابلاغ این بخشنامه و پیشنهادهایی که برای بهبود آن دارد، پرداختیم. طبق صحبت‌های آشتیانی، اگر نهادهای رگولاتور با کمک کسب‌وکارهای لندتک این آیین‌نامه را اصلاح کنند، می‌توان گفت که ۱۴۰۳ سال اوج‌گیری لندتک‌ها خواهد بود؛ اما اگر چنین اتفاقی نیفتد، ۱۴۰۳، سال کم‌فروغی برای این حوزه در کشور خواهد شد و بسیاری از بازیگران لندتک کشور از بین خواهند رفت.



◀ نقش بازاریابی لندتک‌ها از نگاه بانک مرکزی

محمدرضا آشتیانی، مدیرعامل قسطا، با اشاره به این ضوابط می‌گوید: «بنا بر اذعان بسیاری از فعالان صنعت بانکی کشور، این آیین‌نامه نه تنها چالش‌های بسیاری را برای همکاری بانک‌ها و

ضوابط همکاری مؤسسات اعتباری شرکت‌های تسهیلات‌یار یا همان لندتک‌ها دی ماه ۱۴۰۲ توسط بانک مرکزی منتشر و ابلاغ شد؛ ضوابطی که به اعتقاد فعالان این حوزه چالش‌ها و دردهای زیادی را برای ادامه فعالیت لندتک‌ها به همراه می‌آورد.





۵۰ درصد بیشتر از بانک‌ها بوده و در شهرهای کم‌برخوردار این عدد به ۱۰۰ درصد هم رسیده است که نشان‌دهنده موفقیت ما در محقق کردن رسالت اصلی مان، یعنی توسعه فراگیری مالی، بوده است، اما به یک‌باره و ناگهان با ابلاغ آیین‌نامه مذکور همه چیز تغییر کرد. اساساً رگوله شدن باید کسب و کارها را در مسیر توسعه قرار دهد و باعث رشد صنعت شود، اما آیین‌نامه فعلی چنین کارکردی ندارد.»

◀ نقش لندتک‌ها در توسعه عدالت اجتماعی

به باور او، توسعه لندتک‌ها در ایران می‌تواند به چرخش کالا در بازار، بهبود وضعیت صنایع و افزایش قدرت خرید مردم کمک قابل توجهی کند. او در این راستا توضیح می‌دهد: «در شرایط رکود تورمی، فروشگاه‌ها با کاهش فروش روبه‌رو می‌شوند و در معرض ورشکستگی قرار می‌گیرند. مجموعه‌های بزرگی مثل مال‌ها، شهرها و سراها به دلیل توانایی و نفوذی که دارند می‌توانند قدرت خرید مردم را در تعامل با بانک‌های بزرگ کشور به سمت خود جهت‌دهی کنند و این امکان برای پذیرندگان خرد و پذیرندگان دور از پایتخت و مناطق محروم وجود ندارد و این جریان باعث آسیب دیدن بیشتر آنها می‌شود. لندتک‌ها این امکان را فراهم می‌کنند که اعتبار به سمت پذیرندگان خرد و پذیرندگان مناطق دور از پایتخت سوق داده شود و به عبارتی ایده عدالت اجتماعی تحقق پیدا کند. این تمرکززدایی از تهران، هم فروشندگان را در برمی‌گیرد و هم مشتریان را. در حال حاضر ۶۰ درصد از مشتریان قسطاً و ۷۰ درصد از فروشندگان از شهرستان‌ها هستند و این نشان می‌دهد که لندتک‌ها تا چه اندازه می‌توانند در توسعه عدالت اجتماعی نقش آفرین باشند و به توسعه متوازن کشور کمک کنند.»

◀ توسعه لندتک‌ها؛ در گرو همکاری بانک‌ها

آشتیانی نفوذ لندتک‌ها در بازار و افزایش میزان اعتباردهی‌شان را در گرو همکاری بانک‌ها با آنها می‌داند و اظهار می‌کند که مهم‌ترین پارامتر توسعه لندتک‌ها، تأمین مالی است و اگر بانک‌ها به عنوان تأمین‌کننده مالی وارد بازی شوند، ضریب نفوذ لندتک‌ها نیز در کشور بیشتر می‌شود و این به معنای توسعه متوازن شهرهای کشور و افزایش قدرت خرید مردم است. او در ادامه به ساختار بازار اشاره می‌کند و می‌گوید: «بازار دو سمت دارد؛ سمت مشتری و سمت فروشنده. در وضعیت رکود تورمی هر دو کفه بازار با مشکل روبه‌رو می‌شوند؛ فروشنده با مشکل گردش کالا و مشتری با چالش کاهش قدرت خرید. راه‌حل این مسئله تأمین و تزریق نقدینگی است. تزریق نقدینگی به فروشندگان باعث می‌شود بتوانند کالاها را به صورت اعتباری به مردم بدهند و کالای جدید جایگزین کنند.»

از طرفی تزریق نقدینگی به مشتریان نیز باعث می‌شود بتوانند به صورت اعتباری از این فروشگاه‌ها خرید کنند و چون تسهیلاتی که به دست مشتری سپرده می‌شود، باید در مجرای خاصی خرج شود، سرمایه به سمت وسوسه خاصی که باید سوق داده می‌شود و با بازگشت سرمایه با آن بخشی از بازار که مطلوبان است روبه‌رو هستیم. علاوه بر این، فروشندگان و مشتریان شهرستان‌ها هم از طریق لندتک‌ها می‌توانند وارد بازار شوند و سهم بازار خود را داشته باشند. ما در یک سال گذشته، بیش از آنکه به پایتخت اعتبار داده باشیم، روی فراگیری مالی شهرستان‌ها وقت گذاشته‌ایم تا از تهران تمرکززدایی شود.»

◀ سناریوهای محتمل برای آینده لندتک‌ها

همان‌طور که گفته شد، آیین‌نامه ابلاغ‌شده بانک مرکزی در قبال لندتک‌ها نه تنها مشکلات آنها را برطرف نکرده، بلکه موجبات از بین رفتن آنها را هم فراهم کرده است و اگر قرار باشد لندتک‌ها بتوانند به بقای خود ادامه دهند، باید تغییراتی در این مصوبه‌ها ایجاد شود. مدیرعامل قسطاً با بیان این موضوع، از دو سناریوی محتمل برای آینده لندتک‌ها در کشور صحبت می‌کند: «اگر بانک مرکزی با کسب و کارهای لندتک همکاری کند تا این آیین‌نامه براساس تعریف درست مفهوم لندتک و واقعیت‌های حاکم بر جامعه اصلاح شود، می‌توان گفت که ۱۴۰۳ سال اوج‌گیری لندتک‌ها خواهد بود، اما اگر چنین اتفاقی نیفتد و بانک مرکزی همچنان علاقه‌ای به تعامل با صنف نداشته باشد، ۱۴۰۳ سال کم‌فروغی خواهد شد و بسیاری از بازیگران خوب لندتکی کشورمان از بین خواهند رفت.»

لندتک‌ها ایجاد می‌کند، بلکه زمینه را برای از بین رفتن لندتک‌ها نیز فراهم می‌آورد. در واقع، ما در مسیر پیش رویمان نه با چند چالش، بلکه با خطر نابودی مواجهیم و مهم‌ترین موضوع این است که این ابلاغیه هیچ درآمدی را برای لندتک‌ها مفروض نگرفته که این نکته به عدم درک درست رگولاتور به نقش و کارکردهای لندتک‌ها برمی‌گردد. لندتک‌ها، بازار یاب نیستند و در کشور ما به دلیل مشکلات اقتصادی که وجود دارد، برای ارائه وام به مردم اصلاً حتی نیازی به بازار یابی نیست. نقش لندتک‌ها این است که با ابزارهای هوش مصنوعی و روش‌های جدید اعتبارسنجی به توسعه فراگیری مالی در زمینه اعطای وام و تسهیلات کمک کنند تا آن دسته از افرادی که توان گرفتن وام از بانک را ندارند، بتوانند از این خدمت استفاده کنند. اکنون هم به همین صورت است و طبق گزارش‌های صنفی منتشرشده، ۷۰ درصد از مراجعه‌کنندگان به لندتک‌ها هیچ رتبه اعتباری ندارند و بنابراین امکان دریافت وام از شبکه بانکی را نخواهند داشت، اما بانک مرکزی لندتک‌ها را به بازار یابی برای بانک‌ها ترجمه کرده و آیین‌نامه را به صورتی نوشته است که لندتک‌ها حق بازار یابی را از بانک‌ها دریافت کنند و هیچ درآمدی هم حق ندارند از مشتری بگیرند. این روند اشتباه است و شریان حیاتی کسب و کار ما را که داشتن درآمد است، از بین می‌برد.»

◀ بانک مرکزی، صنف را غافلگیر کرد

آشتیانی معتقد است این آیین‌نامه ایراداتی دارد که باید برطرف شود و توضیح می‌دهد کسب و کارهای لندتک کشور از مدت‌ها قبل از بانک مرکزی خواسته بودند که اگر قرار شد آیین‌نامه‌ای برای آنها بنویسند، نظر لندتک‌ها را هم بپرسند تا ضوابط و چهارچوب‌ها براساس شناخت درست از صنعت و به صورت واقعی تعیین شود. او با اشاره به این موضوع می‌گوید: «هر بار که چنین مطالبه‌ای داشتیم به ما گفته شد آیین‌نامه را در تعامل با بازیگران لندتک کشور خواهند نوشت و دست آخر چهاردهم دی‌ماه ۱۴۰۲ ما را غافلگیر کردند و آیین‌نامه بدون پرسیدن نظر کارشناسی اعضای اکوسیستم بیرون آمد. تعیین این آیین‌نامه اگر با دخالت دادن صنف صورت می‌گرفت، می‌توانست بسیاری از مشکلاتشان را حل کند و در عین حال دغدغه‌های رگولاتور را هم پوشش دهد. اما در عمل آنچه ابلاغ شده، مشکلات ما را دوچندان می‌کند.»

◀ ۱۴۰۲؛ افزایش ضریب نفوذ اعتبار لندتک‌ها

بنا بر صحبت‌های مدیرعامل قسطاً، وضعیت لندتک‌ها در ۹ ماه اول سال ۱۴۰۲ خوب بوده و به عبارتی می‌توان این بازه زمانی را زمان شکوفایی صنعت نامید. او درباره عملکردشان در این مدت بیان می‌کند: «ضریب نفوذ اعتبار لندتک‌ها در سال ۱۴۰۲ با افزایش چشمگیری روبه‌رو بوده است. برای مثال تسهیلات لندتک‌ها به شهرهای محروم

ممبر تراکتس



۲۰۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

گفت و گو با حمیدرضا آموزگار، معاون توسعه محصول داتین به مناسبت دوازده سالگی این شرکت

حرکت از معماری نرم افزار به معماری سازمانی

دوازده سال از آغاز به کار داتین می گذرد؛ شرکتی که از دل واحد راهکارهای بانکی فناپ با فلسفه وجودی فراگیری مالی متولد شد و در این سال ها توانست با رویکرد توسعه محور و مقیاس پذیر خود، ۴۲ محصول و خدمت را به منظور حل مسائل فناورانه صنعت بانکی و بیمه کشور ارائه دهد. داتین در حالی وارد سیزدهمین سال فعالیت خود می شود که می خواهد در مسیر ارائه محصولات فناورانه به مصرف کننده قدم بگذارد و در این دوازده سال دستاوردهایی نظیر پیاده سازی راهکار جامع بانکی داتین در هفت بانک کشور، گذر از پردازش ۳۳ میلیارد تراکنش بانکی، گذر از مرز اعطای ۹ هزار میلیارد تومان تسهیلات بانکی، خلق زیرساخت برای وپیداد و ترابانک، پشتیبانی از بیش از هشت میلیون کاربر اینترنت بانک در سامانه های بانکی خود و داشتن ۱۷۰۰ نفر سرمایه انسانی را در کارنامه اش به ثبت رسانده است. معاون توسعه محصول داتین می گوید برنامه آنها برای سال سیزدهم این شرکت این است که فعالیت هایشان در حوزه B2C را توسعه دهند و علاوه بر آن، روی استفاده حداکثری از هوش مصنوعی در محصولاتشان متمرکز شوند. در ادامه گفت و گوی عصر تراکنش با حمیدرضا آموزگار، معاون توسعه محصول داتین، به بهانه دوازده سالگی این شرکت و مهاجرت بانک کارآفرین به راهکار داتین رami خوانید.



خود را برطرف کنند، از مسیر اصلی منحرف و درگیر کارهای فناوری اطلاعات می شوند که شاید در تخصص آنها هم نباشد. او می گوید: «فضای فناوری اطلاعات متغیرهای بی شماری دارد و یادگیری آنها در ابتدا برای هر سازمانی هزینه ساز است؛ وقتی می خواهید وارد فضای طراحی در فناوری اطلاعات شوید، ممکن است خطاهای متعددی همچون تقدم خواسته سازندگان بر نیاز، عدم نگاه به توسعه پذیری و بی توجهی به امکان گسترش پذیری گریبان گیر سازمان شود و در نهایت سازمان در طراحی نرم افزارهای لازم به سمت مسیری برود که توسعه در آن دیده نشده است و برداشتن گام های پیشرفت را ناممکن یا بسیار پرهزینه بکند.» او درباره نقش داتین در کاهش هزینه های استقرار نرم افزارهای صنعت بانکی و بیمه کشور بیان می کند: «ما زیرساخت های فناوری اطلاعات لازم برای این صنایع را به شکلی فراهم کردیم که آنها برای رویارویی با روندهای پیش رویشان آماده باشند. ما سعی کردیم نرم افزارها و خدماتمان را با بررسی روندهای جهانی درباره توسعه نرم افزار و با نگاهی توسعه پذیر و مقیاس پذیر طراحی کنیم؛ به این ترتیب با پیش آمدن نیازها و چالش های جدید می توانیم علاوه بر انعطاف پذیری بالا، چابکی در پاسخ داشته باشیم. یکی از عناصر اساسی پیوستن شرکت ها به ایده تحول دیجیتال، چابکی است که نمی توان آن را نادیده گرفت.»

◀ فراتر رفتن از تولید نرم افزار

بنا بر صحبت های آموزگار، مدتی است که داتین سعی کرده در مدیریت امور خود برنامه ریزی سال به سال داشته باشد و در سال های اخیر با تغییر رویکرد در زمینه معماری محصولات و خدماتش، تغییراتی ساختاری را در این شرکت ایجاد کرده که در یک کلام به تمرکز

◀ مهاجرت بانک کارآفرین به راهکار داتین

مهاجرت بانک کارآفرین به راهکار جامع بانکی داتین هفتمین مهاجرت کربنکینگ است که داتین به سرانجام رسانده است. این مهاجرت که یک باره و با انجام انتقال هم زمان داده های حوزه های منابع، مصارف و ارزی در ۲۱ و ۲۲ دی ماه عملی شد، در کمتر از یک سال پایان یافت و یکی از سریع ترین مهاجرت های کربنکینگ در ایران به شمار می رود. آموزگار درباره شیوه مهاجرت بانک کارآفرین توضیح می دهد: «بانک کارآفرین می خواست تغییراتی اساسی ایجاد کند. این بانک رویکردی توسعه محور داشت و لیستی از محصولات را از داتین می خواست. در چنین اقداماتی دو مسئله حائز اهمیت است؛ یکی اینکه اطلاعات چگونه داده می شود و دومی اینکه یک سازمان چگونه خودش را با ساختار جدید منطبق می کند. در حوزه اطلاعات، هلدینگ نگاه به ما کمک کرد و بانک کارآفرین نیز برای اینکه کاملاً با فرایندها و ساختار جدید منطبق شود تلاش زیادی کرد؛ برای مثال در گذشته پروژه مهاجرت بانک های ادغامی در بانک سپه را داشتیم که به نوبه خود پروژه بزرگی بود. در مهاجرت بانک کارآفرین نیز منابع، مصارف و حوزه ارزی را به صورت هم زمان مهاجرت دادیم. ما در داتین به نقطه ای رسیده ایم که آمادگی خوبی برای پاسخ گویی به انواع نیاز بانک ها داریم و توانسته ایم در این سال ها از پس چالش های مهاجرت بانک ها برآییم.»

◀ کمک به کاهش هزینه های استقرار نرم افزار در شرکت ها

داتین در همه این سال ها به بانک ها و شرکت های بیمه کمک کرده تا زیرساخت مناسبی برای ارائه خدمات مالی و بیمه ای به دست آورند و بتوانند پاسخ گوی نیاز انواع مشتریان حقوقی و حقیقی خود باشند. بنا بر صحبت های آموزگار، بانک ها و شرکت های بیمه ای که تلاش می کنند به صورت مستقل نیازهای مربوط به حوزه فناوری اطلاعات

عصر تراکنش



۲۰۸

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



عکس: نسیم اعتمادی

مسترز اکس

کسب و کار

۲۰۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

می‌کند، اما هدف ما در سال جدید این است که استفاده از هوش مصنوعی در محصولات و خدماتمان را افزایش دهیم و با هوش مصنوعی یکپارچه شویم.»

◀ ورود به حوزه B2C به هدف فراگیری مالی

داتین در سال‌های اخیر، تصمیم گرفته از حوزه B2B فراتر رود و وارد حوزه B2C شود. حمیدرضا آموزگار، معاون توسعه محصول داتین، با اشاره به تاریخچه شکل‌گیری داتین و مسیری که تا به امروز طی کرده است، می‌گوید: «نیازهای جامعه نسبت به گذشته متفاوت‌تر و متکثرتر شده و همین مسئله باعث تغییر رویکرد ما نیز شده است. مادر گذشته بیشتر روی توسعه ابزارهای زیرساختی فراگیری مالی متمرکز بودیم و این تمرکز، ما را وارد همکاری‌هایی کرد که در نهایت منجر به ورودمان به حوزه B2C شد.»

◀ مدرسه داتین؛ پاسخ به چالش سرمایه‌انسانی صنعت

معاون توسعه محصول داتین معتقد است بزرگ‌ترین چالش کسب و کارهای فعال در حوزه فناوری اطلاعات، جذب و نگهداشت افراد ماهر است و روز به روز از کمیت و کیفیت سرمایه‌انسانی این کسب و کارها کاسته می‌شود. او درباره کوچک شدن کیک اقتصاد کشور و رگولاتوری نیز صحبت می‌کند و آن را یکی دیگر از چالش‌های توسعه کسب و کارها در کشور می‌داند: «وقتی کیک اقتصاد کشوری کوچک می‌شود، کسب و کارهای مختلف نمی‌توانند از تمام پتانسیل‌های خود استفاده کنند و چه در ورودی‌هایشان و چه در خروجی‌هایشان به مشکل برمی‌خورند.» او توضیح می‌دهد که داتین به منظور گذار از چالش تأمین سرمایه‌انسانی خود، اقدام به تأسیس مدرسه‌ای کرده که افراد فنی را آموزش می‌دهد و آنها را براساس نیازمندی در شرکت استخدام می‌کند. آموزگار با تأکید بر اینکه مدرسه داتین برای کل صنعت تلاش خواهد کرد، می‌گوید: «مدرسه داتین در تلاش است افرادی را آموزش دهد که نه به لحاظ نظری، بلکه به لحاظ عملی کاربرد باشند و بتوانند به صنعت ارزش افزوده وارد کنند.»

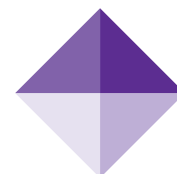
66

نیازهای جامعه نسبت به گذشته متفاوت‌تر و متکثرتر شده و همین مسئله باعث تغییر رویکرد ما نیز شده است. مادر گذشته بیشتر روی توسعه ابزارهای زیرساختی فراگیری مالی متمرکز بودیم و این تمرکز، ما را وارد همکاری‌هایی کرد که در نهایت منجر به ورودمان به حوزه B2C شد

روی معماری سازمانی ختم شده است. در حالی که در گذشته روی تولید نرم‌افزار متمرکز بوده‌اند. او در این زمینه می‌گوید: «معماری طراحی و اجرای محصولات ما در این سال‌ها به این صورت بوده که ابتدا روی معماری نرم‌افزار و تولید متمرکز بودیم و هرچه جلوتر آمدیم، تمرکز خودمان را روی معماری سازمانی گذاشتیم. در واقع، از رویکرد کارکردگرا به سمت رویکرد غیر کارکردگرا حرکت کرده‌ایم و مفاهیمی مثل مقیاس‌پذیری و توزیع‌شدگی برایمان مهم شده است. در حال حاضر تمرکز ما روی مهارت‌های نرم است و می‌خواهیم مجموعه ۱۷۰۰ نفره‌مان به صورت تخصصی در قالب تیم‌های گوناگون روی بخش‌های مختلف متمرکز شود. کار گروهی، یکپارچگی و توجه به سرمایه‌انسانی در سال‌های اخیر برای ما مهم‌تر شده است و ظرفیت‌های بهبود این موارد را افزایش داده‌ایم.»

◀ ۱۴۰۳؛ تنوع و ارتقای محصولات متمرکز بر هوش مصنوعی

آموزگار با تأکید بر اینکه در رفع نیازهای بانک‌ها و بیمه‌ها سعی کرده‌اند نگاهی راهکارساز و جامع‌نگر داشته باشند، می‌گوید: «داتین در این سال‌ها تمام تلاش خود را کرده تا سرویس‌ها و محصولاتش را متنوع کند. سید محصولات ما طی این سال‌ها تکمیل شده و اکنون همگام با روندهای روز دنیا و بازار تأکید ویژه‌ای بر هوش مصنوعی داریم. ما می‌خواهیم با کمک هوش مصنوعی رنگ و بوی جدیدی به محصولات خود بدهیم و محصولات جدیدی را برای تکمیل زنجیره خلق ارزش خود طراحی و پیاده‌سازی کنیم. تاکنون چندین محصول در این حوزه، از جمله راهکار کشف تقلب و تخلف، ارائه داده‌ایم.» آموزگار درباره اهمیت استفاده از هوش مصنوعی در صنایع مختلف صحبت می‌کند و می‌گوید برنامه آنها برای سال پیش رو حرکت به سمت استفاده حداکثری از ابزارهای هوش مصنوعی است: «ما در حال حاضر، محصولاتی داریم که از هوش مصنوعی در آنها استفاده شده است. برای مثال خدمت کشف تقلب ما از این فناوری استفاده



۲۱۰



فردوس باقری، مدیرعامل سکوک از عملکرد این شرکت در سال ۱۴۰۲ می گوید

سال کسب و کاری موفق راپشت سر گذاشتیم

۱۴۰۲ در مقایسه با ۱۴۰۱ برای کسب و کارها سال بهتری بود. در این سال آنها از ثباتی نسبی برخوردار بودند، اما این ثبات به احتمال زیاد با ورود به سال ۱۴۰۳ دستخوش تغییر می شود و باید منتظر ماند و دید که تغییرات سیاسی داخلی و خارجی چه تأثیری روی وضعیت اقتصادی و اجتماعی کشور می گذارد و کسب و کارهای مختلف تا چه اندازه می توانند برنامه های توسعه ای خود را محقق کنند. سکوک نیز یکی از کسب و کارهای فعال در کشور است که به گفته مدیرعامل این شرکت توانسته در سال ۱۴۰۲ ابزارهایی را که در سال ۱۴۰۱ پایه گذاری کرده بود، توسعه دهد و در این سال تمرکز اصلی اش را روی عمق بخشیدن به زنجیره های تأمین مثل زنجیره تأمین فلزات، لوازم خانگی و مواد غذایی گذاشته بود. با این حال، مدیرعامل سکوک بر این عقیده است که سال ۱۴۰۳ با پیچیدگی های بیشتری همراه است؛ زیرا در سال جدید هم انتخابات آمریکا برگزار می شود و هم مجلس شورای اسلامی کنونی تغییر می کند. در گفت و گویی که با فردوس باقری، مدیرعامل شرکت سکوک، داشتیم به اقداماتشان در یک سال گذشته و برنامه هایشان برای سال جدید پرداختیم. به گفته او، بزرگ ترین چالش تمام بنگاه های اقتصادی و تولیدی کشور در سال ۱۴۰۳ می تواند مسئله میزان سرمایه در گردش آنها باشد و چندنرخه بودن ارز، رشد تورم و امثالهم نیز ممکن است مشکل آفرین شود؛ با این حال سکوک در تلاش است از هر تهدیدی فرصت بسازد و فکر می کند که از پس چالش های سال ۱۴۰۳ هم برمی آیند. در ادامه گزارشی از این گفت و گورا می خوانید.



۱۴۰۲؛ سال مقیاس پذیری سکوک

فردوس باقری، مدیرعامل سکوک، ابتدا درباره عملکرد و اقدامات این شرکت در سال ۱۴۰۲ صحبت می کند و می گوید برخلاف نگرانی هایی که پیش از آغاز سال وجود داشت، ۱۴۰۲ سال خوبی بوده است. به گفته او، سکوک روی ابزارهای تأمین مالی زنجیره

تأمین متمرکز است و در سال ۱۴۰۲ ابزارهایی را که در سال های قبل پایه گذاری کرده بود، توسعه داد. باقری در این باره می گوید: «از جمله این ابزارها می توان به حوزه تأمین مالی خرد که با مصرف کننده و مشتری سروکار دارد، اشاره کرد. ما قبلاً روی بخش مصرف کننده کار کرده بودیم و یک تجربه



اقتصاد و جامعه ما می‌گذارد. ما در سککوک همیشه تمام تلاشمان را کرده‌ایم که از هر تهدیدی فرصت بسازیم و فکر می‌کنیم از پس چالش‌های سال ۱۴۰۳ هم برمی‌آییم.»

بر اساس صحبت‌های باقری، سککوک در حال حاضر با سه بانک بزرگ کشور قرارداد قطعی بسته است و پلتفرم‌هایشان در این بانک‌ها مستقر شده است. او در این باره می‌گوید: «با بانک بزرگ دیگری هم در حال گفت‌وگویم و اگر قراردادمان قطعی شود، وارد مرحله استقرار پلتفرم می‌شویم. هرکدام از این بانک‌ها ظرفیت خاصی دارند و هرچقدر این بانک‌ها با ما همسوستر باشند، میزان منابع به‌جریان افتاده در اکوسیستم تأمین مالی نیز بیشتر می‌شود. در نتیجه فرصت‌های پیش روی ما در سال ۱۴۰۳ زیاد است.»

با تعمیق روابط از پس چالش منابع انسانی برآمده‌ایم

طبق گفته‌های مدیرعامل سککوک، چالش‌هایی نظیر جذب و نگهداشت نیروی انسانی، رگولاتوری، تورم و تحریم همیشه در فضای کسب‌وکاری ایران وجود داشته و به این زودی‌ها هم از بین نمی‌رود، پس کسب‌وکارهایی که تصمیم گرفته‌اند در این فضا فعالیت کنند، باید بتوانند با شناخت فرصت‌ها و محدودیت‌هایی که در این فضا وجود دارد، به فکر توسعه کسب‌وکارشان باشند و خودشان را واکنش‌پذیر کنند. او درباره راه‌حل‌شان برای ایجاد مزیت رقابتی در زمینه جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص اظهار می‌کند: «ما در این سال‌ها کوشیدیم با نیروهای کارمان شفاف باشیم و مدیران رده‌بالای مجموعه را در دسترس نگه داریم تا هرکس که مشکلی دارد، بتواند مستقیم با مدیرعامل یا مدیر مربوطه صحبت کند و رابطه دوستانه‌ای بین اعضا شکل بگیرد. در نتیجه، در حال حاضر نیروهایی داریم که به‌خاطر روابط انسانی که در این مجموعه شکل داده‌اند، به ماندن در سککوک تمایل دارند و از کار کردن کنار همدیگر لذت می‌برند. این در حالی است که هرکدام از آنها که اراده کنند، می‌توانند از ایران بروند و درآمدهای به‌مراتب بیشتری داشته باشند. گفت‌وگو مسئله مهمی است که ما آن را جدی گرفتیم و سعی کردیم با گفت‌وگو و عمیق کردن روابط، آنها را حفظ کنیم. مشکل یکی از افراد مجموعه، مشکل همه است و این نگاه همان چیزی است که ما را در کنار هم نگه داشته است.»

بحرانی شدن میزان سرمایه در گردش بنگاه‌ها

در فضای تراکنش‌های مالی و سرمایه در گردش، روندهای سنتی حاکم‌اند و این تهدید بزرگی برای اقتصاد کشور به حساب می‌آید. مدیرعامل سککوک با اشاره به این موضوع و اهمیتی که دارد، توضیح می‌دهد: «کاهش تزریق منابع و اعتبار یکی از آفت‌های بزرگی است که می‌تواند اقتصاد کشور را تهدید کند. این مسئله به دلیل تصمیم‌گیری‌های دستوری نهادهای بالادستی و رگولاتور اتفاق می‌افتد. من فکر می‌کنم چالش جدی ما در سال ۱۴۰۳ همین باشد. ترازنامه



مادر سال
۱۴۰۲ به لحاظ
شاخص‌های
تسهیلگری چیزی
حدود ۱۵ درصد
رشد کرده‌ایم و
در زنجیره‌های
جدیدی که قبلاً
وجود نداشته نیز
بارشد بسیار قابل
توجهی روبه‌رو
بوده‌ایم و به بخش
زیادی از اهدافمان
رسیده‌ایم.
همچنین تعداد
بانک‌های عاملان
نیز بیشتر شده
است

قبلی نسبت به آن داشتیم، اما ورودمان به حوزه مشتری‌ان، جدید بود. در حوزه مصرف‌کننده سه بانک جدید به سبد مصرف‌کنندگان ما اضافه شد و در حوزه مشتری‌ان نیز دو تولیدکننده بزرگ کشور که زنجیره تولید بزرگی دارند، به این جمع اضافه شدند و همکاری خوبی بین ما و آنها شکل گرفته است. در سال ۱۴۰۳ به عمق این دو همکاری می‌افزاییم. ما در سال ۱۴۰۲ بیش از هر چیزی روی عمق بخشیدن به زنجیره‌های تأمین مثل فلزات، لوازم خانگی و مواد غذایی متمرکز بودیم.»

در هر زنجیره تأمین یک دوره مطالعاتی و یک دوره مقیاس‌پذیری وجود دارد. بنا بر صحبت‌های باقری، سککوک در سالی که گذشت در برخی زنجیره‌ها دارای مقیاس شده و در برخی که جدیدترند وارد مرحله مطالعاتی و پیکربندی شده است. او در این باره بیان می‌کند: «مثلاً در محصول فکتورینگ تلاش کردیم زیرساخت‌هایمان را تکمیل کنیم و در زنجیره‌های اعتبار در لوازم خانگی و فلزات مقیاس‌پذیر شده‌ایم. در واقع، محصولات و خدماتی که در سال ۱۴۰۱ آغاز شده بودند، در سال ۱۴۰۲ دارای مقیاس شدند. از لحاظ تنوع گروه‌های هدف شرکتی نیز مسلم است که وقتی صنعت‌ها و زنجیره‌های تأمین جدید می‌آیند، گروه‌های جدیدی هم پدید می‌آید. ما در سال ۱۴۰۲ به لحاظ شاخص‌های تسهیلگری چیزی حدود ۱۵ درصد رشد کرده‌ایم و در زنجیره‌های جدیدی که قبلاً وجود نداشته نیز با رشد بسیار قابل توجهی روبه‌رو بوده‌ایم و به بخش زیادی از اهدافمان رسیده‌ایم. همچنین تعداد بانک‌های عاملان نیز بیشتر شده است.»

در انتظار تصمیم‌های سیاسی سال ۱۴۰۳

او معتقد است که ۱۴۰۲ هم مانند سال‌های قبل، سخت بوده است، اما با این حال آن‌طور نبوده که بگوییم سال تلاش برای بقا بوده، بلکه در عوض همواره امکان‌هایی برای توسعه وجود داشته است. باقری می‌گوید: «دست‌آورد شرکت‌های مختلف نشان می‌دهد که ۱۴۰۲ سال چندان بدی هم نبوده و اتفاق‌های روبه‌جلو و مثبتی را شاهد بوده‌ایم. ما در سککوک وظیفه داریم ابزارهای مالی در اختیار کسب‌وکارها و مردم قرار دهیم، بنابراین وابستگی زیادی به تغییرات شاخص‌های اقتصادی داریم. ۱۴۰۲ به لحاظ نحوه تخصیص منابع نظام بانکی و نگاه صنعت بانکی به بنگاه‌ها و سرمایه در گردششان سال پیچیده‌ای بود، اما سککوک از پس این مسائل برآمده است و سال کسب‌وکاری موفق‌تری را پشت سر گذاشته است. با این حال، به نظر می‌رسد که سال ۱۴۰۳ با پیچیدگی‌های بیشتری همراه باشد. ثبات شاخص‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی می‌تواند تا حد زیادی روی توسعه یا عدم توسعه ما اثرگذار باشد و سال پیش رو هم انتخابات آمریکا را داریم و هم ترکیب مجلس شورای اسلامی کنونی تغییر می‌کند. در نتیجه باید منتظر ماند و دید که این تحولات سیاسی بیرونی و درونی چه تأثیری روی

عمر تراکنش

کسب‌وکار

۲۱۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

بنگاه‌ها چه در حوزه فناوری اطلاعات فعالیت کنند، چه در حوزه‌های دیگر تحت‌تأثیر این موضوع قرار می‌گیرد. فناوری اطلاعات آمده تا ارائه‌دهنده خدمت به سایر صنایع باشد و این صنایع به‌صورت زنجیره‌وار به یکدیگر وابسته‌اند و این‌طور نیست که اگر یک صنعت دچار بحران شود، بقیه آسیب نبینند. در نتیجه بزرگ‌ترین چالش تمام بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی ما در سال ۱۴۰۳ می‌تواند مسئله میزان سرمایه در گردش آنها باشد. چندان‌رخه بودن ارز و رشد تورم و امثالهم نیز ممکن است مشکل‌آفرین شود.»

◀ رفتارهای جزیره‌ای راه به جایی نمی‌برد

طبق صحبت‌های باقری، اگر فاکتورهای غیراقتصادی در کشور تغییر چندانی نکند و کشور دچار بی‌ثباتی سیاسی و اجتماعی نشود، سال پیش رو نه فقط برای سکوک، بلکه برای اکثر کسب‌وکارها سخت نخواهد بود و با کاربست تجاری که در سال‌های قبل به دست آورده‌اند، می‌توانند به فکر توسعه خود باشند. او در این باره توضیح می‌دهد: «بی‌ثباتی در هر زمینه‌ای تهدید به حساب می‌آید و این‌طور نیست که ما در یک جزیره فعالیت کنیم و حتی اگر یک بی‌ثباتی در ظاهر به نفع ما باشد، در میان‌مدت و بلندمدت ما را هم متضرر می‌کند. چون همان‌طور که گفتم همه صنایع و بنگاه‌های کشور به یکدیگر وابسته‌اند و در کنار یکدیگر است که می‌توانند به توسعه کشور کمک کنند و تک‌روی و رفتارهای جزیره‌ای راه به جایی نمی‌برد. اگر سیاست‌های کلان کشوری چه در داخل و چه در خارج از کشور درست صورت‌بندی شوند، بسیاری از مشکلات کسب‌وکارها نیز برطرف می‌شود.»

◀ رگولاتور همه‌چیز را به دیده شک می‌نگرد

باقری می‌گوید که نقش رگولاتور و نهادهای مالی در حوزه فعالیت کسب‌وکارهایی نظیر سکوک کاملاً مشهود است و تصمیم‌های آنها می‌تواند آینده اکوسیستم را تغییر دهد. او در این باره می‌گوید: «ما به برخی از نهادهای مالی برای توسعه شبکه اقتصاد کشور نیاز داریم و این نهادها در ایران وجود ندارند. علاوه بر این، نهادهایی هم که وجود دارند یا محدود شده‌اند یا ذیل نهادهای دیگر تعریف شده‌اند و از طرفی ابزارهای کارآمدی هم وجود ندارد. رگولاتور بازار سرمایه همه‌چیز را به دیده شک و تردید نگاه می‌کند و بین نقش اجرایی و تنظیم‌گری خود تفکیک قائل نمی‌شود و همه این مسائل وقتی روی هم انباشته می‌شوند، مشکل ایجاد می‌کنند. اگر قرار باشد فرایند نهادسازی را طولانی کنیم، بسیاری از امکان‌ها از دست می‌روند و این مسئله مهمی است که باید به آن توجه کرد. سندباکس‌ها باید به ایده‌های نو فرصت عملی شدن بدهند تا بعد از بررسی ریسک‌هایشان وارد بازار شوند. مسئله بعدی این است که حاکمیت باید متوجه شود که تأثیر تصمیماتش روی کسب‌وکارها بیشتر از آن چیزی است که فکر می‌کند و بدون مشورت با اهالی یک صنعت نباید به وضع قانون بپردازد. برای مثال الزامات اخیر بانک مرکزی برای نئوبانک‌ها و لندتک‌ها را ببینید. این

الزامات در عمل آنها را نابود می‌کند. لازم است که گفت‌وگویی جدی بین رگولاتور و اعضای اکوسیستم شکل بگیرد. رگولاتور نباید از گفت‌وگو بترسد یا در پذیرش نقدهایی که به عملکرد او می‌شود، مقاومت نشان دهد. در واقع، تصمیم‌ها نسنجیده گرفته می‌شوند و برای اصلاح آنها باید انرژی و وقت زیادی صرف کرد و این به نفع اقتصاد کشور نیست.»

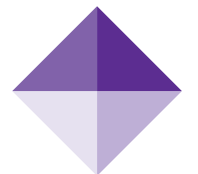
◀ لزوم فاصله گرفتن از طراحی‌های بومی

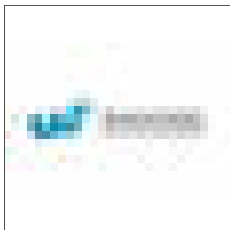
یکی از مسائلی که باقری را نگران می‌کند و معتقد است در سال‌های آینده مشکل‌آفرین می‌شود، دور بودن استانداردها و ابزارها و زیرساخت‌های داخلی از استانداردهای بین‌المللی است. به گفته او، اگر روزی تحریم‌ها علیه ایران برداشته شود، باز هم اتفاق خاصی نمی‌افتد و ما توان حضور در عرصه جهانی را نداریم و این ناتوانی ما به این برمی‌گردد که در تمام سال‌هایی که گرفتار تحریم بوده‌ایم، تمام زیرساخت‌ها، ابزارها، محصولات و خدماتمان را کاملاً بومی ایران طراحی کردیم، بنابراین امکان پیاده‌سازی در خارج از کشور را ندارند. او می‌گوید: «همه ما فکر می‌کنیم که برداشته شدن تحریم‌ها می‌تواند به توسعه اقتصاد ما کمک کند، اما واقعیت این‌طور نیست؛ ما به هیچ‌عنوان آماده رویارویی با اقتصاد جهان نیستیم و مکانیزم‌های بومی که ایجاد کرده‌ایم اصلاً استاندارد نیستند و ما را به سمت دیده نشدن یا رفتارهای عجیب و غریب می‌برد. ما در سال ۲۰۲۴ قرار داریم و همین حالا استانداردهای سال ۲۰۱۶ را هم رعایت نمی‌کنیم و این اتفاق ناخوشایندی است که ما را از ادبیات جهانی توسعه دور می‌کند و جبران آن هزینه زیادی دارد.»

به نظر او، بخشی از این عدم تطابق با استانداردهای بین‌المللی به خود تحریم‌ها و عدم انتقال دانش به کشورهای در حال توسعه برمی‌گردد، اما نمی‌توان همه تقصیرها را به گردن آن بیندازیم، زیرا در واقع، امکان طراحی مکانیزم‌هایی با پتانسیل‌های بین‌المللی و استاندارد وجود داشته است. او می‌گوید: «ما تحریم هستیم، اما آیا نمی‌توانیم در طراحی سیستم‌های داخلی مان‌طوری رفتار کنیم که بعد از تحریم‌ها بتوانیم به سیستم جهانی وصل شویم؟ آیا نمی‌توانیم تغییراتمان را با استانداردهای بین‌المللی انطباق بدهیم؟ ما داریم برای ایجاد این سیستم‌ها و مکانیزم‌ها هزینه پرداخت می‌کنیم و باید این را در نظر بگیریم که اگر طراحی‌هایمان برای حضور در نظام بین‌المللی مناسب نباشد، باید از نو هزینه کنیم و طرحی نو بیفکنیم و این کار اصلاً منطقی نیست. همین امروز اگر قرار باشد وارد بازارهای کشورهای حاشیه خلیج فارس شویم، از پس آن بر نمی‌آییم. چون ادبیات مالی ما با آنها کاملاً متفاوت است. در واقع، بگذارید بگویم استاندارد نیست. ما باید به جای بومی‌سازی محصولات به سمت ارائه آنها به شیوه‌ای جهان‌شمول قدم برداریم تا اگر روزی تحریم‌ها برداشته شد، لازم نباشد همه‌چیز را از نو طراحی کنیم.»



همه ما فکر می‌کنیم که برداشته شدن تحریم‌ها می‌تواند به توسعه اقتصاد ما کمک کند، اما واقعیت این‌طور نیست؛ ما به هیچ‌عنوان آماده رویارویی با اقتصاد جهان نیستیم و مکانیزم‌های بومی که ایجاد کرده‌ایم اصلاً استاندارد نیستند و ما را به سمت دیده نشدن یا رفتارهای عجیب و غریب می‌برد





قراردادها، امکان افزایش تعامل بنگاه و نهاد مالی وجود دارد و در صورتی که شرایط برای تأمین مالی مبتنی بر قرارداد فراهم شود، بنگاه‌ها می‌توانند تا سقف قراردادهایی که در دست دارند تأمین مالی و جذب سرمایه و نقدینگی کنند. باقری با بیان این موضوع می‌گوید: «در نظام تأمین مالی مبتنی بر قرارداد، بنگاه اقتصادی حق دارد مطالبات قراردادی خود را به یک نهاد مالی واگذار کند و خدماتی نظیر تأمین مالی و مدیریت مطالبات را دریافت کند و در طرف دیگر، کارفرما با اطلاع از واگذاری مطالبات، ملزم می‌شود تعهدات قراردادی خود را به جای بنگاه اقتصادی، در وجه نهاد مالی پرداخت کند.»

فردوس باقری درباره هزینه فکتورینگ که توسط نهاد مالی از پرداختی کارفرما کسر می‌شود، توضیح می‌دهد: «این هزینه به ریسک قرارداد پروژه و موعد پرداخت آن بستگی دارد که در قرارداد واگذاری روی آن توافق می‌شود. هزینه‌های اصلی تأمین مالی معمولاً به دو بخش تقسیم می‌شود. بخش اول مربوط به ریسک خرید مطالبات، حضور در پروژه و درصد پیش‌پرداخت است.»

بخش دوم مربوط به فاصله زمانی تأمین و بازپرداخت آن توسط کارفرما است که هزینه آن می‌تواند به صورت ماهانه یا روزانه محاسبه شود. علاوه بر این، هزینه‌های دیگری مانند ارزبایی قرارداد و خدمات وصول مطالبات نیز می‌تواند مطرح باشد. بدیهی است که تعیین دقیق معیارها و تنظیم مقادیر هزینه‌های فکتورینگ به‌طور طبیعی در بازار شکل می‌گیرد. درکل بستر فکتورینگ که وزارت اقتصاد آن را اجرا می‌کند از ظرفیت بسیار زیادی برای تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی برخوردار است و لازم است هم در بخش دولت، هم در بخش قانون‌گذاری و هم در بخش صنعت به آن توجه ویژه شود.»

بخش ساختمان و هدف‌گذاری دولت

در بخش تأمین مسکن با توجه به هدف‌گذاری دولت برای تأمین سالانه یک میلیون مسکن، تأمین مالی چنین هدف بزرگی مهم‌ترین چالش پیش روی این طرح است. باقری با بیان این موضوع می‌گوید: «بدیهی است که اجرای چنین طرحی با تکیه صرف بر تزریق منابع نقدی یا منابع اعتباری کوتاه‌مدت و غیرقابل انتقال امکان‌پذیر نیست و بدون استفاده از زیرساخت‌های اعتباری زنجیره‌ای و بدون بهره‌گیری از ظرفیت تأمین مالی زنجیره تأمین و ساماندهی حلقه‌های متعدد در زنجیره تأمین مسکن (انواع بنگاه‌های تأمین‌کننده مصالح لازم برای ساختمان) تحقق این هدف دور از دسترس به نظر می‌رسد.»

در کنار تمام موارد مذکور اتصال به سیستم‌های بانکی و پرداخت بین‌المللی باید به صورت جدی پیگیری شود. نداشتن سازگار مناسب برای تعامل با شبکه پرداخت جهانی موجب ایجاد مشکلات بسیاری برای صنعتگران هم در بخش تأمین و هم در بخش فروش شده است، ضمن اینکه اثر مستقیم آن عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه صادراتی کشور است.»

۵۶

فکتورینگ یکی از شیوه‌های تأمین مالی، به‌ویژه در شرایطی است که بنگاه اقتصادی با مشکل عدم کفایت وثایق برای جذب منابع مالی از طریق نهادهای مالی مواجه است. در واقع یکی از روش‌های متداول در سایر کشورها و یکی از سریع‌ترین خدمات مالی در حال رشد در جهان است که امکان تأمین مالی مبتنی بر قراردادهای بنگاه را فراهم می‌کند

مدیرعامل سکوک اظهار می‌کند کسانی که در رأس تصمیم‌گیری‌ها قرار گرفته‌اند، درک درستی از کار اجرایی و مختصات صنایع ندارند و نمی‌دانند که تصمیم‌های نادرست آنها کشور را به چه سمت و سویی می‌برد. نتیجه این بی‌تجربگی این می‌شود که ما محصولات، خدمات و ابزارهای مختلف را از جهان می‌گیریم و وقتی آنها را وارد مرزهای ایران می‌کنیم، با تغییرات بی‌حاصلی که روی آنها انجام می‌دهیم و به اصطلاح بومی‌شان می‌کنیم، ماهیت وجودی و فلسفه شکل‌گیری آنها را تغییر می‌دهیم. او می‌گوید: «مثل اتفاقی که برای نئوبانک‌ها در ایران افتاده است و در عمل مفهوم نئوبانک در ایران به همراه بانک تقلیل داده شده است. رگولاتور و نهادهای بالادستی به دلیل اینکه شناخت درستی از ابزارها و حوزه‌های جدید ندارند، آنها را به دیده تهدید نگاه می‌کنند و نمی‌خواهند ریسک فعالیت آنها را قبول کنند و این یعنی به تعویق افتادن توسعه.»

ضرورت استفاده از ابزارهای نوین مالی نکته مهم دیگری است که مدیرعامل سکوک به آن اشاره می‌کند و می‌گوید: «صنعت بانکی و پرداخت باید همسو با پیشرفت‌های فناورانه و ابزارهای نوین بین‌المللی ابزارسازی انجام دهد. از جمله ابزارهای جدید که ظرفیت مناسبی برای حل برخی مشکلات تأمین مالی بنگاه‌های تولیدی دارند می‌توان از فکتورینگ (عاملیت) و فکتورینگ معکوس (عاملیت معکوس) نام برد. عدم استفاده از ابزارهای نوین در تعاملات بین‌المللی نیز موجب کاهش توان رقابت بنگاه‌های اقتصادی کشور در عرصه جهانی خواهد شد.»

فکتورینگ؛ شیوه تأمین مالی مبتنی بر قرارداد

فکتورینگ یک شیوه تأمین مالی مبتنی بر قرارداد است که طی آن، بنگاه اقتصادی حساب‌های دریافتی یا پرداختی خود را طی یک قرارداد به یک نهاد مالی واگذار می‌کند و نهاد مالی نیز در مقابل، خدماتی را به بنگاه ارائه می‌دهد. خدماتی از جمله: پرداخت درصدی از مطالبات واگذار شده (تنزیل مطالبات)، مدیریت حساب‌های دریافتی / پرداختی، وصول حساب‌های واگذار شده، پذیرش ریسک پرداخت حساب‌های دریافتی توسط کارفرما و... باقری در این باره توضیح می‌دهد: «مسئله تأمین مالی در بنگاه‌های اقتصادی، یکی از مهم‌ترین موانع ارتقای توان تولید داخل و رشد اقتصادی است. فکتورینگ یکی از شیوه‌های تأمین مالی، به‌ویژه در شرایطی است که بنگاه اقتصادی با مشکل عدم کفایت وثایق برای جذب منابع مالی از طریق نهادهای مالی مواجه است. در واقع یکی از روش‌های متداول در سایر کشورها و یکی از سریع‌ترین خدمات مالی در حال رشد در جهان است که امکان تأمین مالی مبتنی بر قراردادهای بنگاه را فراهم می‌کند.»

بررسی‌ها نشان می‌دهد با استفاده از ظرفیت

محمد مهدی اسماعیلی، مدیرعامل سیمیرغ تجارت از تمرکز این شرکت
در سال ۱۴۰۳ بر ارائه خدمات جدید می گوید

به دنبال ایجاد سرویس های ترکیبی نوآورانه ایم

سیمیرغ تجارت یکی از شرکت های هلدینگ تفتا است که در سال ۱۳۹۱ تأسیس شد، اما با توجه به فرازونشیب هایی که داشت و با تبیین نقش و جایگاهی نوین و تولد دوباره آن در سال ۱۴۰۱، حالا نقش بازوی ایجاد خدمات نوین مالی برای بانک تجارت را دارد و به ارائه خدمات اختصاصی و نوآورانه در صنعت بانکی کشور می پردازد. از جمله خدمات جدید این شرکت می توان به اپلیکیشن باجت، محصولات کالانو و کارنو و پلتفرم بانکداری باز آرک سیمیرغ اشاره کرد. در گفت و گو با محمد مهدی اسماعیلی، مدیرعامل سیمیرغ تجارت، اقداماتشان در سال ۱۴۰۲ و برنامه هایشان برای سال آینده را مرور کردیم. به گفته او، تمرکز اصلی سیمیرغ تجارت بر ارائه خدمات اعتباری و تسهیلات ترکیبی است و در این راستا با بازیگران بزرگ صنایع دیگر شروع به همکاری کرده اند. اسماعیلی می گوید که در سال ۱۴۰۳ برنامه ای جدی برای ارائه خدمات مدیریت ثروت دارند، اما بیشتر از هر چیزی به دنبال ترکیب قابلیت ها با یکدیگرند تا بتوانند خدماتی ارائه دهند که بیشترین تأثیر مثبت را بر جامعه داشته باشد.



ارائه سرویس های ترکیبی نوآورانه

تسویه می کند. این نوع خدمت، محصول جدیدی است به نام کالانو که دی ماه سال جاری رونمایی شد و در این مدت کوتاه، حدود شش هزار نفر تسهیلات دریافت کرده اند.»

مدیرعامل سیمیرغ تجارت توضیح می دهد زیرساخت اعتبار و تسهیلاتی که ایجاد کرده اند به طور مستمر در حال بهبود و تغییر است تا در نهایت بتوانند سرویس های جدید را بر بستر آن ارائه دهند: «در سال ۱۴۰۲ درگیر این تغییرات بودیم و بر همین اساس سرویس های متنوعی ارائه شد. در سال ۱۴۰۲ حدود ۱۰ هزار وام ازدواج، ۱۷۰ هزار اعتبار BNPL، ۱۳۰ هزار تسهیلات در پلتفرم شرکا و شش هزار تسهیلات کالانو در بسترهای سیمیرغ تجارت ارائه شد. ۱۴۰۲ سال شروع شکوفایی سیمیرغ تجارت در مسیر جدید بوده است و در سال های آینده شاهد رشد چشمگیر دستاوردهای آن خواهیم بود.»

۱۴۰۲ و چالش های آن

مدیرعامل سیمیرغ تجارت چالش های اصلی این شرکت در سال ۱۴۰۲ را ایجاد توازن بین فرصت های توسعه و ظرفیت نیروهای انسانی می داند و در این راستا عنوان می کند: «مهم ترین چالش ما در یک سال گذشته موضوع جذب و نگهداشت نیروهای انسانی بود که توانستیم نسبتاً از پس این چالش برآییم و تا حدود زیادی به اهدافی که مدنظرمان بود برسیم. هرچند این نوع چالش ها، برای شرکت های فعال در حوزه فناوری اطلاعات معضلی عمومی است و فقط مختص سیمیرغ تجارت نیست. با این حال، ما در سیمیرغ تجارت برای جذب نیروهای متخصص رویکردمان این است که از لحاظ دستمزد، در سطح میانگین قابل قبول پرداختی ها با شرکت های هم تراز خودمان قرار بگیریم. در این راستا رویکرد بالاترین

سیمیرغ تجارت در سال ۱۴۰۱ وام ازدواج و خدمات BNPL را ارائه کرد و در سال ۱۴۰۲ نیز عمده تمرکز خود را بر ارائه محصولات اعتباری و تسهیلاتی جدید و ترکیبی گذاشت و در این سال از کانال دیجیتال خود به نام باجت رونمایی کرد. باجت پلتفرمی است که در آن خدماتی مانند افتتاح حساب آنلاین، امضای دیجیتال و خدمات کارت عرضه می شود و عمده فعالیت هایش بر بسترهای اعتباری و تسهیلاتی است. محمد مهدی اسماعیلی، مدیرعامل سیمیرغ تجارت، در این باره می گوید: «به دلیل اینکه سیمیرغ تجارت هم لایه سرویس های بانکداری باز بانک تجارت را در اختیار دارد و هم مأموریت ارائه سرویس های مدرن بانکی را دنبال می کند، با ترکیب اعتبار و تسهیلات به دنبال فضایی هستیم که بتوانیم خدماتی در قالب BAAS و Embedded Banking ارائه دهیم. یکی از محصولاتی که بر پایه BAAS در سیمیرغ تجارت در سال گذشته ارائه شد، همکاری با شرکت دیجی پی بود. به کمک این محصول مشتری در پلتفرم دیجی پی می توانست تسهیلات بانک تجارت را دریافت کند. همچنین مشابه همین فعالیت را با شرکت اسنوا نیز داشتیم که تقریباً حدود سه و نیم همت تسهیلات در این دو همکاری ارائه و نزدیک به ۱۳۰ هزار پرونده تسهیلاتی ایجاد شد. این نوع خدمات از جنس بانکداری در قالب سرویس بود؛ یعنی خدمت بانک وارد پلتفرم های دیگر شد. ما از این طریق به کسب و کارها کمک کردیم در فضای خود خدمات بانکی ارائه دهند. نوع دیگر خدماتی که سیمیرغ تجارت در سال ۱۴۰۲ ارائه کرد، در قالب Embedded Banking بود.»

بنا بر صحبت های اسماعیلی، سیمیرغ تجارت به کمک زیرساخت های انعطاف پذیرش توانسته محصولات ترکیبی را که در شبکه بانکی کشور کمرنگ بودند، ایجاد کند. او در این باره می گوید: «در شبکه بانکی عمده خدمات در حوزه اعتبار و تسهیلات بر وام ها متمرکز بوده است؛ ما در سیمیرغ فضای اعتبار را اضافه کردیم و با ترکیب اعتبار و تسهیلات، محصولات ترکیبی ایجاد کردیم. یکی از شاخص ترین این محصولات، کالانو است. در این محصول علاوه بر تلفیق مفاهیم تسهیلات و اعتبار در یک بسته واحد، با ایجاد ارتباط و اتصال با بازیگران بزرگ صنایع دیگر، در واقع محصولی ترکیبی بین بانک تجارت و تولیدکنندگان و توزیع کنندگان بزرگ ملی ایجاد شد. عملکرد این محصول ترکیبی به این صورت است که اعتبار به مشتری در بستر باجت داده می شود که این اعتبار قابلیت مصرف در شبکه تولیدکنندگان بزرگ کشور را دارد. مشتری می تواند محصول مدنظر خود را از یکی از تولیدکنندگان خریداری کند، سپس بانک تسویه با آن فروشنده را در دوره زمانی کوتاه تر (برای مثال شش یا دوازده ماهه) به عهده می گیرد و در عوض مشتری آن را در بازه زمانی طولانی تری (مثلاً دوازده یا ۲۴ ماهه)

مصرف تراکتس



۲۱۴

ASAE TRAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



کمتر در شبکه بانکی ارائه شده است. علاوه بر اینها در سال ۱۴۰۳ برنامه ریزی جدی برای ارائه خدمات مدیریت ثروت در باجت را در دستور کار داریم.»

◀ آرک و برنامه های ۱۴۰۳

اسماعیلی آرک را یکی از بهترین پلتفرم های بانکداری باز کشور از بعد فنی، زیرساختی و تعداد سرویس هایی که ارائه می دهد، می داند. او در این باره عنوان می کند: «در سال گذشته به دلیل مهاجرت Core بانک تجارت در یک مقطع زمانی دچار مشکلاتی در سرویس های آن شدیم که در حال حاضر به وضعیت ثبات رسیده ایم و در سال آینده به رشد چندین برابری در تعداد تراکنش و مبالغ آن در بانکداری باز بانک تجارت خواهیم رسید. علاوه بر آن، ما بیشتر به دنبال ترکیب سرویس ها با یکدیگریم تا بتوانیم با پلتفرم هایی که با ما مشارکت دارند، سرویس های ترکیبی جدیدی را به اشتراک بگذاریم. این همان توافتی است که بانکداری باز بانک تجارت در سال آینده با سایر خدمات بانکداری باز کشور خواهد داشت.»

◀ برنامه های سال آتی

او بر این باور است که اگر روندها در سال ۱۴۰۳ بر منوال گذشته باشد، فرصت های تجاری موجود در بانک تجارت که به تبع آن برای سیمرغ تجارت نیز مهیا شده، بسیار بالا خواهد بود. در این راستا چالش هایی را نیز می توان متصور شد؛ بحث جذب و نگهداشت نیروهای متخصص به عنوان چالش همیشگی و چالش های غیرقابل پیش بینی مانند تغییرات احتمالی مدیریتی در لایه های بالاتر از سیمرغ یا تغییرات شرایط اقتصادی کشور. اسماعیلی می گوید: «ما برنامه های جدی و زیادی برای انجام این فعالیت ها داریم، پس مجبوریم از میان آنها گلچین کنیم و خدماتی را انتخاب کنیم که بیشترین تأثیر مثبت را بر جامعه و در نتیجه درآمد ما داشته باشد. تصور من این است که با توجه به فرصت های زیادی که در اختیار داریم، سال آینده برای سیمرغ بسیار خوب خواهد بود.»

سیمرغ تجارت در سه محور، برنامه ریزی هایی را برای سال ۱۴۰۳ دارد؛ یکی از این محورها حجم دادن به محصولات است که تاکنون ایجاد کرده اند تا بیشتر مورد استفاده مردم قرار بگیرند. اسماعیلی ادامه می دهد: «محور دومی که در نظر داریم، ایجاد سرویس های مکمل و متنوع کردن خدمات اعتباری و تسهیلاتی است و سومین محور نیز اضافه کردن خدمات جدیدی مانند مدیریت ثروت به سبد محصولاتمان است.»

سطح پرداخت را دنبال نمی کنیم، ولی با توجه به ریسک های جدی رفتن نیروهای کارآمد، به دنبال کاهش پرداختی ها و حداقل کردن آن نیستیم و در تلاشیم به متوسط پرداختی های صنعت برسیم. به نظر من مهم تر از موضوع میزان دستمزد، اینکه چه سرویس هایی و با چه سطح تأثیری در جامعه ارائه می دهیم باعث تقویت برند کارفرمایی سیمرغ و علاقه مندی نیروهای توانمند برای همراهی با این تیم می شود. به عقیده من افراد توانمندتر، بیشتر جذب فضاهای نوآورانه ای می شوند که سرویس هایی با آثار مثبت بزرگ در جامعه ارائه می کنند و این همان چیزی است که در سیمرغ تجارت و محصولات ارائه شده آن دیده می شود.»

◀ باجت و تغییرات آن

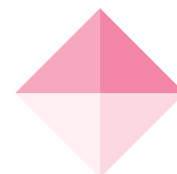
اپلیکیشن باجت، کانال ارائه خدمات سیمرغ تجارت به مشتریان حقیقی است که برای آن در سال ۱۴۰۳ برنامه های جدیدی در نظر گرفته اند. به گفته اسماعیلی برای پیاده سازی این برنامه ها نیاز است که زیرساخت هایی مهیا کنند. او در این باره می گوید: «تفاوت باجت با دیگر اپلیکیشن های بانکی معمول این است که خدمات جدید و نامعمول تری را ارائه می کند. سرویس هایی که در باجت ارائه می شود تاکنون کمتر عرضه شده اند و ممکن است فرایندهای پیچیده و طولانی تری داشته باشند. همچنین نقطه افتراق دیگر باجت، ارتباط آن با پلتفرم ها و شبکه های سایر بازیگران است؛ به این معنا که خدماتی که در باجت شروع می شود، می تواند در پلتفرم های سایر بازیگران ادامه یابد و بخشی از سفر مشتری در باجت و بخش دیگر آن در پلتفرم سایر بازیگران اتفاق افتد. این جنس خدمت،



عکس: نسیم اعتمادی

مهسانجاتی

عصر تراکتس



۲۱۶

ASAE TRAAHONESH IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



گفت و گو با سروش حسین زاده، مدیرعامل نیپوتو درباره بازار معاملات عمده تترین شرکت

امکانی خاص برای صرافی‌های رمزارزی

نیپوتو یکی از صرافی‌های رمزارز کشور است که فعالیت خود را در سال ۱۴۰۱ شروع کرده و در بین سایر رقبای این بازار، در تلاش است با قابلیت‌ها و فیچرهای متفاوت، خدمات بهتری را به کاربران ارائه دهد. بنا بر صحبت‌های سروش حسین زاده، این شرکت یک پلتفرم معاملاتی فرامارکتی است؛ به این معنی که کاربران می‌توانند علاوه بر مانیتورینگ سایر پلتفرم‌های داخلی و خارجی، براساس قیمت مارکت‌های نیپوتو و مارکت‌های دیگر سفارش‌گذاری کنند. در گفت‌وگو با مدیرعامل نیپوتو از خدمات و فیچرهایی که این صرافی به کاربران ارائه می‌دهد، پرسیدیم. به گفته حسین زاده، طراحی سرویس‌های اختصاصی نظیر سفارش MCO، بازار معاملات عمده تتری، سرویس ETS، سرویس رمز اضطراری و سرویس «پس از من» از جمله خدماتی‌اند که نیپوتو پیاده‌سازی کرده است. در ادامه گزارشی از این گفت‌وگو را می‌خوانید.



خود را ارائه کرد. بنابراین امکاناتی در نیپوتو وجود دارد که در صرافی‌های دیگر شاهد آن نیستیم.»

طبق صحبت‌های حسین زاده، در نیپوتو سعی کرده‌اند امکاناتی را پیاده‌سازی کنند تا به کمک آنها کاربرها به ویژگی‌هایی فراتر از صرافی‌های معمولی دست یابند. او در این باره می‌گوید: «برای مثال، در پلتفرم نیپوتو امکان مقایسه قیمت صرافی‌های ایرانی و خارجی وجود دارد و کاربر در لحظه می‌تواند به قیمت‌ها دسترسی داشته باشد.»

امنیت؛ در اولویت کارها

طبق صحبت‌های حسین زاده، امنیت برای آنها موضوعی است که همیشه در اولویت قرار دارد. او درباره این موضوع می‌گوید: «سعی کردیم پلتفرمی طراحی

مقایسه قیمت صرافی‌های ایرانی و خارجی

هسته اولیه شکل‌گیری نیپوتو یک تیم برنامه‌نویسی ۱۰ نفره بوده که به مرور زمان به تعداد آنها افزوده شده است. سروش حسین زاده، مدیرعامل نیپوتو، درباره شکل‌گیری این شرکت می‌گوید: «از زمان شروع پروژه نیپوتو تا زمانی که محصول به اولین نقطه عملیاتی رسید، تقریباً ۳۹ ماه طول کشید، در حالی که معمولاً در اکوسیستم استارت‌آپی ایران اولین نسخه MVP در زمانی بین سه تا ۹ ماه بالا می‌آید، ولی نیپوتو با تأکید بر امنیت‌داری و موتور معاملاتی بهینه پس از انجام توسعه مطمئن و گذراندن تست‌های عملیاتی، محصول



ویژگی‌های سازمانی مانند ارائه خدمات کیف پول به صرافی‌هاییم.»

حسین‌زاده تجربه هفت‌ساله مدیریت بازار معاملاتی عمده لوکالر، یکی از قدیمی‌ترین بازارهای معاملات عمده بین صرافی‌های رمزارزی در ایران را داراست. او در این باره می‌گوید: «مشکلاتی که در ارتباط با معاملات عمده بین صرافی‌های رمزارزی رخ می‌داد من را مصمم کرد تا بازار برخط معاملات عمده تتر را راه‌اندازی کنم. بازار معاملات عمده تتر نیپوتو، امکانی خاص است که این صرافی ارائه می‌کند. در این بازار یکی از مشکلات اصلی که خرید اعتباری بوده، به شیوه‌ای امن حل شده است.» حسین‌زاده توضیح می‌دهد که سابق بر این، معاملات عمده اعتباری براساس اعتمادی نانوخته بین خریدار و فروشنده بر بستر شبکه‌های اجتماعی برقرار می‌شد و در صورتی که مشکلی برای خریدار پیش می‌آمد و نمی‌توانست دیون خود را تسویه کند، فروشنده دچار ضرر و زیان حتی چندمیلیاردی می‌شد. او در این باره می‌گوید: «در معاملات عمده نیپوتو، فروشنده می‌تواند تتر را به صورت مشروط و قبل از نشستن ریال برای خریدار واریز کند. واریز مشروط به این معناست که تتر به حساب خریدار انتقال می‌یابد، ولی حساب خریدار به میزان واریز مشروط، مسدود و برداشت می‌شود. حال اگر خریدار بخواهد تتر را از نیپوتو خارج کند، می‌تواند بیت‌کوین یا سایر آلت‌کوین‌هایش را در نیپوتو دپوزیت کند تا سقف برداشت او باز شود. آن آلت‌کوین واریزی به نوعی برای فروشنده به وجه تضمین بدل می‌شود تا در صورتی که ریال به حساب فروشنده ننشست بتواند از طریق آلت‌کوین خریدار به وجه معامله دست پیدا کند. همچنین «حسابداری برای جلوگیری از دبل اسپندینگ»، «کارمزد صفر برای میکر»، «کارمزد جزئی فارغ از مبلغ معامله برای تیکر» و «سیستم مدیریت فایل‌ها و رسیدها» از جمله امکانات معاملات عمده نیپوتو هستند که محیطی امن را برای معامله مدیران فروش صرافی‌های ارز دیجیتال فراهم می‌کنند.»

◀ توسعه‌های سال ۱۴۰۳

مدیرعامل نیپوتو سپس به برنامه‌هایی که برای سال ۱۴۰۳ در دستور کار دارند، اشاره می‌کند. به گفته او، آنها در تلاش‌اند بخش‌های خیری نیپوتو را توسعه دهند. او می‌گوید: «بخش خبری ما از سال ۱۳۹۹ به صورت ممتد مشغول تولید مقاله‌های علمی و تهیه خبرها و آموزش‌های ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی بوده و می‌خواهیم که اتاق خبر نیپوتو در آینده به یکی از قطب‌های اخبار ارز دیجیتال در ایران تبدیل شود. در بخش محصول نیز معتقدیم نباید از پویایی و تنوع محصولات نیپوتو کاسته شود. در سال آینده تمرکز اصلی نیپوتو روی توسعه محصولات برای کسب‌وکارهای رمزارزی خواهد بود تا برخی از نیازهای وب‌سایت‌ها و سکوها را تبادل رفع شود. برای کاربران عادی نیز، توسعه ما متوقف نخواهد ماند و در تلاشیم به روال گذشته، بازارهای تعهدی و امکانات منحصر به فرد و خلاقانه‌ای را پیاده‌سازی کنیم.»

کنیم که به صورت کلاستر از چند دیتاسنتر قابل دسترسی باشد و دیتا در چند دیتاسنتر وجود داشته باشد تا در صورت رخ دادن اتفاق‌هایی نظیر از بین رفتن دیتا در یک دیتاسنتر، استیج در لحظه کاربران در سایر دیتاسنترها وجود داشته باشد. همچنین با توجه به هک‌هایی که در سیستم‌های چت پشتیبانی رخ می‌داد تصمیم گرفتیم سیستم اختصاصی چت خودمان را طراحی کنیم و از ارسال دیتای کاربران به سرویس‌های چت ثالث بپرهیزیم. اکنون کاربران ما از چت اختصاصی که بخش فنی نیپوتو آن را توسعه داده، استفاده می‌کنند.»

◀ سفارش‌گذاری MCO براساس سایر قیمت صرافی‌ها

حسین‌زاده درباره سفارش‌گذاری براساس قیمت رمزارزها در صرافی‌های رمزارزی می‌گوید که MCO یا همان Multi Conditional Order، یک ابزار جدید ثبت سفارش است که نیپوتو در کشور ارائه کرده است. او درباره این ابزار این‌طور توضیح می‌دهد: «با استفاده از این ابزار، کاربر می‌تواند براساس تغییرات قیمت چند ارز در صرافی‌های دیگر، یک سفارش معامله به صورت لیمیت یا مارکت در نیپوتو ثبت کند. این نوع سفارش‌گذاری مناسب دو دسته از کاربران است؛ دسته اول آنهایی که قصد دارند در بازار تتر/تومان نسبت به آربیتراژگیری فعالیت کنند. این کاربران می‌توانند براساس قیمت سایر بازارهای ایرانی ثبت سفارش شرطی کنند. برای مثال کاربران می‌توانند اگر قیمت تتر/تومان در نوبیتکس یا تترلند به عدد مشخصی رسید در نیپوتو به صورت لیمیت یا مارکت سفارش ثبت کنند. دسته دوم نیز کاربرانی‌اند که تحلیلگر ارزهای دیجیتال هستند. آنها می‌توانند با شناسایی نقاط مقاومت و حمایت بلندمدت رمزارزهایی مثل بیت‌کوین و اتریوم، روند بازار را شناسایی کنند و در صورت تغییر مثبت روند، نیپوتو برای آنها آلت‌کوین‌های مدنظرشان را می‌خرد یا در صورت تغییر روند به صورت نزولی آلت‌کوین‌های آنها را می‌فروشد. MCO به نوعی سفارش ارتقایافته حالت OCO است که شرط کاربر را محدود به یک بازار نمی‌کند.»

مدیرعامل نیپوتو می‌گوید این شرکت فیچر MCO را ابداع کرده و کارایی آن به این صورت است که کاربر می‌تواند براساس قیمتی مانند تتر/تومان در نوبیتکس یا بیت‌کوین تتر در بایننس، سفارش خرید و فروش در نیپوتو را ثبت کند. او توضیح می‌دهد: «معمولاً تحلیلگران از این فیچر استفاده می‌کنند. برای مثال، با توجه به اینکه بیت‌کوین و اتریوم، مارکت‌کپ بالایی دارند، با رشد آنها، آلت‌کوین‌ها نیز رشد می‌کنند که در پی آن چندین خطوط حمایتی و مقاومتی به وجود می‌آید. برای مثال اگر بیت‌کوین و اتریوم خطوط مقاومت بلندمدت آنها را بشکنند، آن وقت می‌توانیم بگوییم که آلت‌سینز شروع شده است. در حال حاضر، اینکه بتوانید با استفاده از قیمت بیت‌کوین و اتریوم، سفارش خرید آلت‌کوین بدهید، در بازارهای ایرانی و خارجی وجود ندارد.»

◀ کیف پول همتا به همتا؛ پردازش تراکنش‌ها

حسین‌زاده درباره سیستم کیف پول نیپوتو نیز صحبت می‌کند. به گفته او، نسل جدید کیف پول‌های همتا به همتا این‌طور طراحی شده‌اند که برای هر اکانت، پس از واریز، مقدار مشخصی رمزارز را به صورت خودکار به چندین کیف پول با آدرس‌های متفاوت انتقال می‌دهند و تا حد امکان از تجمیع دارایی‌ها جلوگیری می‌کنند. او می‌گوید: «این روش باعث می‌شود در هر بار عملیات واریز، کاربر یک کیف جدید ایجاد کند و در عین حال مالکیت آدرس‌ها را حفظ شود و در برداشت نیز هر بار از یک آدرس متفاوت ارز دیجیتال دریافت کند؛ با این روش امکان ردیابی و امکان فریز کردن دارایی کاربر برای صرافی‌ها یا شرکت‌های خارجی غیرممکن است. نیپوتو همچنین خدمات API را به هدف تولید آدرس، واریز و برداشت برای صرافی‌های ارز دیجیتال به صورت رایگان ارائه کرده است.»

◀ از لوکالر تا نیپوتو

طبق صحبت‌های مدیرعامل نیپوتو، بازار معاملاتی عمده نیز از دیگر قابلیت‌های این پلتفرم است. او در توضیح این بازار می‌گوید: «بازار معاملات عمده تتر نیپوتو برای اولین بار است که در ایران ایجاد شده و مخاطب آن، صرافی‌های رمزارزی‌اند. در این بازار رقابتی، تمایز ما با سایر رقبا در این است که در حال حرکت به سمت

ممبر تراکنش

کسب‌وکار

۲۱۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



مصرف تراکتس



۲۱۸

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

مسعود وکیلی نیا، مدیرعامل ارتباط فردا درباره برنامه های این هلدینگ در سال ۱۴۰۳ می گوید

تکمیل فرایند بورسی شدن نمان رایگیری خواهیم کرد

هلدینگ ارتباط فردا در سالی که گذشت، به سمت شناسایی هرچه بیشتر نیازهای بازار و مشتری محوری همگام با تغییرات تکنولوژی قدم برداشته و تغییرات استراتژیک درون سازمانی نیز داشته است؛ تغییراتی که به گفته مدیرعامل این هلدینگ، کم در دسر هم نبوده و نیاز به هماهنگی و همکاری تیم های مختلف داشته است. ارتباط فردا قرار است در سال جدید روی تبدیل کردن همراه کارت به یک سوپراپلیکیشن و ورود کاملش به بازار سرمایه کار کند و در کنار این موارد به حوزه هایی نظیر ولت تک و اینشورتک نیز وارد شود. در گفت و گویی که با مسعود وکیلی نیا، مدیرعامل هلدینگ ارتباط فردا داشتیم، درباره عملکرد و اقداماتشان در سالی که گذشت و برنامه هایی که برای آینده این هلدینگ دارند، صحبت کردیم.



◀ توسعه آبانک، نوآوری باز و ایران کارت

هلدینگ ارتباط فردا از سال ۱۴۰۱ با شروع فعالیت مسعود وکیلی نیا به عنوان مدیرعامل، تغییرات زیادی را پشت سر گذاشته است. بنا بر صحبت های او، تمرکز اصلی آنها در سال ۱۴۰۲ روی چند حوزه خاص بوده است: «ما در سالی که گذشت روی حوزه هایی نظیر نئوبانک، نوآوری باز و لندتک متمرکز شدیم. نئوبانک را با طراحی و تمرکز بیشتر بر اپلیکیشن آبانک جلو بردیم و با ارائه سرویس ها و خدمات جذاب موفق شدیم نظر مخاطبان را جلب کنیم و با استقبال متخصصان و عموم مردم روبه رو شویم. آبانک هم اکنون یکی از محصولات مهم ارتباط فردا است که بر بانکداری نوین تمرکز دارد و ما با طراحی و توسعه این

محصول، تلاش کردیم بانکداری دیجیتال را ترویج کنیم. با استفاده از آبانک، مشتریان می توانند بدون مراجعه حضوری به بانک ها، از تمام خدمات بانکی بهره مند شوند. یکی دیگر از نقاط تمرکز ما در سال ۱۴۰۲، پلتفرم نوآوری باز فینوتک و حرکت در مسیر تکمیل خدمات قابل ارائه از طریق این پلتفرم بود.» وکیلی نیا می گوید که Open Finance یکی از روندهای روز فناوری در دنیای امروز است و عملاً با حرکت در این مسیر وارد فضای جدیدی برای ارائه خدمت به استارت آپ ها و شرکت ها شدند: «ایران کارت نیز یکی دیگر از نقاط تمرکز ما بوده که می توانیم امروز از آن به عنوان موفق ترین باشگاه مشتریان ایران نام ببریم که در سال گذشته با رشد

بیش از ۱۰۰ درصدی تعداد کاربرانش روبه‌رو بوده است.»

◀ تغییر رویکرد به سمت مشتری محوری

این هلدینگ علاوه بر تمرکز روی ارائه محصولات و خدمات جدید داشته، با یک تغییر رویکرد نیز روبه‌رو بوده است؛ تغییری که وکیلی‌نیا درباره‌اش می‌گوید: «در سالی که گذشت به این نتیجه رسیدیم که باید به سمت مشتری محوری تغییر رویکرد دهیم و همین کار را هم کردیم. در واقع، تمرکزمان را روی شناخت بیشتر نیازها و خواسته‌های مشتریانمان گذاشتیم تا کیفیت و کارایی خدماتمان را به صورت حداکثری ارتقا دهیم و نتیجه این تغییر رویکرد را می‌توان در نحوه طراحی و ارائه آبانک و تغییراتی که در ایران کارت، همراه کارت و... داده‌ایم، ببینید. تمرکز بر مشتری محوری به ما کمک کرد محصولات و خدماتمان را با نیازهای روز کاربران همسو کنیم و مدام در حال ارزیابی این نیازها و بهبود خدمات باشیم. همچنین تلاش کردیم محصولات خودمان را به شکلی طراحی کنیم که به سرعت به نیاز کاربران پاسخ دهد و پیچیدگی‌های فرایندهای بانکی را کنار گذاشتیم.»

◀ دو چالش اصلی در سالی که گذشت

همان‌طور که قبلاً هم گفته شد، ارتباط فردا در سالی که گذشت، چالش‌هایی را پشت سر گذاشته است که یکی از آنها، تغییراتی در استراتژی‌های درون این هلدینگ بوده است. او در این باره بیان می‌کند: «برای تغییر استراتژی‌های درون شرکت نیاز داشتیم تمام نیروها و تیم‌های مختلف مشغول به کار در هلدینگ به آن بپیوندند و لزوم همراه شدن با آن را درک کنند که این مرحله به خوبی انجام شد و توانستیم تمام بخش‌ها را با تغییرات جدید، تطبیق دهیم. علاوه بر این، ما با یک چالش دیگر هم روبه‌رو بودیم که به نظرم چالشی عمومی است. ما در سال‌های اخیر شاهد رشد نرخ مهاجرت نیروهای متخصص هستیم که ترجیح می‌دهند در جایی غیر از ایران کار و زندگی کنند. این مسئله در حال حاضر به یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های شرکت‌های فناوری محور تبدیل شده و همه در جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص با مشکل روبه‌رو هستند و ما هم از این بحران در امان نبوده‌ایم.»

◀ ارتباط فردا؛ در مسیر بورسی شدن

ارتباط فردا مدتی است که از ورودش به بورس خبر داده و در تلاش است این اقدام را به صورت کامل، عملی کند. وکیلی‌نیا با اشاره به این تصمیمشان اظهار می‌کند: «برای فرایند ورودمان به بورس، جلسه پذیرشی داشتیم که موفقیت‌آمیز بود و ادامه این فرایند به ارائه گزارش حسابرسی شده شش ماه اول سال منوط شد که آن را هم به فرابورس تحویل داده‌ایم و امیدواریم در اوایل سال ۱۴۰۳ شاهد ورود ارتباط فردا به بازار سرمایه باشیم. همچنین شرکت‌های تابع هلدینگ هم اقدامات اولیه‌ای را که باید برای ورود به بورس انجام دهند، شروع کرده‌اند و در سال جدید کارهای پذیرش ایران کارت، همراه کارت و فینوتک را هم

برای ورود به بازار سرمایه انجام خواهیم داد.»

◀ توسعه پورتفوی شرکت در سال ۱۴۰۲

مدیرعامل ارتباط فردا با بیان این موضوع که اگر قرار باشد از مشتریان فعلی این شرکت نام ببریم، باید به فهرستی طولانی اشاره کنیم که نام شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ و مهمی در آن به چشم می‌خورد، می‌گوید: «در واقع، بهتر است بگوییم این هلدینگ در سالی که گذشت، روی افزایش تعداد مشتریان و پورتفوی که دارد، خیلی کار کرده است. تمرکز ما در سال ۱۴۰۲ روی بهینه‌سازی سبد محصولات و خدمات سرمایه‌گذاری شده در طول سال‌های گذشته و افزایش تعداد مشتریانمان بود. سعی کردیم بین تمام شرکت‌های هلدینگ هم‌افزایی و ارزش آفرینی ایجاد کنیم. ما عملاً در اکثر استارت‌آپ‌هایی که روی آنها سرمایه‌گذاری کرده بودیم، با افزایش تعداد کاربر، درآمد و سود روبه‌رو بودیم و فکر می‌کنم که این روند در سال ۱۴۰۳ می‌تواند باعث ایجاد استارت‌آپ‌های موفق‌تری در اکوسیستم ارتباط فردا شود. همچنین نیم‌نگاهی هم به استارت‌آپ‌های فعال در حوزه بلاکچین و گردشگری و بیمه داشتیم و فعالیت‌های خوبی در این حوزه‌ها صورت گرفت.»

◀ رویارویی احتمالی با چالش تأمین مالی

بنابر صحبت‌های وکیلی‌نیا، آنها می‌خواهند در سال ۱۴۰۳ روی ادامه فرایند بورسی شدن ارتباط فردا و شرکت‌های تابع آن تمرکز کنند و خدمات و سرویس‌های جدیدی نیز به آبانک اضافه کنند تا از استقبال عمومی بیشتری برخوردار شود. همچنین، روی توسعه خدمات ولت‌تک و محصول فانوس نیز کار خواهند کرد. او درباره سایر تصمیماتشان و چالش‌هایی که ممکن است در سال جدید داشته باشند، می‌گوید: «علاوه بر اینها، می‌خواهیم Open Finance را در فینوتک پیگیری کنیم، تعداد سرویس‌ها را در حوزه بازار سرمایه و بیمه افزایش دهیم و با اضافه کردن خدمات جدید به همراه کارت، از آن یک سوپر اپلیکیشن بسازیم. در این مسیر ممکن است با چالش تأمین منابع مالی روبه‌رو شویم، اما امیدواریم که حمایت‌های سهامدارانمان، ما را در این مسیر کمک کند. ۱۴۰۲ برای ارتباط فردا سال خوبی بود و تا جایی که توانستیم، زیرساخت‌هایمان را توسعه دادیم و همین مسئله باعث می‌شود که من به سال پیش رو آینه‌دهنده هلدینگ ارتباط فردا امیدوار باشم.»

◀ ارزیابی سال ۱۴۰۳

مدیرعامل هلدینگ ارتباط فردا درباره سال پیش رو می‌گوید: «۱۴۰۳ برای ما سال بسیار مهمی است و امیدواریم ثمره اقدامات زیرساختی خود را که در سال ۱۴۰۲ انجام دادیم، ببینیم. سرمایه‌گذاری روی سرویس‌های جدید و دریافت بازخوردهای مثبت از روند توسعه این سرویس‌ها، ما را به سال جدید امیدوار می‌کند. علاوه بر آن، تلاشمان این است که با تمرکز بر توسعه و ارائه خدمات نوین به مشتریان از طریق محصولات و خدمات هلدینگ ارتباط فردا، همچنان در مسیر مشتری محوری و پاسخ‌گویی درست و در زمان کوتاه به نیاز مشتریان موفق عمل کنیم.»

ارتباط فردا

مسترز اکس

کسب‌وکار

۲۱۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

۵۵

می‌خواهیم
Open Finance

رادرفینوتک

پیگیری کنیم،

تعداد سرویس‌ها

رادر حوزه بازار

سرمایه و بیمه

افزایش دهیم و

با اضافه کردن

خدمات جدید به

همراه کارت، از آن

یک سوپر اپلیکیشن

بسازیم. در این

مسیر ممکن

است با چالش

تأمین منابع مالی

روبه‌رو شویم،

اما امیدواریم

که حمایت‌های

سهامدارانمان، ما

را در این مسیر کمک

کند



عکس: نسیم اعتمادی



عصر تراکتس



۲۲۰

ASAEETARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

گفت و گو با پویان عطاآبادی، مدیر اجرایی آبانک
درباره تغییرات محصول جدید ارتباط فردا در یک سال گذشته و برنامه های پیش رو

در مسیر توسعه اسکیل آپ هستیم

بانکداری نوین با عبور از شیوه های سنتی بانکداری، تلاش می کند نیازها و خواسته های کاربران امروزی را بشناسد و با آنها همسو شود. به همین منظور نئوبانک ها شکل گرفته اند که به عنوان بانک های عصر جدید شناخته می شوند و در بستر آنلاین، به کاربران خود خدمت رسانی می کنند. آبانک یکی از محصولات جدید ارتباط فردا و اپلیکیشن نئوبانکی است که بر ارائه خدمات بانکی بر بستر دیجیتال تمرکز دارد. در طول سال ۱۴۰۲ آبانک تغییرات زیادی را از سر گذراند و تلاش کرد در بستری امن و یکپارچه، خدمات بانکی را به صورت آنلاین ارائه کند. با پویان عطاآبادی، مدیر اجرایی آبانک گفت و گویی درباره مسیر تغییر آبانک از روز شکل گیری تا امروز داشتیم. طبق صحبت های او، بهینه سازی زیرساخت ها و افزایش ظرفیت های فنی و امنیتی از جمله مهم ترین بهبودهای این شرکت در یک سال گذشته بوده است. علاوه بر این، ارائه نسخه تحت وب، ایجاد صندوق های سرمایه گذاری، تعریف چک صیادی و تعریف مشتریان بالقوه و بالفعل جدید دیگر اقدامات آبانک در سال ۱۴۰۲ بود. در ادامه گزارشی از این گفت و گو را می توانید بخوانید.



◀ ورود به مرحله اسکیل آپ

آبانک، یکی از محصولات جدید ارتباط فردا است که در طی سال گذشته به رشد قابل توجهی از منظر تعداد نصب و کاربر فعال و تعداد تراکنش رسیده است. عطاآبادی، مدیر اجرایی آبانک با بیان این موضوع می‌گوید: «اگر بخواهم به یکی دیگر از مهم‌ترین بهسازی یا بهبودهای سال جاری آبانک اشاره کنم، باید از بهینه‌سازی زیرساخت‌ها و افزایش ظرفیت‌های فنی و امنیتی بگویم. بهینه‌سازی‌های مسائل شبکه‌ای و تعریف استانداردهای امنیتی در بانکداری الکترونیک اهمیت ویژه‌ای دارد و فراهم کردن امنیت لازم، هم در فرایندهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، و هم در فرایندهای مرتبط با امنیت اطلاعات در سازمان، معنا پیدا می‌کند. این تغییرات زیرساختی، آبانک را وارد مرحله اسکیل آپ کرده است.» فراهم کردن یک تجربه بی‌نقص برای کاربران نیز از دیگر اقدامات آبانک در سال ۱۴۰۲ بوده است. عطاآبادی در این باره می‌گوید: «تلاش کردیم کاربران بتوانند علاوه بر تمام خدمات معمول شعبه، از خدمات متنوع و جدید دیگر نیز بهره‌مند بشوند. عملاً سعی کردیم بیش از پیش کاربر را از شعبه بی‌نیاز کنیم و بتوانیم به سطح سرویس‌های آبانک جامعیت بیشتری بدهیم. در این حین هم تغییرات و بهبودهایی را در رابط کاربری ایجاد کردیم. اکنون طبق نظرسنجی‌هایی که از کاربران آبانک داشتیم، سرعت و رضایت از آبانک به مراتب بهتر از قبل شده که همین موضوع موجب افزایش تعداد کاربران و تعداد تراکنش‌ها شده است.» از دیگر تغییرات آبانک در سال ۱۴۰۲ می‌توان به ارائه نسخه تحت وب، ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری، تعریف چک صیادی و تعریف مشتریان بالقوه و بالفعل جدید اشاره کرد. علاوه بر این، به گفته او، یکی دیگر از مهم‌ترین اقدامات آبانک در این سال، صدور کارت بود. او می‌گوید: «صدور کارت شفاف یکی از خدمات آبانک است که به نظرمان جای یک کارت شفاف در صنعت خالی بود و امیدواریم بتوانیم سرویس‌های متمایزی روی کارت و اپلیکیشن آبانک ایجاد کنیم.»

◀ ریال دیجیتال در آبانک

یکی از مهم‌ترین فیچرهای جدید آبانک، خدمت ریال دیجیتال است که در دی ماه ۱۴۰۲ رونمایی شد. به گفته عطاآبادی، ارتباط فردا یکی از اولین شرکت‌هایی است که موفق شده ریال دیجیتال را روی اپلیکیشن نئوبانک خود عملیاتی کند: «علاوه بر این، از خدمات دیگری مثل کیف پول شخصی و تجاری، خرید با ریال دیجیتال از طریق دستگاه‌های کارت‌خوان، درگاه‌های خرید اینترنتی و بازگشت وجه به کیف پول نیز رونمایی کردیم و عملاً وارد مرحله عملیاتی شدیم. ما برای ایجاد دسترسی گسترده کاربران به همه امکانات بانکی، امکاناتی مثل دریافت کارت اعتباری، دریافت تسهیلات و امکان افتتاح حساب ایران کارت را نیز در اپلیکیشن آبانک پیاده‌سازی کردیم.»

◀ عملکرد آبانک در سال ۱۴۰۲

مدیر اجرایی آبانک با بیان این جمله که همچنان ابتدای راه قرار دارند، ولی به صورت کلی برآیند سال ۱۴۰۲ را برای آبانک مثبت می‌بیند، می‌گوید: «ما برای رشد آبانک از تمام زیرساخت‌های موجود استفاده کردیم و از محصول نهایی رضایت داریم. تمام اینها نتیجه تلاش‌های تیم‌های مختلف آبانک است. ما تمام توان خودمان را برای رضایت مشتری گذاشتیم.»

◀ چالش منابع انسانی، مارکتینگ و لجستیک

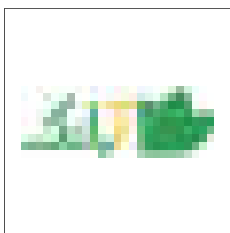
آبانک نیز مانند تمامی کسب‌وکارها در یک سال گذشته با چالش‌های زیادی در مسیر رشد خود روبه‌رو شده که به گفته عطاآبادی، مشکلاتی در زمینه جذب نیروی انسانی کارآمد، مارکتینگ و لجستیک از جمله آنها هستند: «تلاش ما در مواجهه با چالش‌ها این بوده که با بهبود زیرساخت‌های لازم و جذب سرمایه انسانی حرفه‌ای، همواره نسخه بهتری از محصول آبانک ارائه دهیم که پاسخ‌گوی نیازهای کاربران امروزی باشد.» به عقیده عطاآبادی، چالش‌های سال جدید ممکن است متأثر از چالش‌های سال ۱۴۰۲ باشد که از جمله آنها می‌توان به مشکلاتی نظیر جذب و نگهداشت نیروی انسانی اشاره کرد: «سعی می‌کنیم در این موضوع، با سرمایه‌گذاری و صرف زمان برای پرورش و توسعه نیروهای تازه‌کار و همچنین ایجاد بستری برای کسب تجربه نیروها، از این مشکل عبور کنیم. یکی دیگر از مشکلات، هزینه بالای ارائه خدمات، مخصوصاً خدمات لجستیکی خواهد بود که برای حل این مشکل، نیاز داریم زیرساخت‌های لجستیکی را به صورت ریشه‌ای بشناسیم و با ایده‌پردازی و خلاقیت، راه‌های بهتری برای ارائه خدمات پیدا کنیم.»

◀ جامع بودن؛ مزیت رقابتی آبانک

اوسپس درباره مزیت‌های رقابتی آبانک صحبت می‌کند و می‌گوید که شاید جامع بودن را بتوان یکی از مهم‌ترین مزیت‌های رقابتی آبانک دانست: «این ویژگی، به کاربران کمک می‌کند تمام نیازهای بانکی خود را در یک اپلیکیشن برآورده کنند و در صورت تمایل، دیگر به شیوه سنتی به بانک مراجعه نکنند. علاوه بر آن، کاربران متناسب با نیازهای خودشان می‌توانند اپلیکیشن آبانک را شخصی‌سازی کنند و در بخش ویرایش چیدمان، انتخاب کنند که کدام گزینه فعال و کدام غیرفعال باشد. البته همه می‌دانیم که اولین نیازمندی یک بانک دیجیتال، داشتن زیرساخت‌های امنیتی قوی است که در آبانک نیز به این موضوع به صورت ویژه توجه شده و زیرساخت‌ها به شکلی طراحی شده است که تمام اطلاعات کاربران محفوظ بماند. رابط کاربری نیز دیگر مزیت رقابتی آبانک است که محیطی دوستانه برای کاربر فراهم کرده است. در نهایت یکی از امکانات خاصی که در آبانک داریم این است که کاربر می‌تواند به راحتی انواع سپرده‌های بلندمدت را در کسری از ثانیه در آبانک افتتاح کند.»

◀ برنامه‌های ۱۴۰۳

اضافه کردن خدمات چکاد و کهربا به آبانک، از جمله برنامه‌های ۱۴۰۳ این شرکت است. مدیر اجرایی آبانک می‌گوید که در صورت عملی شدن پروژه کهربا، کاربران می‌توانند به جای استفاده از کارت‌های فیزیکی، از خدمات بدون کارت و بدون تماس فیزیکی و با بهره‌گیری از تلفن همراه مطابق با آخرین فناوری روز استفاده کنند. «چکاد یکی دیگر از خدماتی است که در حال پیگیری آن هستیم که در صورت تأیید، تحولی در زمینه نحوه درخواست و صدور چک ایجاد می‌شود و افراد می‌توانند در بستری امن، مراحل ثبت، صدور، تأیید و دریافت چک را به صورت کاملاً دیجیتال پیش ببرند. از دیگر برنامه‌هایی که برای سال آینده داریم، تکامل خدمات شرکتی و حرکت به سمت حساب‌های شرکت حقوقی است. تلاش ما این است که جزو اولین بانک‌ها در زمینه بانکداری شرکتی باشیم.» عملی‌سازی خدمت ریال دیجیتال نیز از دیگر برنامه‌های آبانک است که در سال ۱۴۰۳ با جدیت آن را دنبال خواهند کرد. به گفته او، در حال حاضر در مرحله تأییدیه بانک مرکزی قرار دارند: «علاوه بر آن، برنامه ما این است که اپلیکیشن آبانک را با خدمات جدید به روزرسانی کنیم و نسخه دوم آن را به صورت گسترده در برنامه‌های نصب و به روزرسانی اپلیکیشن مثل بازار و مایکت، در دسترس کاربران قرار دهیم. در واقع تمام تمرکز ما در سال جدید روی این است که آبانک را به صورت یک اپلیکیشن جامع با خدمات خلاق و بسیار متنوع بانکی معرفی کنیم. برای این منظور، تلاش می‌کنیم در زمینه انتخاب خدمات برای نئوبانک آبانک، خلاقیت به خرج دهیم و در فیچرهای موجود، تغییراتی برای بهبود ایجاد کنیم. ایجاد بستری مطمئن و خلاق برای همکاری با سایر شرکت‌ها، یکی دیگر از اهدافی است که برای آبانک دنبال می‌کنیم. در آخر با استراتژی‌های جدیدی که برای آبانک در نظر داریم، امیدواریم در سال آینده این محصول را به مرحله اسکیل آپ برسانیم.»



همتراکس

کسب‌وکار

۲۲۱

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



عکس: نسیم اعتمادی

فاطمه شایگان

عصر تراکتس



۲۲۲

ASAE TAAAHONESH IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



گفت وگو با مهدی ملکی، مدیرعامل فینوتک درباره برنامه های این شرکت در سال جدید

پیاده سازی مفهوم داده باز در کشور

فینوتک فعالیت خود را با هدف گسترش نوآوری در حوزه خدمات بانکداری باز از دی ماه ۱۳۹۵ آغاز کرد و اکنون در مسیر رشد و توسعه خدمات مالی باز قرار گرفته و به سمت ایجاد بستری برای پیاده سازی مفهوم داده باز در حرکت است. امروز فینوتک بیش از سیصد وب سرویس ارائه می کند که فقط محدود به خدمات بانکی نیستند و خدمات دیگری مانند بازار سرمایه، بورس، بیمه، سرویس های هوش مصنوعی، احراز هویت و... را هم در بر می گیرند. در گفت وگو با مهدی ملکی، مدیرعامل شرکت فینوتک، از اقداماتشان در سال ۱۴۰۲ و برنامه هایشان برای سال جدید پرسیدیم. به گفته ملکی، فینوتک در یک سال گذشته از محصول جدید خود به نام «راشا» رونمایی کرده است. این محصول به کاربران صنایع مختلف این امکان را می دهد که بدون صرف هزینه های پیاده سازی و فقط با چند کلیک و شارژ حساب خود به خدمات مدنظرشان دسترسی پیدا کنند. عمده تمرکز این شرکت در سال ۱۴۰۲ بر توسعه و بهبود زیرساخت های فنی و توسعه بازار بوده و به گفته ملکی، ۱۴۰۳ می تواند برای فینوتک سال درخشش و جهش بزرگ باشد. در ادامه گزارشی از این گفت وگورا می خوانید.



توسعه زیرساخت های فنی

مهدی ملکی که از مهرماه ۱۴۰۲ در سمت مدیرعاملی شرکت فینوتک فعالیت می کند، ابتدا درباره وضعیتی که این شرکت را تحویل گرفت، توضیح می دهد. به گفته او، فینوتک گذشته بسیار خوبی دارد و زیرساخت های مناسبی در آن فراهم شده است: «از زمانی که من به این

شرکت پیوستم، تلاش کردم ساختار سازمانی فینوتک را چابک تر کنیم و همچنین زیرساخت های فنی آن را بهبود بخشیم تا به واسطه آن بتوانیم سرویس های بهتری به مشتریانمان عرضه کنیم. همچنین در این مدت در تلاش بودیم بازارمان را نیز توسعه دهیم. پیش از این، در فینوتک به اندازه کافی به توسعه بازار و بازاریابی پرداخته نشده بود که در تلاشیم در دوره جدید مدیریتی، سرویس های این شرکت بهتر به بازار مخاطبانش معرفی شود و سهم بازار شرکت افزایش یابد.»

توسعه زیرساخت‌های فنی و عرضه محصولات در صنایع مختلف دو هدف اصلی بودند که فینوتک در سال ۱۴۰۲ آنها را دنبال کرده است. طبق صحبت‌های ملکی، این شرکت پیش از این در صنعت بانکی فعالیت داشت، اما در یک سال گذشته کوشیده که در صنایع بازار سرمایه، بیمه و تلکام نیز سرویس‌های خود را گسترده کند. او در این باره می‌گوید: «در سال ۱۴۰۲ در تلاش بودیم هم از صنایع بیمه، بورس و تلکام سرویس بگیریم و در اختیار سایر صنایع قرار دهیم و هم سرویس‌های بانکی را در این صنایع جا بیندازیم و معرفی کنیم. از همین رو، در سال ۱۴۰۲ در راستای حرکت به سمت ارائه سرویس‌های مالی باز، تفاهم‌نامه‌ای با کارگزاری آگاه، بیمه دی و بیمه تجارت نو امضا کردیم و فعالیت‌های قبلی شرکت در این حوزه‌ها را توسعه دادیم.»

راه‌اندازی راشا

فینوتک در دی‌ماه ۱۴۰۲ از محصول جدید خود با عنوان «راشا» رونمایی کرد؛ محصولی که قابلیت استعلام داده‌های بانکی و غیربانکی و گزارشگری مدیریتی و حسابداری را برای کسب‌وکارهای حقیقی و حقوقی فراهم می‌کند. ملکی درباره راشا این‌طور توضیح می‌دهد: «در فینوتک پنلی به نام راشا راه‌اندازی کرده‌ایم که مناسب افراد و شرکت‌هایی است که امکان پیاده‌سازی سرویس‌ها را در شرکت‌های خود ندارند و با استفاده از این پنل که تمامی سرویس‌های فینوتک در آن آماده شده و شارژ آن، می‌توانند این سرویس‌ها را فراخوانی کنند. هدف این محصول درک مسائل مشتریان در حوزه‌های کاری خودشان و ارائه راهکار و طراحی محصول با سرویس‌های در دسترس در فینوتک بوده است. در واقع فینوتک با هدف تسهیل فرایندهای تیم‌های محصول و فنی شرکت‌های مختلف در طراحی و راه‌اندازی سامانه‌های داخلی برای حل مسئله و با استفاده از تجربیاتی که از شرکت‌های دیگر در همین حوزه داشته، کوشیده پنلی کامل و متمرکز عرضه کند.»

طبق صحبت‌های ملکی، ۱۴۰۲ برای فینوتک سال آماده‌سازی بود و در این سال زیرساخت‌هایشان را آماده و ایجاد کردند و در نهایت آنها را توسعه دادند. او در این باره می‌گوید: «توسعه زیرساخت‌هایمان با این هدف بود که بتوانیم در سال ۱۴۰۳ فینوتک را به حداکثر توانمندی‌هایش برسانیم و با بالاترین توان در بازار حضور داشته باشیم. پیش‌بینی می‌کنم فینوتک با تلاش همکارانم نسبت به سال گذشته رشد چشمگیری را نشان دهد.»

چالش‌های ۱۴۰۲

بنا بر صحبت‌های ملکی، کمبود و گران بودن نیروی متخصص، تغییرات قوانین توسط نهادهای ناظر و انحصارگرایی برخی از چالش‌های بسیاری از شرکت‌های فعال در این حوزه‌اند و فینوتک نیز از این

قاعده مستثنا نیست. او درباره چالش‌هایشان در یک سال گذشته می‌گوید: «یکی از چالش‌هایمان در یک سال گذشته به قانون‌گذاری مربوط می‌شد. با تغییر ناگهانی قوانین، کسب‌وکارها تحت تأثیر زیادی قرار می‌گیرند و روند مستمر موجودشان دچار مشکل می‌شود. علاوه بر قانون‌گذاری، چالش جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص را نیز داشتیم، ولی با این حال، سعی کردیم دستمزد دریافتی همکاران را به سطح قابل قبولی برسانیم. علاوه بر آن تلاش کردیم که محیط شرکت را با تکیه بر دانش مربوط به حوزه منابع انسانی، جذاب کنیم تا پرسنل بتوانند در آن احساس راحتی و احساس تعلق خاطر به محیط کارشان داشته باشند.»

حرکت از بانکداری باز به سمت داده باز

به عقیده مدیرعامل فینوتک، بانکداری باز در کشور، حوزه بزرگی است که در ابتدا از صنعت بانکی شکل گرفت، ولی این حوزه باید فراتر از صنعت بانکی رود و در سال ۱۴۰۳ از بانکداری باز به سمت داده باز در حرکت باشد. او در این باره می‌گوید: «این صنعت همچنان به معنای کامل در کشور قانون‌گذاری نشده است و البته این مورد هم شمشیر دولبه است، قانون‌گذاری باید در راستای رفع انحصار و موانع کسب‌وکاری باشد نه برعکس. قانون‌گذاری نامناسب باعث شده که بعضی از سازمان‌هایی که در این فضا فعالیت می‌کنند به واسطه رویکرد خاصشان، منجر به آسیب به شرکت‌هایی مانند فینوتک شوند. مهم‌ترین مسئله این است که این مفهوم و توسعه آن بایستی کاملاً به بخش خصوصی واگذار شود و سازمان‌های دولتی و به خصوص بانک‌ها به شکل رقیب برای گروه‌های کسب‌وکاری مانند شرکت فینوتک، مطرح نشوند.»

با وجود این، در فینوتک در تلاشیم با استفاده از داده‌های صنایع مختلف ابزاری برای تسهیل فرایندهای داخلی حوزه‌های مختلف ارائه دهیم. در واقع با نگاهی به مفهوم داده باز که در آن با استفاده از داده‌های افراد و شرکت‌ها در صنایع گوناگون مانند صنعت تلکام، بیمه، بورس، خدمات شهری و... و البته با اخذ مجوز خودشان تلاش بر ایجاد بستری امن‌تر و در عین حال بازتر برای تسهیل بخشیدن به فرایندهای تکراری و سنتی قبل دارد؛ سعی کردیم تلاشی مستمر در تعریف و شفاف‌سازی این مفهوم هم به کسب‌وکارها و هم به قانون‌گذار داشته باشیم و موفقیت‌هایی هم در بعضی حوزه‌ها داشته‌ایم. هرچند هنوز در ابتدای مسیر قرار داریم، ولی نسبت به سال جدید بسیار خوش بین هستیم و امیدواریم با ایجاد درک درست از مفاهیم، موفقیت‌های بزرگ‌تری در پیاده‌سازی مفهوم داده باز به دست آوریم.»

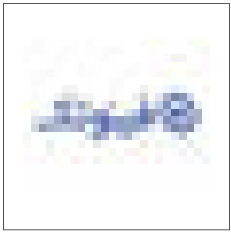
بدون شک در این مسیر مهم‌ترین موضوعی که باید دنبال کنیم، امنیت داده است. ملکی با بیان این موضوع می‌گوید: «فینوتک در تلاش است با توسعه ابزارهای دسترسی به داده‌ها در بستر امن، موجب آسودگی خاطر افراد و سازمان‌ها و مؤسسات در ارائه خدمات داده‌ای باشد. فینوتک امید دارد بتواند در این زمینه سازکارهای مناسب ارائه دهد.»

۱۴۰۳؛ سال درخشش

به گفته ملکی، در سال ۱۴۰۳ فینوتک از محصولات ویژه‌ای رونمایی خواهد کرد و در تلاش‌اند که علاوه بر ارائه سرویس، به راه‌حل‌هایی برسند تا با تجمیع وضعیت سرویس‌ها به خدمات جدیدی دست پیدا کنند. ملکی با اشاره به این موضوع بیان می‌کند: «با توجه به پیش‌بینی‌ها و توسعه‌های زیرساختی که در سال گذشته انجام داده‌ایم، ۱۴۰۳ برای فینوتک سال درخشش است و امیدواریم که سال جهش و رشد چشمگیر برای این شرکت از نظر توسعه بازار و سودآوری باشد و این برند خوشنام نسبت به گذشته افتخارات بیشتری کسب کند.»



در فینوتک
پنلی به نام راشا
راه‌اندازی کرده‌ایم
که مناسب افراد و
شرکت‌هایی است که
امکان پیاده‌سازی
سرویس‌ها را در
شرکت‌های خود
ندارند و با استفاده
از این پنل که تمامی
سرویس‌های
فینوتک در آن
آماده شده و شارژ
آن، می‌توانند
این سرویس‌ها
را فراخوانی
کنند. هدف این
محصول درک
مسائل مشتریان
در حوزه‌های
کاری خودشان
و ارائه راهکار و
طراحی محصول
با سرویس‌های
در دسترس در
فینوتک بوده است



مستر تراکس

کسب‌وکار

۲۲۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



محمد رشیدی، مدیرعامل همراه کارت از ورود این شرکت به حوزه های جدید می گوید

همراه کارت جدیدی در راه است

همراه کارت که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۳ آغاز کرده و تا به امروز در حال ارائه خدمات بانکی و پرداخت به کاربران بوده است، در حال ورود به حوزه های جدید و ارائه خدماتی نوآورانه است. در گفت و گویی که با محمد رشیدی، مدیرعامل همراه کارت داشتیم، از مسیری که این شرکت در سال ۱۴۰۲ آمده، پرسیدیم. طبق صحبت های او، طی یک سال گذشته همراه کارت تغییراتی جدی در تیم مدیریتی، معماری و زیرساخت هایش و مهم تر از آن شرکای استراتژیک خود داشته و اکنون آماده ورود به سال ۱۴۰۳ هستند تا تلاش هایشان را به نتیجه برسانند. رشیدی که معتقد است رقابت در سرویس های فعلی راه به جایی نمی برد، می گوید که آماده ورود به حوزه های جدید و تغییر بازی در این حوزه ها هستند. در ادامه گزارشی از این گفت و گورا می خوانید.



مهرتراکتس



۲۲۴

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

بازارهای جدید به واسطه پر استفاده بودن این پلتفرم امری دست یافتنی و در گرو تعاملات استراتژیک بازیگران کلیدی صنعت است.»

۱۴۰۲ چگونه گذشت؟

رشیدی از نیمه دوم سال ۱۴۰۲ به عنوان مدیرعامل شرکت همراه کارت وارد این مجموعه شده است. به گفته او، از نیمه دوم ۱۴۰۲ به همراه تیم خود شروع به بازنگری در ابعاد مختلف این مجموعه اعم از زیرساخت ها، شرکای تجاری و محصولات کرده است و شرکت را برای رفتن به سمت خدمات جدیدی که در سال آینده می خواهند ارائه دهند، آماده کرده اند. او می گوید: «۱۴۰۲ را سال پایه ریزی و تغییرات مهم، و ۱۴۰۳ را سال بهره برداری می نامیم.»

طبق صحبت های رشیدی، همراه کارت در سال ۱۴۰۲ دو مسیر را پیش برده است: «اولین مسیر اینکه بتوانیم کیفیت خدماتمان را در حوزه فین تک توسعه دهیم و

شرکای استراتژیک و همکاری های کلیدی

محمد رشیدی، مدیرعامل همراه کارت در ابتدا ضمن تأکید بر اینکه همراه کارت پتانسیل بسیار ویژه ای برای حضور به عنوان پلتفرم دادوستد و دریافت خدمات مالی و پرداخت در کشور دارد توضیح می دهد: «با توجه به پتانسیل بسیار بالای همراه کارت و دسترسی به مشتریان و زیرساخت های منحصر به فرد، مذاکرات و همکاری های بسیار ویژه ای صورت گرفته که رفته رفته نمودهای آنها رونمایی خواهند شد. همراه کارت به عنوان پلتفرم پرمخاطب دسترسی به خدمات پرداخت مطرح بوده است که همین امر فرصت ویژه ای را برای توسعه بازارهای جدید فراهم می آورد. از همین رو، شکل گیری



همتراک گش

کسب و کار

۲۲۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

پذیرش در بورس آماده شویم. پذیرش در بورس صرفاً یک درخواست نیست، بلکه فرایندی جدی و بلوغی کسب و کاری است که باید در راستای آن الزاماتی را طی کند. قدم‌های کلیدی و مهمی را برداشته‌ایم که ما را به سمت حصول الزامات اولیه و قواعد ورود به بازار سرمایه پیش خواهند برد.

◀ پرداخت‌سازها درآمدی از کارت به کارت ندارند

مدیرعامل همراه کارت با بیان این موضوع که در سال ۱۴۰۲ فشارهای زیادی از بعد نیروی انسانی متحمل شده‌اند، درباره چالش‌هایی که در یک سال گذشته با آن روبه‌رو بودند، می‌گوید: «در کنار چالش مهم مهاجرت نیروی انسانی متخصص در کشور، افزایش هزینه‌ها به صورت روزانه برای نگهداشت و مدیریت کسب و کار، این است که اپلیکیشن‌های پرداخت‌ساز هیچ سهمی از درآمدهای برخی سرویس‌های پرداختی مانند کارت به کارت که یکی از پرتراکنش‌ترین سرویس‌ها است، ندارند؛ بنابراین باید هزینه‌های زیادی را برای تأمین زیرساخت، پاسخ‌گویی مشتریان، نگهداشت مشتریان و رعایت کردن الزاماتی که رگولاتور درباره پرداخت‌سازها ابلاغ می‌کنند متحمل شویم تا بتوانیم این سرویس را ارائه دهیم و کاربرانمان را نگه داریم. اپلیکیشن‌های پرداخت‌ساز گردش مالی بزرگی را در سرویس کارت به کارت ایجاد می‌کنند در حالی که هیچ سهمی از درآمد آن نخواهند داشت. در واقع درآمدی که به دست می‌آید کاملاً به شبکه پرداخت و بانک مبدأ و مقصد می‌رسد؛ در صورتی که پرداخت‌ساز کسی است که این فرایند را تسهیل می‌کند. تلاش‌های بسیار زیادی از سوی کارگروه پرداخت‌سازی صورت گرفته است که با حمایت بانک مرکزی همراه بوده است. امیدواریم در آینده به جمع‌بندی خوبی در این باره برسیم و بتوانیم در این مسیر فضای بهتری برای رشد و خدمت‌رسانی به مردم داشته باشیم. طبیعتاً به‌روز شدن قوانین و قواعدی که منجر به بهبود فضای سالم کسب و کار در کشور می‌شود، هزینه‌هایی برای رعایت و پیاده‌سازی آنها وجود دارد که نیازمند حمایت ویژه رگولاتور از پرداخت‌سازها برای ارائه خدمات بهتر به مردم است.»

◀ ۱۴۰۳؛ سال ورود به بازارهای جدید

رشیدی سپس توضیح می‌دهد که می‌خواهند در سال ۱۴۰۳ همراه کارت را از فضای رقابتی فعلی وارد فضای توسعه‌ای جدیدی کنند. او در این باره توضیح می‌دهد: «شاید امروز با اپلیکیشن‌های پرداخت‌ساز در حال رقابت باشیم، اما در سال ۱۴۰۳ به واسطه توسعه خدماتی که همراه کارت در بازارهای جدید دارد، در بازارهای مختلفی رقابت خواهیم کرد. موضوعی که بسیار بر آن تأکید داریم این است که به واسطه خوشنامی و حجم کاربرانی که همراه کارت دارد، می‌توانیم بازی را در این بازارها عوض کنیم و با حضور پررنگ و درست همراه کارت، آن بازارها نیز بزرگ‌تر خواهند شد. این توسعه منجر به اثرگذاری مثبت در فضای اقتصادی و بهبود سطح کیفی زندگی مردم خواهد شد.»

دوم اینکه برخی زیرساخت‌ها را برای حوزه‌هایی که می‌خواهیم در سال ۱۴۰۳ وارد آن شویم، ایجاد کنیم؛ زیرا جمع‌بندی ما این است که اکوسیستم فین‌تک در کشور در مقطع کنونی نیازمند خدمات نوآورانه و جدید است و لزوماً رقابت در سرویس‌های فعلی راه به جایی نمی‌برد و فضای توسعه‌ای چندانی ندارد.»

اساساً نیمه دوم سال ۱۴۰۲ برای همراه کارت فضای آماده‌سازی برای کارهای توسعه‌ای مان بود که در سال‌های آینده نمود فصل به فصل آن را به صورت جدی مشاهده خواهید کرد. مدیرعامل همراه کارت با بیان این موضوع می‌گوید: «در این سال همچنین سعی کردیم پژوهش عمیقی بر کاربرهایمان و رفتارهایشان داشته باشیم که نتیجه آن بهبود تجربه کاربری در بخش‌های مختلفی مانند سرویس کارت به کارت و خرید آنها بود. همچنین طراحی نسخه جدیدی از همراه کارت را که بهبود خوبی در رابط کاربری داشت به صورت محدود منتشر کردیم که کاربرانمان به تدریج در حال مهاجرت به این نسخه بهبودیافته هستند. بخشی از سرویس‌های جدید هم اکنون به صورت محدود در دسترس کاربران قرار گرفته است.»

◀ بهبود تجربه مشتریان از برند همراه کارت

رشیدی معتقد است که بهبود تجربه مشتریان مانند چتری است که کل مجموعه را در برمی‌گیرد و صرفاً محدود به فضای داخلی اپلیکیشن نیست. او در این باره عنوان می‌کند: «تجربه مشتریان، از تجربه نصب اپلیکیشن تا استفاده از خدمات و سرویس‌ها و پشتیبانی مشتریان را شامل می‌شود. از همین رو ایجاد مسیرهای حساب‌شده‌تر و جذاب‌تر برای مشتریان از جمله اولویت‌های تیم‌های داده و تجربه مشتریان همراه کارت است. در نتیجه وقتی از تجربه کاربری بهتر صحبت می‌کنیم، منظورمان تجربه‌ای است که کاربر از برند همراه کارت به دست می‌آورد و این بهبود تجربه صرفاً به درون اپلیکیشن ما محدود نیست.» رشیدی همچنین می‌گوید: «یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که منجر به کندی روند توسعه کسب و کارهای آنلاین در کشور، از جمله همراه کارت می‌شود، چالش جذب و نگهداشت نیروهای با استعداد و با تجربه است.»

◀ خلق بازارهای جدید

استفاده هوشمندانه از ظرفیت ۲۲ میلیونی کاربران همراه کارت در کنار ذی‌نفعان و سهامداران هوشمند این اپلیکیشن، فرصتی را در اختیار قرار داده است تا این اپلیکیشن، فضاهای جدیدی را به عنوان بستر دادوستد در صنوف و صنایع مختلف فراهم آورد. به گفته رشیدی همراه کارت پلتفرم دادوستد کاربران و کسب و کارهاست و در همین مسیر با ایجاد بستر مناسب امکان رشد را به تمام شرکای کلیدی و استراتژیک خود خواهد داد.

او همچنین ضمن اشاره به وجود رقابت‌های ناسالم و غیرمنصفانه در بازار می‌گوید: «نمونه این موضوع می‌شود اپراتورهای تلفن همراه که در حال تلاش برای جذب کاربران اپلیکیشن‌های پرداختی هستند. در حالی که می‌توانند تمام ظرفیت و پتانسیل خود را به درستی در مسیر ایجاد بستر رشد بهتر کسب و کارها قرار دهند؛ توسعه‌هایی همچون ظرفیت‌های شبکه‌ای و زیرساختی، مراکز داده و... در حالی که این موضوع باعث هدر رفتن منابع و سرمایه‌ها می‌شود، زیرا آنها نیز به دنبال سهم مادی در بازار هستند که این رقابت‌ها هزینه را زیاد می‌کند. کاری که ما در سال ۱۴۰۲ انجام داده‌ایم این است که به جای رقابت با پرداخت‌سازها و اپلیکیشن‌های پرداختی، برای خود بازارهای جدیدی را تعریف و به سمت آنها حرکت کرده‌ایم. ما فکر می‌کنیم که بتوانیم از ظرفیت‌هایی که به واسطه ذی‌نفعان و سهامداران خود داریم، استفاده کنیم و خدمات قابل توجهی را در بازار ارائه دهیم. رویکردمان بیشتر به سمت نوآوری مبتنی بر نیاز بازار و حرکتی است که مردم در بازار انجام می‌دهند، تا رقابت با پرداخت‌سازها و اپلیکیشن‌های پرداختی دیگر.»

◀ ورود به بورس

یکی از چشم‌اندازهای همراه کارت، ورود به بورس است که بررسی‌ها و مرحله اولیه آن انجام شده است. رشیدی با اشاره به این موضوع می‌گوید: «قواعد ورود به بورس تا حد خوبی روشن است و ما در تلاشیم تمام بحث‌های زیرساختی چه از منظر مالی، حاکمیت شرکتی و کسب و کاری خود را به سمت وسویی هدایت کنیم که برای

گفت وگو با علیرضا صدری، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت نوآوران هوشمند نیکان
درباره رویکرد این شرکت در همکاری با شرکت ها و صنایع

بازوی توسعه فنی کسب و کارها در مسیر فین تک هستیم

گروه نیکان از سال ۱۳۹۵ و با مجوز رسمی پرداخت یاری از بانک مرکزی (شرکت شاپرک)، فعالیت خود را در حوزه توسعه نرم افزار کسب و کارها به صورت B2B آغاز کرد و حالا در حوزه های اصلی نظیر فروشگاه های آنلاین، سیستم های هوشمند شهری و باشگاه مشتریان در حال فعالیت است. این شرکت همچنین فعالیت گسترده خود را در حوزه خدمات بانکی و پرداختی در سال ۱۴۰۰ با نام شرکت نوآوران هوشمند نیکان آغاز کرد و امروزه در حوزه های گوناگون بانکی، پرداختی و نیز درباره اخذ مجوزهای مربوطه به PSPها، شرکت ها و کسب و کارهای مختلف مشاوره و زیرساخت فنی ارائه می دهد. در گفت وگو با علیرضا صدری، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره نوآوران هوشمند نیکان، درباره فعالیت های این شرکت در یک سال گذشته صحبت کردیم و از برنامه های این شرکت ها و صنایع خارج از فضای اکوسیستم پرداخت و بانکی کشور است و در تلاش است بتواند به عنوان بازوی قابل اتکا برای برون سپاری فعالیت های نرم افزاری و تولید محصولات جدید شرکت ها و صنایع دیگر ایفای نقش کند.



هیچ مدلی از آن وجود ندارد، باعث شده بانک های دولتی و خصولتی بسیار قوی و بخش خصوصی بسیار ضعیف شود.»

انعقاد قرارداد در کشورهای کانادا و استرالیا

در سال ۱۴۰۲ نیکان موفق شد علاوه بر پیش بردن پروژه های داخلی خود، در بخش بین الملل نیز در کشورهای کانادا و استرالیا با شرکت های خصوصی و افراد حقیقی قراردادهای توسعه نرم افزاری منعقد کند. صدری با بیان این موضوع می گوید: «این قراردادهای ما تیم ما کمک کرد در بازار بین الملل با تجربه تر شود و همچنین به این باور برسد که با وجود تحریم های فعلی، این کار اگرچه سخت، ولی امکان پذیر است. علاوه بر اینها نیکان در سالی که گذشت روی PSPهای مطرح کشور بیشتر تمرکز کرد و با تکیه بر تجربه حدوداً یک دهه ای خود در بازار فین تک و مالی کشور پروژه های نوآورانه ای را به اجرا درآورد.»

۱۴۰۳: سالی پر از تغییر

مدیرعامل شرکت نوآوران هوشمند نیکان می گوید که سال ۱۴۰۲ برای آنها پر از چالش و تجربه بود: «این چالش ها به مسائلی از این قبیل مربوط می شد: وارد شدن نیکان برای اولین بار و به طور جدی و رسمی به فضای کسب و کار B2C وی بانک، حل کردن دغدغه های سرمایه گذاران و نیز موضوع نیروی انسانی متخصص و همین طور تلاش برای حفظ و نگهداری پروژه های پیشین و نوآوری در این فضای رقابتی. سالی که گذشت اگرچه برای تیم ما بسیار سخت و طاقت فرسا بود، ولی به باور ما کسب و کارها مانند موجودات زنده ای هستند که حیات و نبض

ورود به حوزه B2C

شرکت نوآوران هوشمند نیکان که عمده فعالیت های این شرکت در حوزه B2B است، در یک سال گذشته با توجه به تجربه همکاری های شرکتی سال های گذشته اش، پروژه های خود را ادامه داده است؛ از جمله: همکاری در زمینه پروژه های زیرساختی با PSPها و نیز ارائه سرویس های پرداخت به شرکت هایی که تازه به حوزه فین تک وارد شده اند. علیرضا صدری، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره نوآوران هوشمند نیکان، درباره فعالیت های این شرکت در یک سال گذشته می گوید: «در سال ۱۴۰۲ نیکان طی اقدامی مشترک و با جذب سرمایه خصوصی وارد پروژه B2C وی بانک شد که تجربه خوبی برای این تیم بود. وی بانک با ایده ایجاد یک نئوبانک با تکیه بر هوش مصنوعی شروع به کار کرد و نیکان در این مسیر در نقش بازوی فنی در کنار آن قرار گرفت.»

طبق صحبت های صدری، تغییر اصلی در رویکرد نیکان، ورود به بازار B2C در سال ۱۴۰۲ بود که با همکاری در ایجاد مجموعه وی بانک رقم خورد. او در این باره می گوید: «بازطراحی سرویس ها و خدماتی که در سال های گذشته برای مشتریان شرکتی بود و متناسب سازی آنها با نیازهای مشتریان نسل زدی، طراحی و ارائه سرویس های خدمات آنلاین ریالی در کشورهای توریستی، از جمله ترکیه، ایجاد پلتفرم لندتک و یکپارچه سازی آن با صندوق های فروشگاهی قبلی نیکان، برخی از اقداماتی هستند که در سال ۱۴۰۲ روی آنها متمرکز بودیم. ضمن اینکه درک نیازهای مشتریان مهم ترین مسئله ای بود که در این تغییر رویکرد باید در کانون توجه قرار می گرفت. حرکت از طراحی زیرساخت پنل پرداخت یاری برای شرکت ها به سمت ایجاد سرویس اعتبارسنجی بر پایه هوش مصنوعی، برای تیم ما مسیر بسیار خاصی بود.»

بالا رفتن قیمت دلار و مهاجرت نیروی انسانی

به گفته مدیرعامل نیکان، مهم ترین چالشی که این شرکت در سال ۱۴۰۲ تجربه کرد، بالا رفتن قیمت دلار و در نتیجه آن مهاجرت نیروهای انسانی، کمبود متخصص، به ویژه در حوزه فین تک و به تبع آن افزایش حقوق و مزایای پرسنل بود. او در این باره می گوید: «متأسفانه، نه در متن قرارداد با کارفرما و نه در محتوای تعهد به سرمایه گذار نمی توان موضوع افزایش های هیجانی دلار را گنجانند. البته یکی دیگر از چالش های جدی سال ۱۴۰۲ بخشنامه های تند رگولاتوری بود که باعث شدند سرمایه گذاران هر روز با نگرانی های جدی و جدیدی روبه رو شوند. برای مثال به بخشنامه جدید برای نئوبانک ها و الزام همکاری آنها با بانک ها توجه کنید؛ چنین بخشنامه ای که در دنیا

مهرتراکتس



۲۲۶

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



عکس: نسیم اعتمادی

مهرتراکتس

کسب و کار

۲۲۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

مورد نیاز شرکت‌ها در برخورد با مشتریان نهایی را که از جنس مدیریت سرمایه، خدمات لندتک شرکتی و تعریف محصول جدید هستند، طراحی کنیم. این موضوع می‌تواند جالب‌ترین چالش سال آینده ما باشد، از این منظر که با این تغییر رویکرد، نیکان در همکاری با شرکت‌ها و صنایع به‌عنوان بازوی قابل اتکا برای برون‌سپاری فعالیت‌های نرم‌افزاری و تولید محصولات جدید در قالب مدیر پروژه، می‌تواند از زمان تعریف اولیه، طراحی مدل کسب و کار، مدل درآمدی، طرح توجیهی اقتصادی تا طراحی و توسعه محصول نهایی حضور داشته باشد. ما براساس تجربیات خود در همکاری با کسب و کارها بارها شاهد بوده‌ایم که برای بسیاری از کسب و کارهای خارج از این اکوسیستم، سرویس‌ها و خدمات حوزه فین تک بسیار جذاب، اما دسترس‌ناپذیر به نظر رسیده. این در حالی است که با توجه به حجم بالای معاملات آن کسب و کارها، ورود به این حوزه و تعریف محصول جدید برای آنها بسیار کم‌ریسک و کم‌هزینه است.»

◀ خوش بین به اکوسیستم و تغییرات رگولاتوری

مدیرعامل نیکان توضیح می‌دهد مهم‌ترین موضوعی که برای این شرکت نرم‌افزاری و البته سایر فعالان این حوزه مشکل ایجاد می‌کند، این است که برخلاف دیگر صنایع (از جمله مخابرات، نفت و گاز و حتی تولیدی‌ها که پایه فعالیت و قراردادهای آنها غالباً براساس تغییرات ارز است)، هزینه‌ها در حوزه نرم‌افزاری هنوز بر پایه ریال است. او در این باره این‌طور می‌گوید: «در حالی که حقوق و دستمزد نیروهای متخصص، هزینه تبلیغات آنلاین و بسیاری از موارد دیگر تا حدود زیادی دلاری است، اما قراردادهای مشارکت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها در این حوزه همچنان ریالی است. البته امیدواریم فرهنگ داینامیک بودن هزینه‌های توسعه نرم‌افزار براساس ارز در اکوسیستم ما نیز نهادینه شود.» نیکان نیز طبق روال بسیاری از شرکت‌ها، همیشه قبل از شروع سال جدید با نگاه به مسیر طی کرده در سال قبل و براساس دیتاها و عملکرد تیم خود، خط‌مشی و استراتژی‌هایش را مرور و بازبینی می‌کند و می‌کوشد بین مسیر پیش رو، چالش‌ها و تجربیات خود فصل مشترکی بسازد. صدری با بیان این موضوع، درباره سال ۱۴۰۳ می‌گوید: «بقای نیکان در گرو امیدواری همیشگی به طی کردن مسیر پیش رو بوده است؛ حتی اگر این امید گاهی به آن قله موعود ختم نشده باشد. حقیقت این است که نیکان مشتاقانه به سمت چالش‌ها حرکت کرده و کارنامه کاری این تیم بی‌اغراق و خارج از کلیشه، کاملاً گویای این موضوع بوده است، پس قطعاً سال ۱۴۰۳ را هم مانند سال‌های قبل امیدوارانه آغاز خواهیم کرد و همچنان خوش‌بین به اکوسیستم و تغییرات مثبت رگولاتوری خواهیم بود.»

آنها کاملاً در نوسان و پویایی آن است.»

صدری سپس درباره چالش‌هایی که در سال ۱۴۰۳ ممکن است برایشان ایجاد شود، صحبت می‌کند و می‌گوید: «شاید بتوان گفت چالش‌های سال ۱۴۰۳ به اندازه اتفاق‌های پایان سال ۱۴۰۲، از جمله خرید سهام شرکت‌های استارت‌آپی توسط فعالان حوزه صنعت و بازرگانی، جالب خواهد بود. اوضاع نوید سالی پر از تغییر در اکوسیستم را می‌دهد؛ سالی که در آن بیشتر هزینه‌های منابع انسانی و تبلیغات اکوسیستم استارت‌آپی ایران توسط صاحبان صنایع تأمین خواهد شد. اگرچه همیشه همین‌طور بوده، اما تأثیر اتفاق‌های اخیر در سال آینده بسیار چشمگیرتر خواهد بود و قطعاً رقابت در بازار B2C سخت‌تر از پیش می‌شود. نیکان در این مسیر قصد دارد علاوه بر پی گرفتن فعالیت‌های مرتبط با B2B خود، با تکیه بر این همکاری‌ها در کسب و کارهای B2C جدید نیز وارد شود. درحقیقت ما سعی داریم با ایجاد فعالیت‌های مشترک، ریسک ورود به این بازارها را برای خود کاهش دهیم و بیشتر در نقش بازوی فنی کسب و کارها فعالیت کنیم.»

◀ همکاری با صنایعی خارج از حوزه بانکی و پرداخت

با توجه به تجربه نیکان در وی بانک و همچنین تجربه‌های همکاری با کسب و کارهای فین تکی، مهم‌ترین برنامه سال ۱۴۰۳ این شرکت ایجاد سازکاری برای طراحی مدل‌های همکاری با شرکت‌ها و صنایعی خارج از فضای اکوسیستم پرداخت و بانکی کشور است. صدری با بیان این موضوع درباره برنامه‌هایشان برای سال ۱۴۰۳ می‌گوید: «با این رویکرد این موضوع را دنبال خواهیم کرد که بتوانیم خدمات و سرویس‌های



نیلو فنادری

مصرف تراکتس



۲۲۸

ASAE7AAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

گفت و گو با علی آیتی، مدیرعامل نیوکاش درباره دستاوردهای این استارتاپ در سال ۱۴۰۲

گردش مالی ۱۵۰۰ میلیارد تومانی در حوزه زیارت و گردشگری

نیوکاش یک پلتفرم مالی و سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری و زیارت است که در حال حاضر به مسافران عرب‌زبان حوزه خلیج فارس که قصد سفر به ایران را دارند، خدمات مالی و سفری ارائه می‌دهد. در واقع، کاربران این پلتفرم در مبدأ سفر خود می‌توانند به مراکز نمایندگی نیوکاش در کشورشان مراجعه کنند و پس از نصب و شارژ کیف پول خود از پانزده سرویس آنلاین آن استفاده کنند. نیوکاش در سال جاری دستاوردهای زیادی داشته و به گردش مالی ۱۵۰۰ میلیارد تومانی و ۱۳/۶ برابر شدن تعداد تراکنش‌های موجود در اپلیکیشن خود دست یافته است. طبق صحبت‌های مدیرعامل نیوکاش، این شرکت بر آن است تا در سال ۱۴۰۳ با تمرکز بر افزایش سهم بازار خود، حذف پول نقد از چرخه سفر افراد و ارائه خدمت به کسانی که مقصد نهایی‌شان ایران و حتی غیر از ایران است، به اولین انتخاب زائران و گردشگران خاورمیانه تبدیل شود. با وجود این، مسیر پیش روی این استارتاپ چندان هم هموار نیست و باید با چالش بزرگ تحریم دست‌وپنجه نرم کند تا به‌عنوان یک پلتفرم مالی در فضای بین‌المللی باقی بماند و توسعه پیدا کند. در گفت‌وگو با علی آیتی، مدیرعامل نیوکاش، به عملکرد و چالش‌های آنها در سال ۱۴۰۲ و برنامه‌هایی که برای سال جدید دارند، پرداختیم.



افزایش تعداد نمایندگان

و محدودیت‌های بین‌المللی، توانسته شبکه نمایندگان خود را از نوزده نماینده در سه کشور به بیش از ۱۸۰ نماینده در کشورهای نظیر عمان، بحرین، قطر، عراق، سوریه، ایران و لبنان برساند؛ به طوری که در کشور عراق پراکندگی نمایندگی‌های

علی آیتی، مدیرعامل نیوکاش، ابتدا درباره فعالیت‌هایشان در سال ۱۴۰۲ صحبت می‌کند. طبق صحبت‌های او، نیوکاش در سالی که گذشت به دنبال توسعه شبکه نمایندگان خود در کشورهای حوزه خلیج فارس و تحقق شعار خدمت‌رسانی به گردشگران و زائران عرب، در مبدأ سفرشان بوده و با وجود تحریم‌های سخت‌گیرانه



معرض تراکنش



اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

تلاش‌اند از رشد پلتفرم‌های مالی جلوگیری کنند. با وجود این، ما توانسته‌ایم با ایجاد فرایندهای اختصاصی و منحصر به فرد، سایه تحریم‌های بین‌المللی را کمرنگ کنیم.»

افزایش تعداد کاربران نیوکاش

نیوکاش از ابتدای سال ۱۴۰۲ دستاوردهای زیادی داشته که یکی از آنها افزایش ۸/۵ برابری تعداد کاربران آن است. آیتی با بیان این موضوع، توضیح می‌دهد: «به‌طور میانگین با وجود پانزده خدمت محوری نیوکاش، هر کاربر حداقل از پنج خدمت محوری معادل ۳۳ درصد از خدمات بهره‌مند شده است. این مقدار به نسبت مشابه سال گذشته دارای رشدی ۱/۵ برابری بوده و علاوه بر این، تعداد تراکنش‌های موجود در اپلیکیشن نیز ۱۳/۶ برابر شده است. ما توانسته‌ایم گردش مالی خود را در سال جاری به شش برابر برسانیم و در کنار موارد مذکور، باید به این هم اشاره کنم که گرچه خدمات عمده نیوکاش تا سال گذشته فقط در سه کشور ارائه می‌شد، اما در حال حاضر علاوه بر اینکه این تعداد به هفت کشور افزایش یافته، تعداد نمایندگی‌هایمان در شهرهای مختلف کشورهای عربی نیز رشدی ۹/۵ برابری را تجربه کرده تا ارائه خدمات آن به‌صورت نقطه‌ای پیگیری شود.»

فراتر رفتن نیوکاش از سفر بدون پول نقد

نیوکاش در آغازین لحظات توسعه‌اش، با شعار «سفر کنید؛ بدون پول نقد» وارد بازار شد و آن‌طور که از صحبت‌های آیتی مشخص است، می‌خواهند از این شعار هم فراتر روند و به یار همیشگی گردشگران خاورمیانه تبدیل شوند. او در این باره می‌گوید: «ما در حال گذار از این شعار هستیم و می‌خواهیم همراه همیشگی گردشگران خاورمیانه باشیم. به این معنا که هر گردشگر خارجی یا فردی که بخواهد به ایران سفر کند، با انتخاب نیوکاش تا سفری کم‌دردتر داشته باشد.»

سال ۱۴۰۲ برای ما پر از فرازونشیب، چالش و ریسک بود و نیوکاش در این سال با تمرکز و انسجام بیشتری روی توسعه خود کار کرد تا در سال آینده بهترین عملکرد را داشته باشد. در همین راستا می‌خواهیم در سال ۱۴۰۳ با افزایش فعالیت‌هایمان در حوزه گردشگری و زیارت، به اولین انتخاب زائران و گردشگران خارجی تبدیل شویم و یکی از مأموریت‌هایی که برای خود تعریف کرده‌ایم این است که یک سهم بازار هفت‌درصدی در حوزه زیارت و گردشگری خرد مسافران عرب‌زبان در کشورهای تحت پوشش نیوکاش داشته باشیم.»

او سپس به یکی از مهم‌ترین مأموریت‌های نیوکاش در سال آینده اشاره می‌کند و می‌گوید: «ما به دنبال حذف پول نقد از چرخه سفر زائران و گردشگران در کشورهای تحت پوشش خود هستیم. در واقع، نیوکاش به دنبال این است که امکانی را برای کاربران فراهم کند تا بتوانند نه فقط برای سفر به ایران، بلکه برای سفر به کشورهای دیگر نیز از خدمات آن استفاده کنند.»

نیوکاش به بیش از هجده شهر مهم این کشور رسیده است.

او در ادامه درباره تغییراتی که در محصولات و مشتریانشان داده‌اند، می‌گوید: «نیوکاش از ابتدای سال ۱۴۰۲ بسیاری از زیرساخت‌های خود را توسعه داده است. تقریباً تمامی بخش‌های اپلیکیشن ما بازنویسی شده و تغییرات ظاهری و باطنی زیادی داشته است. ما به‌صورت مداوم سعی کرده‌ایم با کاربران خارجی خود ارتباط بهتر و باکیفیت‌تری برقرار کنیم. در همین راستا و براساس نیاز کاربران، محصولات جدیدی را توسعه داده‌ایم و در این فرایند، خدمات زیادی را نیز به اپلیکیشن خود اضافه کرده‌ایم.»

ثبت رکورد ۱/۵ میلیون تراکنش

به گفته آیتی، نیوکاش در سالی که گذشت توانست با تکیه بر کاربران عرب‌زبان خود رکورد ۱/۵ میلیون تراکنش را در سیستم بانکی کشور و سیستم داخلی ثبت کند که نشان از امنیت بالای این کیف پول و جلب اعتماد کاربران دارد. او در این باره می‌گوید: «مدیریت تراکنش‌ها، خریدها و صرفه‌جویی در هزینه‌های سفر از جمله ویژگی‌هایی بوده‌اند که به باور کاربران، این اپلیکیشن را متمایز کرده است. البته دستاوردهای ما به همین جا ختم نمی‌شود. افزایش کیفیت خدمات ارائه شده به کاربران نیوکاش باعث شده از سال گذشته تا به الان با رشد ۸/۵ برابری در تعداد کاربران خود روبه‌رو شویم. نیوکاش تاکنون موفق به جذب بیش از ۱۰۵ هزار کاربر عرب‌زبان از حدود چهارده کشور منطقه شده و پیش‌بینی می‌کنیم در سال آینده این عدد به بیش از نیم میلیون کاربر افزایش یابد. علاوه بر این، با توجه به اینکه عمده خدمات اپلیکیشن نیوکاش در مبدأ سفر و خارج از ایران به گردشگران ارائه می‌شود، در سال جدید رشدی ۹/۵ برابری در تعداد نمایندگان خود را تجربه کردیم.»

به‌طور کلی این پلتفرم با دارا بودن نمایندگان مختلف در کشورهای عمان، بحرین، قطر، عراق، لبنان و سوریه امکان شارژ کیف پول نیوکاش را فراهم کرده و در داخل کشور نیز در شهرهای مشهد، تهران، اصفهان، آبادان، اهواز، قم، تبریز، شیراز و ارومیه نمایندگی‌هایی برای ارائه خدمات پشتیبانی حضوری و پشتیبانی آنلاین ۲۴ ساعته دارد. مدیرعامل نیوکاش می‌گوید: «این پلتفرم با بهره‌مندی از توان داخلی و افزایش ضریب کیفیت خدمات خود برای کاربران و همچنین تبلیغات مستمر و تلاش برای انتقال حس سفری آسان، ارزان، بدون دردسر و بدون پول نقد به ایران در سال ۱۴۰۲ به جریان مالی بیش از چهل میلیون دلاری در حوزه گردشگری و زیارت دست یافته که این موضوع نشان‌دهنده روند روبه‌رشد نیوکاش در جلب اعتماد گردشگران و زائران عرب‌زبان کشورهای حوزه خلیج فارس است.»

چالش‌های داخلی و خارجی

آیتی چالش‌های شرکتشان را به دو دسته داخلی و خارجی تقسیم می‌کند و می‌گوید: «رگولاتوری، درگیر شدن با فرایندهای اداری در سازمان‌هایی نظیر دارایی و تأمین اجتماعی از جمله چالش‌های داخلی هستند که خاص کسب و کار ما هم نیست و تقریباً بیشتر کسب و کارهای داخلی که نوآور و فناورند با این چالش‌ها درگیرند. به لحاظ بین‌المللی و خارجی هم با چالش‌های تحریم‌ها روبه‌رویم که بزرگ‌ترین و مهم‌ترین چالش ماست. تحریم‌ها باعث کند شدن جریان توسعه کسب و کارهای ایرانی شده و کشورهای دیگر با قوانین سخت‌گیرانه خود در



سال ۱۴۰۲ برای ما پر از فرازونشیب، چالش و ریسک بود و نیوکاش در این سال با تمرکز و انسجام بیشتری روی توسعه خود کار کرد تا در سال آینده بهترین عملکرد را داشته باشد. در همین راستا می‌خواهیم در سال ۱۴۰۳ با افزایش فعالیت‌هایمان در حوزه گردشگری و زیارت، به اولین انتخاب زائران و گردشگران خارجی تبدیل شویم



گفت وگو با مصطفی امینی، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره گسترش فناوری های نوین بانک کشاورزی درباره اولویت های راهبردی این هلدینگ در سال جدید

توسعه بانکداری دیجیتال زنجیره های کشاورزی

شرکت گسترش فناوری های نوین و شرکت های تابعه آن بازوهای فناوری اطلاعات بانک کشاورزی هستند که در سال ۱۴۰۲ تمرکز اصلی آنها روی پایدارسازی خدمات پایه بانکی غیرحضوری و ارائه خدمات بانکداری دیجیتال برای زنجیره های تأمین کشاورزی بوده است. به گفته مدیرعامل این شرکت، در یک سال گذشته روی موضوعاتی از جمله سوپراپلیکیشن باران، مجهز به خدمات افتتاح حساب غیرحضوری، احراز هویت غیرحضوری، چک الکترونیکی، سفته الکترونیکی، انتقال وجه هوشمند و ارائه تسهیلات غیرحضوری و همچنین پلتفرم تأمین مالی کشاورزی قراردادی، پلتفرم کیف پول دیجیتال (پلتفرم نوینکست) و پلتفرم مدیریت زنجیره های تأمین کشاورزی (پلتفرم پالیز) و تأمین مالی این زنجیره ها متمرکز بودند و آنها را عملیاتی کرده اند. در گفت وگو با مصطفی امینی، مدیرعامل شرکت گسترش فناوری های نوین، به عملکرد این شرکت در سال ۱۴۰۲ و برنامه هایشان در سال آینده پرداختیم.



کشاورزی قراردادی

مصطفی امینی، مدیرعامل شرکت گسترش فناوری های نوین بانک کشاورزی ابتدا درباره محصولات استراتژیکی که این شرکت در سال ۱۴۰۲ تولید کرده، صحبت می کند و می گوید: «یکی از این محصولات مهم پلتفرم تأمین مالی کشاورزی قراردادی است. کشاورزی قراردادی سازگاری است که یک بنگاه اقتصادی کشاورزی می تواند با قرار گرفتن در آن اعتبار خود را در اکوسیستم کشاورزی کشور اعم از بانک کشاورزی، صندوق بیمه کشاورزی، شرکت بازرگانی دولتی ایران و سایر بازیگران بچرخاند و عرضه محصول خود را راحت تر کند. همچنین در سال ۱۴۰۲ روی حوزه های دیگری

همچون ارتقای زیرساخت های سخت افزاری و تأمین برق و بهینه سازی زیرساخت های پردازشی و داده ای سامانه بانکداری متمرکز مهرگستر اقدامات مؤثری انجام داده ایم.» امینی در تشریح فرایندها و بازیگران کشاورزی قراردادی در کشور نیز می گوید که در این فضا بانک کشاورزی به عنوان تأمین کننده مالی، اعتبارسنج و رکن ضامن ایفا نقش می کند. در واقع این بانک ضامن کالاهای اساسی است که قرار است از مردم پیش خرید و سفارش کشت آن داده شود. او توضیح می دهد: «مثلاً دولت متعهد به افزایش تولیدات و ذخایر گندم شده و به این منظور باید گندم بیشتری از کشاورزان بخرد. در اینجا نقش ضامن (بانک کشاورزی) این است که با کشاورز و سایر بازیگران زنجیره ارزش گندم وارد تعاملات اعتباری و تضمینی شود. این بازیگران درکل می توانند سازمان هایی مانند وزارت جهاد کشاورزی یا شرکت بازرگانی دولتی ایران و صندوق بیمه کشاورزی و شرکت همراه اول باشند. شرکت گسترش نیز در این فضا سه نقش اصلی ایفا می کند: ۱. تأمین پلتفرم های

عصر تراکتس



۲۳

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

مدیریت تضمین؛ ۲. پلتفرم مدیریت اعتبارسنجی کشاورزان و ۳. پلتفرم مدیریت اعتبارات و تسهیلات. طرح «کشاورزی قراردادی» پلی است میان بانکداری دیجیتال و کشاورزی دیجیتال که به خلق فضایی جدید منتهی شده و به نظر ما آینده روشنی دارد.»

◀ پلتفرم تجارت الکترونیک خدمات و محصولات کشاورزی

شرکت گسترش فناوری های نوین در یک سال گذشته اقداماتی را نیز در حوزه تجارت الکترونیک کشاورزی انجام داده است. به گفته امینی، پلتفرم تجارت الکترونیک خدمات و محصولات کشاورزی با نام «پالیزمارکت» پلتفرمی است که در این سال عملیاتی شد: «پالیزمارکت این امکان را در اختیار فعالان صنعت کشاورزی قرار می دهد که فرصت های شغلی، خدمات و محصولات کشاورزی خود را به صورت نقدی و غیرنقدی عرضه کنند و از طرف دیگر نیاز خود را هم تأمین کنند. پالیزمارکت نیز در راستای توسعه زنجیره های ارزش کشاورزی قرار می گیرد.»

◀ سوپراپلیکیشن باران

توسعه سوپراپلیکیشن باران در حوزه بانکداری خرد نیز یکی دیگر از دستاوردهای این شرکت در سال ۱۴۰۲ است. به گفته مدیرعامل شرکت گسترش فناوری های نوین، این سوپراپلیکیشن، پلتفرم بانکداری خرد بانک کشاورزی است و می تواند علاوه بر خدمات بانکی، خدمات فرابانکی نیز ارائه دهد: «این سوپراپلیکیشن برای ارائه خدمت به مشتریان خرد طراحی و تولید شده و در حوزه B2C مشغول به کار است. دامادها، مرغدارها، دام پرورها، کشاورزها، زنبوردارها و سایر افراد فعال در حوزه کشاورزی می توانند به صورت روزمره طیفی از نیازهای مالی و غیرمالی شان را با باران برطرف کنند. ما این سوپراپلیکیشن را از این جهت «باران» نامیدیم که بین باران و کشاورزی قرابتی مفهومی وجود دارد و از طرف دیگر باران خلاصه شده عبارت بانکداری آنلاین، روان و آسان است.»

◀ پلتفرم ارائه تسهیلات غیرحضور بانک کشاورزی

پلتفرم «آسان»، در سال ۱۴۰۲ در حوزه ارائه تسهیلات غیرحضور راه اندازی شد. طبق صحبت های امینی، این سامانه علاوه بر یکپارچگی کامل با سامانه مدیریت اعتبارات و سامانه بانکداری متمرکز بانک کشاورزی، قابلیت ارائه تسهیلات به صورت نیمه حضوری (با یک بار حضور در شعبه) و ارائه تسهیلات به صورت کاملاً غیرحضور مبتنی بر امضای دیجیتال را دارد. او توضیح می دهد: «روند رشد استفاده از این سامانه یکی از داستان های موفقیت بانک کشاورزی است. در سال ۱۴۰۳ قابلیت های جدیدی در زمینه تضامین دیجیتال به این پلتفرم افزوده خواهد شد. به عنوان نمونه از آنجایی که در سال ۱۴۰۲ چک الکترونیک بانک کشاورزی (تحت عنوان چابک) و سفته الکترونیک بانک کشاورزی راه اندازی شدند، در سال ۱۴۰۳ این قابلیت ها به عنوان تضامین جدید به سامانه آسان افزوده خواهند شد.»

◀ کیف پول دیجیتال نوینکست

بنابر صحبت های مدیرعامل گسترش فناوری های نوین، این شرکت در سالی که گذشت روی مباحث نظیر کیف پول دیجیتال، کیف ریال دیجیتال، کارت های نوین بانکی، اسناد تجاری دیجیتال و اوراق تعهدی دیجیتال، پلتفرم های تحلیل اطلاعات کشاورزی، بانکداری باز و بانکداری API نیز متمرکز بوده است. او در این باره توضیح می دهد: «در همین راستا اوراق گام، اوراق گواهی سپرده خاص و اوراق گواهی سپرده عام مبتنی بر سامانه سیمای ۲ و سامانه جامع صندوق توسعه ملی ایران را ایجاد کردیم. کیف پول نوینکست نیز از جمله دستاوردهای تیم شرکت بوده که علاوه بر مجهز بودن به ابزارهای اعتباری و تسهیلاتی، ابزارهای تعهدی زیرخطی نیز دارد.»

◀ آداکارت و پلتفرم هوشیار

یکی دیگر از دستاوردهای تیم شرکت گسترش فناوری های نوین در سال ۱۴۰۲، راه اندازی پلتفرم سفارش و خرید کارت هدیه و بن کارت سازمانی تحت عنوان «آداکارت» بوده است. به گفته امینی، در پلتفرم آداکارت افراد می توانند از امکانات مربوط به کارت هدیه، بن کارت سازمانی مبتنی بر فناوری واقعیت افزوده بهره ببرند: «آخرین اقدام ما نیز به تمرکزمان روی سامانه های تحلیلی مربوط می شود؛ از جمله «الماس» که یک سامانه تحلیل اطلاعات مکان محور کشاورزی است.»

توسعه سامانه کشف تقلب و مبارزه با پول شویی با نام «هوشیار» نیز از دیگر اقدامات این شرکت بوده است. او در این باره توضیح می دهد: «در سال ۱۴۰۳ ضمن توسعه قابلیت های جدید، این سامانه به الگوریتم های هوش مصنوعی نیز مجهز خواهد شد.»

◀ از زنجیره های کشاورزی تا زنجیره های بورس

این شرکت برای سال ۱۴۰۳ برنامه دارد با تکیه بر ظرفیت های بانکداری باز بانک کشاورزی خدمات و محصولات متنوع و مشترک با ولت تک ها و پلتفرم های فین تکی فعال در بازار سرمایه ارائه دهد و با تعریف محصولات مشترک بین بورس و بانک به فعالیت هایش ادامه دهد. او می گوید: «علاوه بر این، روی بهره گیری از ظرفیت های بانکداری دیجیتال برای زنجیره های کشاورزی تمرکز ویژه خواهیم داشت.» یکی از سامانه های راهبردی عملیاتی شده توسط شرکت گسترش فناوری های نوین، سامانه جامع صندوق توسعه ملی است. به گفته امینی، این سامانه اولین هسته متمرکز و تخصصی صندوق های سرمایه گذاری در کشور با اتصال به بیست بانک عامل، ۳۱۰۰ شعبه و ۴۷۹۰۰ کاربر فعال است. یکپارچه سازی بیشتر این سامانه با سامانه های بانک های عامل نقش مهمی در تسهیل اجرای مأموریت ها و بهبود تعاملات میان صندوق و بانک ها خواهد داشت. در همین راستا، این شرکت قصد دارد در سال ۱۴۰۳ با تکیه بر تفکر تحول دیجیتال و در راستای تبدیل شدن صندوق توسعه ملی به صندوق ثروت ملی، نسبت به ارتقای این سامانه به یک پلتفرم باز برای ذی نفعان اقدام کند. او با بیان این موضوع می گوید: «ارتقای این سامانه به یک پلتفرم باز موجب پررنگ تر شدن نقش رگولاتوری فناورانه و چابکی این صندوق برای انجام مأموریت های خود از جمله تبدیل بخشی از عواید ناشی از فروش نفت و گاز، میعانات گازی و فرآورده های نفتی به ثروت های ماندگار، مولد و سرمایه های زاینده اقتصادی می شود.»

◀ ارزش آفرینی بانکداری دیجیتال در زنجیره امنیت غذایی

امینی سپس درباره چالش های اختصاصی این هلدینگ در سال ۱۴۰۲ صحبت می کند: «ما باید به طور هم زمان هم زیرساخت های قدیمی مان را حفظ می کردیم، هم زیرساخت های مدرن می ساختیم و هم محصولات جدید ارائه می دادیم. مدیریت کردن این سه به صورت هم زمان کار دشواری بود که تیم شرکت گسترش از پس آن برآمد. این چالش وقتی در کنار کمبود سرمایه انسانی قرار می گرفت، وضعیت را پیچیده تر هم می کرد. به همین دلیل تصمیم گرفتیم در سال ۱۴۰۳ روی بهبود آیین نامه ها و فرایندهای جذب و نگهداشت سرمایه انسانی وقت بیشتری بگذاریم.» امینی در پایان با تأکید بر اینکه مهم ترین وظیفه شرکت گسترش فناوری های نوین، حرکت در مسیر اولویت های بانک کشاورزی و تأمین پلتفرم های بانکداری دیجیتال برای زنجیره امنیت غذایی کشور است، عنوان می کند: «ما در سال ۱۴۰۳ به طور هماهنگ با اهداف راهبردی بانک کشاورزی، به سراغ مدل های جدید تأمین مالی در بخش کشاورزی مثل تأمین مالی جمعی خواهیم رفت و خدمات بانکداری دیجیتال بیشتری در زمینه زنجیره های جدید کشاورزی نیز ارائه خواهیم کرد.»



مهرتراکتس

کسب و کار

۲۳۱

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



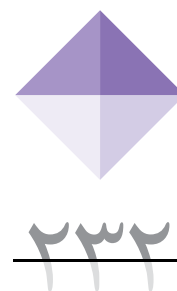
مهرداد حداد، از گام‌های بانک پاسارگاد در مسیر رسیدن به تحول دیجیتال می‌گوید

در پی توسعه پلتفرم اقتصاد دیجیتال پاسارگاد هستیم

چند سالی است که بانک‌های ایران بنا بر ضرورت بازار، حرکت به سمت تحول دیجیتال و در ادامه آن، رسیدن به بانکداری دیجیتال را آغاز کرده‌اند. پاسارگاد نیز یکی از همین بانک‌هاست که با طراحی شاخه‌های مختلف اقتصاد دیجیتال در دل خود محصولات و خدمات دیجیتالی گوناگونی را ارائه کرده است. در گفت‌وگویی که با مهرداد حداد، مدیر امور فناوری‌های نوین و سرپرست شاخه بانکداری دیجیتالی بانک پاسارگاد، داشته‌ایم، درباره شکل‌گیری سرزمین هوشمند پاد و رفتن بانک پاسارگاد به سمت بانکداری نامرئی صحبت کردیم. او می‌گوید بانک‌ها پس از تحول دیجیتال باید به سوی بانکداری نامرئی حرکت کنند؛ در این حالت بانک باید به‌عنوان حامی و شریک در کنار افراد قرار گیرد تا عملیات بانکداری در سبک زندگی و شبکه ارزش آنها نفوذ کند و اکنون بانک پاسارگاد نیز در حال حرکت به سمت این نوع از بانکداری است.



عصر تراکتس



ASARETAARAHONESH.IR
ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

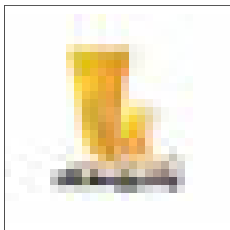
◀ شکل‌گیری سرزمین هوشمند پاد

مهرداد حداد، مدیر امور فناوری‌های نوین و سرپرست شاخه بانکداری دیجیتالی بانک پاسارگاد، ابتدا درباره شکل‌گیری سرزمین هوشمند پاد در بانک پاسارگاد صحبت می‌کند: «انقلاب صنعتی چهارم و تحولات دیجیتال آن باعث شد که از سال ۱۳۹۶ مدیران بانک پاسارگاد برنامه جامعی در زمینه تحول دیجیتالی تهیه و اجرا کنند. حوزه بانکداری دیجیتال در پاسارگاد از همین زمان ایجاد شد و زیرساخت‌های فنی و لازم برای پیاده‌سازی بانکداری دیجیتال نیز توسعه یافت. موضوع بعدی ایجاد ساختارها و فرایندهای پیشبرد پروژه بود. بانک پاسارگاد با مشارکت هلدینگ فناپ به‌عنوان بازوی فنی خود، این روند را با ابرپروژه سرزمین هوشمند پاد

آغاز کرد. با پیشروی بیشتر در این مسیر متوجه شدیم که کسب‌وکار حوزه دیجیتال باید به‌صورت مجزا پیش رود؛ بنابراین شاخه بانکداری دیجیتال در ساختار بانک پاسارگاد ایجاد و شرکت سرزمین هوشمند پاد راه‌اندازی شد. در نتیجه پاد به‌عنوان زیرمجموعه بانکداری دیجیتال بانک پاسارگاد آغاز به کار کرد؛ پلتفرمی جامع که انواع محصولات و خدمات دیجیتال را به شهروندان خود ارائه می‌دهد. کاربران پاد در یک سیستم یکپارچه می‌توانند نیازهای خود را راحت‌تر و امن‌تر از همیشه برطرف کنند.»

◀ پاد؛ هسته مرکزی اقتصاد دیجیتالی بانک پاسارگاد

حداد هدف بانک پاسارگاد از راه‌اندازی پاد را یک الزام در حوزه بانکداری عنوان می‌کند و می‌گوید که در آینده‌ای نه‌چندان دور فقط چند راه‌پیش روی بانک‌ها در رفتن به سمت تحول دیجیتال قرار می‌گیرد: «بانک‌ها یا باید پلتفرم خود را در این راستا ایجاد کنند؛ مانند بانک پاسارگاد که در حال توسعه پلتفرم اقتصاد دیجیتالی پاد است، یا مجبور می‌شوند به یکی از پلتفرم‌های اقتصاد دیجیتالی موجود بپیوندند یا اینکه



این مشکل به صورت جدی تر و حادث تر در آینده دیده می شود. باید فکری برای نگهداشت سرمایه انسانی و تربیت نیروی انسانی جدید شود.»

اوبر این باور است که چالش سرمایه انسانی با یک بانک یا حتی یک سازمان قابل حل نیست، اما اگر محیطی برای صاحب تخصص ایجاد شود که احساس مفید بودن کند، انگیزه ای برای ادامه خلق شده است. حداد در این باره می گوید: «در حال رایزنی با نهادهای مرتبط بانکی و فراتر از بانک در حوزه نیروی انسانی هستیم، اما رفع این چالش فراتر از توان یک نهاد اقتصادی است و تصمیم گیران کلان تر باید فکری کنند.»

◀ بانکداری باز؛ از اصلاح قوانین تا فرهنگ سازی هدفمند

سرپرست شاخه بانکداری دیجیتال بانک پاسارگاد سپس درباره مزیت های توسعه بانکداری باز و پادیوم به عنوان محصول این بانک در این حوزه صحبت می کند. به گفته او، لذت بخش شدن تجربه مشتری اولین مزیت بانکداری باز است و حرکت در این مسیر برای بانک ها الزامی است، زیرا در آینده بانکداری در فرایندهای دیگری تعریف می شود. او می گوید: «عدم پذیرش بانکداری باز به معنای از دست دادن سهم بازار و درآمد بانک است. افزایش رقابت پذیری و ارائه محصولات و خدمات بهتر نیز از مزیت های بانکداری باز برای سایر ذی نفعان به شمار می رود. با این حال قوانین بانکداری باز نیاز به اصلاح دارند زیرا شفاف و کامل نیستند. رگولاتورها باید به بانک ها اجازه ریسک کردن بدهند و بانک ها نیز باید ریسک پذیری خود را بالا ببرند. امنیت اطلاعات کاربر و حفظ حریم شخصی چالش دیگری در این راه است که هزینه های بالایی می طلبد. کمبود سرمایه انسانی متخصص نیز از مشکلات دیگر این مسیر است.»

حداد فرهنگ سازی عمومی را چالش دیگری در بانکداری باز ایران عنوان می کند و می گوید که فرهنگ سازی در لایه مدیران ارشد و همکاران مرتبط و مشتریان بسیار مهم است: «فرهنگ سازی درست و هدفمند باید از طریق رسانه هایی مانند راه پرداخت و عصر تراکنش میان بازیگران بانکداری باز صورت گیرد. در صورت فرهنگ سازی، رفع چالش ها آسان تر می شود.»

◀ هم افزایی و آینده اقتصاد دیجیتال در ایران

مدیر امور فناوری های نوین بانک پاسارگاد بر این باور است که اقتصاد دیجیتال در ایران به سویی حرکت می کند که منجر به همکاری بازیگران بزرگ از صنایع مختلف خواهد شد: «تحوالات با همکاری بانک پاسارگاد و چند نام مطرح در حوزه بازار سرمایه و به واسطه ارائه خدمات بانکداری باز و بانکداری به عنوان خدمت به این مجموعه ها شروع شده و به زودی به صنعت بیمه و حوزه های دیگر می رسد. مشارکت میان بازیگران بزرگ صنایع مختلف باعث ارائه سرویس های با کیفیت تر و تجربه مشتری بهتر می شود؛ در نتیجه باید تفکرات ایجاد مشارکت های مدنی واقعی در مجموعه ها شکل گیرد.»

به مرور زمان محو شوند. حرکت به سوی مباحث اقتصاد دیجیتال برای بانک ها الزامی است. شاید تا سه سال قبل بانکداری دیجیتال و تحول دیجیتال برای بانک ها حالت نمایشی داشت، اما در حال حاضر یک باید است و اگر انجام نشود بانک کوچک و کوچک تر خواهد شد.»

در یاد یک هسته دیجیتال وجود دارد که زیرساخت عمده سرویس هاست و خدماتی مانند احراز هویت، شبکه های اجتماعی، پیام رسانی، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و... مبتنی بر آن ارائه می شود. سرپرست شاخه بانکداری دیجیتال بانک پاسارگاد با بیان این موضوع می گوید: «درواقع تمامی زیرساخت هایی که یک پلتفرم اقتصاد دیجیتال لازم دارد، در هسته مرکزی یاد گرفته است. این سرویس ها منطبق با قواعد رگولاتوری بانک مرکزی و حوزه بانکداری کشور است.»

◀ ظهور بانکداری نامرئی

مدیر امور فناوری های نوین بانک پاسارگاد با بیان این موضوع که قصد دارند به عنوان یک شریک در شبکه ارزش کسب و کارها و یک تسهیلگر در سبک زندگی افراد نقش آفرینی کنند، از رفتن به سمت بانکداری نامرئی صحبت می کند: «طبق مطالعات انجام شده در بانک پاسارگاد، بانک ها پس از تحول دیجیتال باید به سوی بانکداری نامرئی حرکت کنند. در این حالت بانک باید به عنوان حامی و شریک در کنار افراد قرار گیرد تا عملیات بانکداری در سبک زندگی و شبکه ارزش آنها نفوذ کند. بانک پاسارگاد نیز قصد دارد به عنوان یک شریک و حامی در کنار کسب و کارها و افراد قرار بگیرد و در کنار آن فراگیری و توانمندسازی مالی را نیز دنبال کند.»

◀ تسریع رشد بازیگران اقتصاد دیجیتال در زیست بوم یاد

طبق صحبت های حداد، یاد به زیرساخت های رگولاتوری بانک مرکزی متصل شده و انواع خدمات اعم از احراز هویت، ارائه انواع گزارش های مالی، کشف تقلب و پول شویی را ارائه می کند. از سوی دیگر امکان ارائه خدمت را به سرویس دهندگان و استارت آپ ها می دهد. او توضیح می دهد: «بدین ترتیب در رکن های اصلی اقتصاد دیجیتال یعنی زیرساخت اقتصاد دیجیتال، فناوری های آن، مدل های کسب و کاری دیجیتال و سرمایه انسانی، این حوزه پلتفرمی را ایجاد کرده ایم. این زیست بوم به فعالان اقتصاد دیجیتال فرصت رشد سریع تر را می دهد. همچنین حوزه های کسب کاری مختلفی از جمله مالی، آموزش، سلامت، کشاورزی، مسکن، بازی و سرگرمی، گردشگری و... را در این زیست بوم تعریف کرده ایم که براساس اولویت حمایت می شوند. بر این باوریم که یاد یکی از زیست بوم های دیجیتالی کشور در آینده خواهد بود.»

پیش از راه اندازی مباحث بانک دیجیتال در پاسارگاد، این بانک در ۶۴ شهر کشور سرویس دهی انجام می داد، اما در حال حاضر و از طریق ویپاد و زیپاد در بیش از دوازده هزار شهر و روستا در کشور از خدمات بانکداری دیجیتال پاسارگاد استفاده می شود. او با بیان این موارد می گوید: «اعتباردهی خرد به صورت کاملاً دیجیتال در راستای فراگیری مالی انجام شد و به بیش از هشتصد هزار نفر در سراسر کشور تسهیلات خرد ارائه دادیم. این افراد ۳/۵ میلیون فقره تسهیلات دریافت کرده اند که مبلغ آنها در مجموع به بیش از دوازده همت می رسد. بانک پاسارگاد در حوزه کسب و کارهای کوچک و متوسط نیز اقداماتی انجام داده که به زودی از آنها رونمایی می کند.»

◀ چالش سرمایه انسانی

به عقیده حداد، اقتصاد دیجیتال بازار بکری به شمار می رود که تشنه وجود زیست بوم است: «شرکت های استارت آپی پویا و بالغانی در این حوزه وجود دارند که نیاز به حمایت مالی، فناوری و رگولاتوری دارند. زیرساخت های دیجیتالی کشور وضعیت خوبی دارند و فرصت های خوبی در این حوزه وجود دارد. با این حال عدم دسترسی آسان به فناوری های روز دنیا یکی از چالش های توسعه اقتصاد دیجیتال در کشور است. چهارچوب های قانونی منعطفی در این حوزه وجود ندارد و کسب و کارها با نگرانی در این حوزه فعالیت می کنند. از سوی دیگر بوروکراسی های اداری در سازمان های بزرگ پیشروی را دشوار می سازد. چالش اصلی در این حوزه کمبود سرمایه انسانی است؛ مهاجرت سرمایه های انسانی متخصص این حوزه با سرعت زیادی در حال وقوع است و جایگزین مناسبی برای آنها وجود ندارد. آثار ناشی از

عصر تراکنش

کسب و کار

۳۳۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



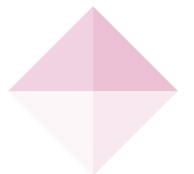
آموزش سرمایه گذاری به کودکان با اپلیکیشن حساب دیجیتال زیباد

پایانی بر دغدغه های مالی والدین

در سال های نه چندان دور، افراد برای انجام کوچک ترین کارهای مالی باید به شعب بانک مراجعه می کردند، درگیر مراحل طولانی و پیچیده بانکی می شدند و ساعت ها در صف های طولی منتظر می ماندند، اما در عصر حاضر این روند دگرگون شده و کارها نسبت به گذشته سرعت یافته و آسان تر و راحت تر شده است. امروزه فقط با یک گوشی تلفن هوشمند در هر جایی از کشور، می توان صاحب یک حساب دیجیتال شد و در کوتاه ترین زمان ممکن عملیات های مالی خود را انجام داد. از آنجایی که والدین همواره سعی دارند در تمامی زمینه ها بهترین آموزش ها را به فرزندان خود بدهند، گاهی بیش می آید که به دلیل ناآشنایی با موضوعاتی همچون آموزش سواد مالی به کودکان، نتوانند آن طور که باید به مسائل مالی فرزندان خود توجه کنند. این موضوع در حال حاضر یکی از مهم ترین چالش هایی است که بسیاری از پدر و مادرها با آن درگیرند. آموزش سواد مالی به کودکان همچون مدیریت پول، بودجه بندی و سرمایه گذاری به آنها کمک می کند در آینده حرفه ای تر و با اعتماد به نفس بالاتری درباره منابع مالی خود تصمیم بگیرند، اقدام کنند و شانس بیشتری برای پیشگیری از بروز مشکلات مالی داشته باشند. یکی از راه حل های این معضل، کمک گرفتن از نرم افزار ایجاد حساب دیجیتال است.



عصر تراکتس



۲۳۴

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

اپلیکیشن حساب دیجیتال زیباد چیست؟

حساب دیجیتال کودک و نوجوان پاسارگاد با نشان تجاری کیدزی، با هدف ارائه خدمات مختلف به کاربران زیر هجده سال طراحی شده است. کیدزی، پلتفرم ارائه دهنده خدمات مختلف کودک و خانواده بانک پاسارگاد است که تلاش کرده با راه اندازی اپلیکیشن حساب دیجیتال زیباد، به روشی نوین و جدید سرمایه گذاری به کودکان را آموزش دهد و دغدغه های ناشی از آموزش سواد مالی والدین را برطرف کند. زیباد، به عنوان اولین پلتفرم بانکی و مالی اختصاصی و هوشمند کودک و نوجوان، در جشنواره معتبر «دکتر نوربخش» مقام آور شد و جایزه دریافت کرد. وجه تمایز حساب دیجیتال کودک و نوجوان زیباد، نسبت به سایر خدمات بانکی برای این گروه سنی، کاربردی بودن آن است. این جمله به این معناست

که کودک یا نوجوان، می تواند کارهای بانکی مختلف مناسب سن خود را با استفاده از حساب دیجیتال به راحتی و در کوتاه ترین زمان ممکن انجام دهد. افتتاح حساب در زیباد، بسیار ساده است و والدین می توانند در عرض چند دقیقه با استفاده از اپلیکیشن زیباد، به راحتی برای فرزند خود حساب دیجیتال باز کنند.

ویژگی های اپلیکیشن زیباد

والدین با نصب زیباد می توانند از امکانات نظارتی



هوشمندانه و تحسین برانگیز برای ایجاد علاقه کودکان و نوجوانان به یادگیری مهارت‌های مالی است. این طرح‌ها طوری طراحی شده‌اند که کودکان را به سمت پس‌انداز کردن سوق دهند.

◀ نحوه افتتاح حساب از طریق اپلیکیشن زیباد

برای ایجاد حساب دیجیتال کودک و نوجوان بانک پاسارگاد، کافی است یکی از والدین با گوشی هوشمند خود اپلیکیشن زیباد را دانلود و در آن ثبت نام کند. پس از ثبت نام و طی کردن مراحل احراز هویت برای هر کدام از بچه‌ها به صورت آنلاین، در عرض چند دقیقه فرزند صاحب یک حساب دیجیتال می‌شود. پس از آن، والدین می‌توانند از طریق اپلیکیشن زیباد به راحتی در سراسر ایران از خدمات و امکانات این حساب دیجیتال استفاده کنند.

◀ بانک پاسارگاد؛ حامی کودک و نوجوان ایرانی

درست است که در سال‌های اخیر در حوزه بانکداری دیجیتال پیشرفت‌هایی انجام شد، اما باز هم جای خالی ارائه خدمات همه‌جانبه به کودکان و نوجوانان کاملاً احساس می‌شود. به همین منظور، بانک پاسارگاد به عنوان بانک هزاره سوم، با علم بر اهمیت آموزش سواد مالی به فرزندان، همیشه به دنبال ارائه بهترین خدمات به این قشر بوده و امروز با ارائه حساب دیجیتال کودک و نوجوان زیباد، بار دیگر توانست حمایت خود را از کودکان و نوجوانان این سرزمین نشان دهد. به طور کلی داشتن حساب دیجیتال در عصر امروز یک امر مهم به نظر می‌رسد و همه افراد زیر هجده سال باید از آن بهره‌مند شوند. حساب دیجیتال کودک و نوجوان، بیش از هر چیز به کودکان و نوجوانان احساس استقلال مالی می‌دهد. این استقلال می‌تواند به آنها در زمینه مدیریت منابع مالی کمک کند. علاوه بر این موجب افزایش اعتماد به نفس کودکان نیز خواهد شد. خانواده‌ها می‌توانند با کمک امکاناتی که زیباد در اختیار آنها می‌گذارد و با استفاده از مطالب آموزشی مفید در زمینه سواد مالی که در این اپلیکیشن قرار دارد، به فرزندان خود در زمینه‌های بانکی آموزش دهند. امید است این خدمت جدید برای خانواده‌های ایرانی سودمند باشد و علاوه بر فرهنگ‌سازی در زمینه مسائل مالی، در آینده‌ای نزدیک تبدیل به عضو دائمی خانواده‌های ایرانی شود.

◀ زیباد؛ دستیار ویژه تمام پدرمادرهای ایرانی

به خاطر داشته باشید صحبت‌های مالی هدمند در خانواده، نقش مهمی در مدیریت خوب پول دارد. گفت‌وگوهای صادقانه با شریک زندگی می‌تواند به جلوگیری از ایجاد بدهی و قرض کمک شایانی کند. مشارکت کودکان و نوجوانان در برنامه‌ریزی‌های مالی و بودجه‌بندی نیز می‌تواند دستیابی به اهداف پس‌اندازی را آسان‌تر کند. بنابراین زیباد دستیار ویژه تمام پدرمادرهای ایرانی در این حوزه است. برای دانلود و دریافت اپلیکیشن زیباد کافی است از طریق سایت کیدزی یا زیباد، مایکت و بازار اقدام کنید. کارشناسان و پشتیبان‌های سایت زیباد در طول شبانه‌روز آماده پاسخ‌گویی به تک‌تک سؤالات کاربران‌اند. ◆

و آموزشی این حساب دیجیتال هم بهره‌مند شوند. درحقیقت حساب دیجیتال کودک و نوجوان نگرانی و دغدغه‌های والدین را در بخش‌هایی مانند نحوه خرج کردن پول رفع می‌کند و امکانات نظارتی مانند بررسی تراکنش‌های کودک یا نوجوان در هر لحظه، تعیین سقف برای برداشت و انتقال وجه یا خرید را در اختیار والدین قرار می‌دهد. اپلیکیشن زیباد، امکانات بسیاری دارد که از آن جمله می‌توان به کیف پول الکترونیکی، قلمک دیجیتالی، ارائه تسهیلات و خدمات مالی و بانکی ویژه به کودکان و نوجوانان اشاره کرد.

◀ زی کارت؛ کارت بانکی مخصوص کودکان و نوجوانان

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های استفاده از حساب دیجیتال کودک و نوجوان زیباد این است که هر والد می‌تواند برای فرزند دارای حساب دیجیتال خود، به صورت رایگان درخواست کارت بانکی مخصوص به خودش، با نام «زی کارت» را بدهد و آن را در محل سکونت خود تحویل بگیرد. زی کارت‌ها با طرح انتخابی خود فرزند صادر می‌شوند و عملکردی تقریباً مشابه کارت‌های بانکی دارند. کودک یا نوجوان با دریافت این کارت می‌تواند خرید حضوری و آنلاین داشته باشد. داشتن سابقه اعتباری طولانی مدت که از طریق حساب دیجیتال و دریافت زی کارت برای کودکان و نوجوانان ایجاد می‌شود، می‌تواند در گرفتن تسهیلات مختلف فردی و خانوادگی نقش زیادی داشته باشد. امکانات زی کارت برای کودکان بالای هفت سال با زیر هفت سال متفاوت است. برای کودکان زیر هفت سال به دلیل حفظ امنیت کودک امکان انتقال وجه به زی کارت فقط توسط والدین امکان پذیر است و کودک می‌تواند با استفاده از زی کارتش خرید حضوری و آنلاین داشته باشد، اما زی کارت کودکان بالای هفت سال شماره شبا دارد و کارکردش مشابه کارت بانکی بزرگسالان است.

◀ کیف پول الکترونیکی

بعد از افتتاح حساب دیجیتال در زیباد، بلافاصله یک کیف پول الکترونیکی برای فرزند شما ساخته می‌شود. والدین با استفاده از امکانات کیف پول الکترونیکی اپلیکیشن زیباد می‌توانند هر ماه مبلغ خاصی را به عنوان پول توجیبی به حساب فرزند خود واریز کنند. کودک با استفاده از زی کارت امکان برداشت و استفاده از این مبلغ را خواهد داشت. توجه داشته باشید که تمامی تراکنش‌های کودک از طریق این سرویس به والدین اطلاع داده می‌شود.

◀ افتتاح حساب آنلاین و رایگان

تمامی مراحل در اپلیکیشن زیباد از ایجاد حساب دیجیتال کودک و نوجوان تا درخواست صدور زی کارت، به صورت کاملاً غیرحضور و رایگان در کوتاه‌ترین زمان ممکن انجام می‌شود و برای استفاده از خدمات این حساب دیجیتال نیازی به حضور والدین یا کودک در شعب بانک نیست.

◀ آموزش سواد مالی و پس‌انداز به کودکان با قلمک‌های دیجیتال

مدیریت و آموزش سواد مالی به صورت تعاملی و در دنیای واقعی به کودکان و نوجوانان زیر هجده سال، تحت نظارت کامل والدین از دیگر مزایای حساب دیجیتال زیباد است. در اپلیکیشن زیباد، والدین به کمک «قلمک‌های هوشمند دیجیتالی» و با استفاده از روش‌های جدید و عملی، می‌توانند سواد مالی را به فرزندان خود آموزش دهند. با قلمک‌های دیجیتال زیباد می‌توانید با همکاری فرزندتان یک هدف مشخص (همچنین مبلغ و تاریخ رسیدن به هدف) را در نظر بگیرید و مبلغی را در بازه‌های زمانی مشخص به این قلمک واریز کنید. پس از رسیدن به زمان موعود یا مبلغ تعیین شده، قلمک می‌شکند و کودک می‌تواند به هدف خود برسد و طعم شیرین به دست آوردن با صبر و تلاش را بچشد. این طرح به افزایش صبر، مهارت برنامه‌ریزی، پس‌انداز و آموزش سواد مالی به کودکان کمک می‌کند.

◀ ارائه طرح‌های تسهیلاتی به خانواده‌ها (به زودی)

نرم افزار زیباد در مسیر توسعه خود و در راستای ایجاد فرهنگ آموزش سواد مالی، علاوه بر موارد گفته شده، طرح‌ها و تسهیلات بانکی دیگری را نیز به زودی به والدین و کودکان ارائه خواهد کرد. اهدای تسهیلات ویژه به صاحبان حساب‌های دیجیتال، یکی از مشوق‌های

عصر تراکتس

کسب و کار

۲۳۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



بررسی نقش پادیوم در SPAA و جایگاه آن در اقتصاد دیجیتال

پلتفرمی دوسویه و بازارچه API

مهر تراکنش



۲۳۶

ASAEETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

نزدیک به هشت سال از تصویب سند PSD2 گذشته و با وجود پیشرفت‌هایی که شاهد بوده‌ایم، سیستم بانکداری اروپا به دلایل مختلفی از جمله عدم تعیین چهارچوب مشخص و فنی برای دسترسی و استفاده از داده‌ها، به اهداف تعیین شده در این سند دست پیدا نکرده است. حال کتابچه قوانین The SEPA Payment Account Access (SPAA) که نیازمندی‌های فنی و عملیاتی برای دسترسی به اطلاعات و داده‌های حساب‌ها را مشخص می‌کند، توسط بانک‌ها و با در نظرگیری منافع سیستم بانکداری پیشنهاد شده است. این کتابچه استانداردهای دقیق و مشخصی برای سرویس‌های مبتنی بر API (انتقال اعتبار، برداشت مستقیم، سازکارهای تأیید پرداخت و...) مشخص و نقش تأمین‌کنندگان API‌ها را در چرخه تبادل داده‌ها تعیین کرده است؛ نقشی که در کشور ما، برعهده پلتفرم‌هایی نظیر پادیوم است.



(کسب و کارهایی که داده‌ها را از کارگزاران دریافت و از آنها برای ایجاد سرویس استفاده می‌کنند).

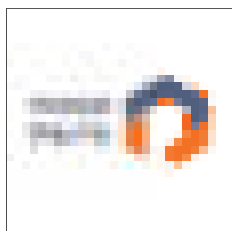
◀ مزایای اصلی SPAA

سند SPAA قصد دارد ضعف‌های PSD2 را پوشش دهد و مسیر را برای برداشتن گام‌های بلندتر فراهم کند. از جمله مزایای SPAA می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- براساس مقررات PSD2 نوشته شده و با قوانین

◀ SPAA چیست؟

هم‌زمان با بازبینی سند PSD2، شورای پرداخت اروپا (EPC) با همکاری بانک‌ها و با تکیه بر آموخته‌های خود از PSD2، شروع به تهیه و تنظیم سند SPAA کرد. این سند یک زیست‌بوم را به تصویر می‌کشد و در آن نیازمندی‌ها، مسیر و نحوه تبادل داده‌های مربوط به تراکنش‌ها و حساب‌های مشتریان مشخص شده است. در این سند داده‌ها به عنوان دارایی مشخص شده‌اند و چهار ستون اصلی آن عبارت‌اند از: نگهدارنده دارایی (بانک‌ها و مؤسسات مالی که داده‌های مشتریان را نگهداری می‌کنند)، کارگزار دارایی (ذی‌نفعانی که از طریق API‌ها به داده‌ها دسترسی دارند)، مالکان دارایی (صاحبان داده‌ها یا مشتریان) و کاربران دارایی



مهرتراکتس

کسب و کار

۲۳۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

و تجمیع حساب‌های مشتریان نیز به این جمع پیوندند.

◀ نقش پلتفرم‌های API نظیر پادیوم در SPAA و اقتصاد دیجیتال

پادیوم به‌عنوان یک پلتفرم دوسویه و بازارچه API، خود را در قلب اقتصاد دیجیتال می‌بیند. اگر کسب‌وکارهای ثالث را در یک سو و بانک‌ها و مؤسسات مالی را در سوی دیگر نظر بگیریم، پادیوم پل ارتباطی آنها است. در مسیر بانکداری باز، آنچه اهمیت دارد، امنیت و شفافیت در تبادل داده‌ها و اطمینان از تأمین منافع ذی‌نفعان (مشتریان، کسب‌وکارهای ثالث و بانک‌ها) است.

حال پادیوم با ارائه سرویس‌های مختلف مالی و بانکی، در مرکز این مثلث قرار گرفته و با تبدیل روابط خطی و دوجانبه به یک زیست‌بوم پویا، به ذی‌نفعان کمک می‌کند از ظرفیت داده‌ها برای ایجاد تجربه‌های کاربری ارزشمند استفاده کنند.

اگرچه بانکداری باز هنوز در ایران در مراحل اولیه خود قرار دارد و سندی مشابه SPAA در اینجا به بحث گذاشته نشده است، اما با توجه به دقت در جزئیات فنی و عملیاتی، ضمن در نظرگیری منافع تمام ذی‌نفعان (و نه فقط کسب‌وکارهای ثالث)، انتظار می‌رود با الگوبرداری از این سند و تدوین سندهای مشابه، گره بانکداری باز در ایران گشوده و مسیر برای پیشرفت در این عرصه هموار شود. در چنین شرایطی، پادیوم به‌عنوان حلقه اتصال ذی‌نفعان، نقشی حیاتی در توسعه بانکداری باز و تبادل امن داده‌ها برای ایجاد فرصت‌ها و ارزش‌های جدید خواهد داشت.

◀ سرویس‌ها و راهکارهای پادیوم

خدمات پلتفرم پادیوم به‌طور کلی در دو دسته جای می‌گیرند:

۱. بازارچه API‌ها؛

۲. راهکارهای دیجیتال.

بازارچه API‌های پادیوم شامل طیف گسترده‌ای از API‌های گوناگون در حوزه‌های مختلف است که توسط تأمین‌کنندگان در بازارچه قرار گرفته‌اند. API‌های مالی و بانکی مانند اعلام و تبدیل بانکی، تطابق اطلاعات بانکی، انتقال وجه، احراز هویت، برداشت مستقیم از حساب و اعتبار اختصاصی بخش بزرگ و مهمی از سرویس‌های ارائه‌شده در پادیوم است که به راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارها بر بستر دیجیتال کمک می‌کند و منجر به خلق ارزش افزوده برای مشتریان نهایی می‌شود.

قسمت راهکارهای دیجیتال نیز برای حل چالش‌های خاص در کسب‌وکارهای مختلف ایجاد شده است. این راهکارهای دیجیتال به‌صورت جامع ارائه شده و نیازی به پیاده‌سازی ندارند. در این قسمت راهکارهای جامع گوناگونی نظیر پرداخت کسب‌وکارهای واسط، مدیریت وجوه تنخواه، ذخیره‌سازی ابری و امضای دیجیتال پاراف معرفی می‌شوند و در اختیار کسب‌وکارها قرار می‌گیرند.

پادیوم همواره می‌کوشد همگام با فناوری‌های نوین مالی در دنیا، بستر ارائه خدمات و زیرساخت سرویس‌های خود را به‌روز کند تا کسب‌وکارها بتوانند سریع‌تر، ساده‌تر و بهینه‌تر در دنیای دیجیتال فعالیت کنند. ♦

اتحادیه اروپا سازگار است؛

● از پشتیبانی مؤسسه‌های مربوطه در اتحادیه اروپا برخوردار است و با همکاری بانک‌ها و صنعت پرداخت نوشته شده است؛

● سرویس‌های ارزش افزوده فراتر از PSD2 را ممکن می‌سازد و از یکپارچگی، همکاری متقابل و دسترسی‌پذیری در سراسر اتحادیه اروپا اطمینان حاصل می‌کند؛

● می‌تواند سنگ بنای حرکت به امور مالی باز فراتر از پرداخت‌ها و داده‌های باز فراتر از داده‌های مالی باشد.

درواقع در سند SPAA آنچه بر آن تأکید شده، پوشش نکاتی است که سابق بر این در PSD2 مغفول مانده بود. در این سند تمام ارکان دخیل در فرایندهای بانکداری باز در نظر گرفته شده و بر همکاری متقابل این ارکان و برقراری ارتباط مؤثر تمرکز شده است.

◀ اهداف اصلی SPAA

تدوین SPAA در اروپا سه هدف اصلی را دنبال می‌کند:

۱. هدایت پرداخت‌های باز در اروپا: SPAA قصد دارد سیستم سنتی بانکداری را متحول کند و به کسب‌وکارهای ثالث اجازه دهد با استفاده از داده‌های حساب مشتریان، خدمات ارزش افزوده ارائه کنند. به این ترتیب رقابت برای ارائه خدمات ارزشمند و بهینه بیشتر می‌شود.

۲. ایجاد ارزش‌های جدید: در SPAA کسب‌وکارهای ثالث می‌توانند با استفاده از داده‌های مشتریان طیف وسیعی از نوآوری‌ها را ایجاد کنند که ضمن توسعه تجربه‌های کاربری مفیدتر، به بانک‌ها در تعامل بهتر با مشتریان و ایجاد راه‌های نوین درآمدزایی کمک می‌کند.

۳. توزیع مناسب ارزش‌ها و خطرها: طوری طراحی شده تا از توازن بین تمام ذی‌نفعان اطمینان حاصل کند. مشتریان می‌توانند روی داده‌های خود کنترل داشته و انتخاب کنند کدام کسب‌وکار ثالث به آنها دسترسی داشته باشد. بانک‌ها به کمک بازوهای فناوری خود از امنیت و همگامی با قوانین کشوری مطمئن می‌شوند و راه‌های درآمدزایی جدیدی خلق می‌کنند. کسب‌وکارهای ثالث نیز فضایی برای رقابت و نوآوری خواهند داشت تا از این طریق به رشد و توسعه خود ادامه دهند.

◀ وضعیت فعلی SPAA

نسخه ۱.۱ «کتابچه قوانین SPAA» در سال ۲۰۲۳ منتشر شده و انتظار می‌رود نسخه نهایی عملیات‌های کسب‌وکاری مانند ساختار کارمزدها تا سه ماهه دوم سال ۲۰۲۴ به این کتابچه اضافه شود. همچنین قرار است احراز هویت سخت و نحوه پیاده‌سازی آن برای بهبود معیارهای امنیتی به بحث گذاشته شود. باید در نظر داشت که SPAA سند جدیدی است که به بحث گذاشتن و تعیین جزئیات آن زمانی طولانی می‌طلبد. مخصوصاً که همکاری بین رگولاتورها و بانک‌ها هنوز به سطح مطلوب نرسیده است.

◀ وضعیت فعلی بانکداری باز در ایران

بحث بانکداری باز در ایران هم‌زمان با سایر دنیا شروع شد، اما طی سال‌های اخیر مورد توجه بیشتری قرار گرفت. بانک‌ها به‌عنوان پایه‌های اصلی اقتصاد پیش از سایر ارکان وارد بحث بانکداری باز شدند. از این رو، می‌توان گفت بانکداری باز در ایران هنوز در گام‌های اولیه خود قرار دارد و نیازمند هماهنگی‌های بیشتری بین توسعه‌دهندگان (کسب‌وکارهای ثالث)، بانک‌ها و مشتریان است. از سوی دیگر بحث امنیت اطلاعات مشتریان، به‌عنوان مشکلی جدی مطرح است و تضمین تبادل امن داده‌ها نیاز به پیاده‌سازی زیرساخت‌های گوناگون دارد. پیاده‌سازی این زیرساخت‌ها نیز مستلزم زمان و هزینه‌ای است که باید به مرور زمان صرف شود.

در حال حاضر بانکداری باز در ایران شامل چهار دسته خدمات کلی می‌شود:

۱. خدمات احراز هویت؛

۲. خدمات اعتبارسنجی؛

۳. خدمات پرداخت؛

۴. خدمات مالی شرکتی.

انتظار می‌رود با شفاف‌تر شدن نقش ارکان بانکداری باز در ایران و ضمن در نظر گرفتن منافع تمام ذی‌نفعان و هماهنگی بیشتر بین ارکان مالی و نهادهای تصمیم‌گیر و قانون‌گذار، سطوح بالاتر خدمات بانکداری باز، نظیر مدیریت مالی شخصی‌سازی شده

نگاهی به «نواکپیتال» که شرکتی جدید در حوزه سرمایه‌گذاری خصوصی است
و چیستی و اهمیت پروژه «آنی زر» در گفت‌وگو با امید ترابی

تبدیل گلدتک به یکی از روندهای پرطرفدار کشور

نوا یکی از شرکت‌های تازه‌تأسیس سرمایه‌گذاری در کشور است که در همکاری با کسب‌وکارهای بالغی که نیاز به کمک دارند، به توسعه پروژه‌های آنها کمک می‌کند و در سال ۱۴۰۲ به سراغ جی‌اس‌اس رفته تا در به سرانجام رساندن پروژه «آنی زر» و فراگیر شدن دستگاه‌های خودپرداز طلا در کشور کمک کند؛ پروژه‌ای که به باور امید ترابی به حفظ ثروت و افزایش قدرت خرید مردم منتهی می‌شود. این در حالی است که بانکداری مبتنی بر طلا و گلدتک در ایران آن‌طور که باید توسعه پیدا نکرده و حتی برای خیلی‌ها ناشناخته است. در نتیجه، هدف اصلی شرکت نوا در این پروژه این است که گلدتک و بانکداری مبتنی بر طلا را در ایران رواج دهد و آن را به یکی از روندهای روز کشور تبدیل کند. در گفت‌وگویی که با امید ترابی، مدیرعامل شرکت نوا داشتیم، درباره چیستی و اهمیت پروژه «آنی زر»، لزوم توسعه بانکداری مبتنی بر طلا در ایران و چالش‌های پیش روی این شرکت صحبت کردیم.



نوا؛ بازوی سرمایه‌گذاری جی‌اس‌اس و تکوست

امید ترابی، مدیرعامل نوا است؛ شرکتی که به‌عنوان بازوی سرمایه‌گذاری شرکت‌های جی‌اس‌اس و تکوست در سال ۱۴۰۲ پروژه‌هایی را اجرایی کرده که یکی از آنها به حوزه بانکداری مبتنی بر طلا مرتبط می‌شود. او درباره این شرکت و پروژه‌هایی که با جی‌اس‌اس دارند، می‌گوید: «من از مهرماه ۱۴۰۲ مدیرعامل شرکت نوا هستم. نوا یک شرکت سرمایه‌گذاری خصوصی در زمینه اقتصاد دیجیتال است و فعالیت‌های سرمایه‌گذاری خود را با تکیه بر مجموعه‌های GP و LP انجام می‌دهد. کار اصلی ما این است که با شناسایی کسب‌وکارهای بالغی که نیازهای مالی یا مدیریتی دارند، به توسعه اقتصاد دیجیتال کشور کمک کنیم.

ما بعد از سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مختلف و به نتیجه رسیدن پروژه‌هایمان از آن کسب‌وکار خارج می‌شویم و من هم فعالیت خودم در نوا را بر همین اساس آغاز کردم. جی‌اس‌اس و تکوست یکی از GP‌های اصلی مجموعه ما هستند که در سال ۱۴۰۲ روی برخی پروژه‌ها سرمایه‌گذاری کردند و قرار است از این به بعد از نوا به‌عنوان بازوی سرمایه‌گذاری خودشان استفاده کنند.»

خلق اولین نئوگلدبانک در ایران

بنا بر صحبت‌های ترابی، آنها در سال ۱۴۰۲ در نوا روی تعدادی پروژه وقت گذاشته‌اند و سرمایه‌گذاری کرده‌اند که برخی از آنها متعلق به خود شرکت جی‌اس‌اس نبوده و نوا به‌عنوان سرمایه‌گذار و شریک جدید وارد آنها شده است و دو الی سه پروژه نیز وجود دارد که در گذشته روی آنها در جی‌اس‌اس کارهای تحقیقاتی و تولیدی انجام شده بود و در سال ۱۴۰۲ با هدف بزرگ شدن این پروژه‌ها و به سرانجام رسیدنشان به نوا سپرده شده‌اند. او درباره مختصات این پروژه‌ها بیان می‌کند: «یکی از پروژه‌های مشترک نوا و جی‌اس‌اس، «آنی زر» است که در واقع متعلق به حوزه گلدتک است و به بانکداری مبتنی بر طلا مربوط می‌شود. ما در تلاشیم با تمرکز بر این حوزه، گلدتک را به یکی از روندهای پرطرفدار در کشور تبدیل کنیم و از فناوری برای افزایش قدرت خرید مردم استفاده کنیم. پروژه «آنی زر» همه شاخص‌ها و ابعاد یک پروژه گلدتکی را دارد و از امکاناتی نظیر خرید و فروش آنلاین و ۷ در ۲۴ طلا، تحویل مکانیزه، اینترنت اشیا، استفاده از فناوری برای جلوگیری از تقلب و شناسایی اصالت طلا، احراز هویت دیجیتال، خواندن کارت ملی هوشمند و Open API برخوردار است تا در مسیر خلق یک نئوگلدبانک قدم بگذارد. ما شاید اولین نئوگلدبانک ایران باشیم که در حوزه طلای فیزیکی با تکیه بر گلدتک کار می‌کنیم.»

در جست‌وجوی تأمین‌کننده مالی

دستگاه خودپرداز طلا، محصولی است که در پروژه «آنی زر» ایجاد شده و شبیه به دستگاه‌های خودپرداز پول نقدی است که در دهه ۱۳۷۰ شمسی وارد ایران شده بودند، با این تفاوت که فناوری‌هایی که در این دستگاه استفاده شده، به مراتب هوشمندتر است. مدیرعامل نوا، با اشاره به این موضوع درباره وضعیت فعلی این دستگاه‌ها اظهار می‌کند: «تا به امروز تعدادی از بانک‌ها وارد این حوزه شده‌اند، اما هیچ‌کدامشان نتوانسته‌اند راهکاری جامع و کامل یا یک پلتفرم هوشمند بانکداری مبتنی بر طلا طراحی کنند و در بساخت فرهنگ استفاده از گلدتک در کشور هم ناتوان بوده‌اند. با وجود این، امیدواریم بتوانیم در سال جدید با همکاری تعدادی از بانک‌های کشور استفاده از این تکنولوژی جدید را جا بیندازیم. فاز اول و آزمایشی این پروژه شروع شده و با تعدادی دستگاه در حال محک زدن آن هستیم و به‌زودی با همکاری شرکای جدید، وارد فازهای بعدی پروژه می‌شویم. مردم در سال‌های اخیر نگرانی‌های زیادی درباره حفظ ارزش پول خود دارند و چنین پروژه‌هایی به‌نحوی به حفظ ارزش پول به روش‌های قانونی و فراگیری مالی و افزایش قدرت خرید آنها کمک می‌کند. این روزها، طلا به یکی از کالاهای سرمایه‌گذاری تبدیل شده که بیش از پیش مورد توجه مردم است و رونق گرفتن حوزه گلدتک می‌تواند از پتانسیل‌های آن استفاده کند.»

توثیق طلا در فازهای بعدی پروژه «آنی زر»

او معتقد است که مأموریت اصلی «آنی زر» حفظ و افزایش ارزش پول و دارایی مردم است و در این راستا یک سرویس هم طراحی و تولید کرده‌اند که در برخی از نرم‌افزارهای نئوبانکی در دسترس است و به افراد این

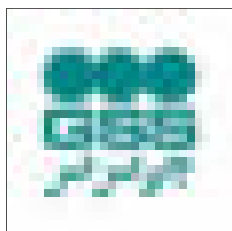
مهرتراکتس



۲۳۸

ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



عکس: نسیم انصاری

عمر تراکتس

کسب و کار

۲۳۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

فناوری آمده که اتفاقاً همین ریسک‌ها را کم کند و رگولاتور باید در برابر پذیرش شاخه‌های جدید فین‌تکی منعطف باشد. مردم امروز ترجیح می‌دهند خریدهای خود را از طریق نرم‌افزارهای دیجیتال انجام دهند، خدماتی را که لازم دارند به صورت آنلاین دریافت کنند و احتمالاً اگر بدانند بستر دیجیتالی فراهم شده که می‌توانند با خیال راحت و بدون نگرانی از اصالت خرید و فروش طلا انجام دهند، از آن استقبال خواهند کرد. ایرانی‌ها در سال‌های اخیر نسبت به پذیرش فناوری خیلی منعطف بوده‌اند و به نظر می‌رسد آنچه رگولاتور آن را دغدغه مردم می‌داند، دغدغه خودش است نه مردم، اما به هر حال ما موظف به رفع این دغدغه‌هاییم.» به عقیده ترابی، شکل‌گیری و توسعه گلدتک در ایران هم به نفع کسب و کارها و اقتصاد کشور است و هم به نفع مردمی که نگران از دست رفتن قدرت خریدشان یا اصالت طلاهایی که می‌خرند، هستند.

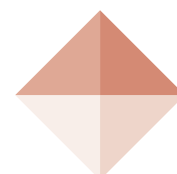
◀ ۱۴۰۳؛ سرمایه‌گذاری در حوزه‌های جدید

قطعاً سال ۱۴۰۳ نیز مانند سال ۱۴۰۲ سخت خواهد بود، ترابی با بیان این موضوع می‌گوید: «در حوزه سرمایه‌گذاری، نوا با توجه به ماهیت PE خود مجبور است شرایط توری کشور را در نظر بگیرد و در حوزه‌هایی سرمایه‌گذاری کند که در شرایط سخت و توری فعلی قابلیت حفظ و افزایش سرمایه سرمایه‌گذارانش را داشته باشد، بر این اساس حوزه‌هایی از جنس PropTech، GoldTech، TourismTech و البته چند پروژه در حوزه فین‌تک در اولویت پروژه‌های سال ۱۴۰۳ نوا خواهند بود.»

امکان را می‌دهد که به صورت آنلاین طلا مدنظرشان را بخرند یا بفروشند. ترابی در این باره می‌گوید: «افراد با استفاده از این نرم‌افزار می‌توانند حتی یک سوت طلا هم بخرند و فرصت خوبی در اختیار افراد قرار داده شده تا ذره‌ذره پولشان را تبدیل به طلا کنند و نگرش دارند. این طلا اگر به صورت امانی نزد بانک بماند، هزینه انبارداری در پی دارد، اما اگر بخواهند طلا خود را تحویل بگیرند، می‌توانند از دستگاه‌های خودپرداز طلائی آنی‌زر استفاده کنند. در فاز بعدی پروژه، دستگاه امکان خرید طلائی فیزیکی را هم از افراد پیدا می‌کند. علاوه بر این، افراد می‌توانند طلائی خود را توثیق کنند و نوعی BNPL هم حول آن شکل بگیرد. قابلیت‌های دیگری هم برای آن در نظر گرفته شده که در فازهای بعدی روی آنها متمرکز خواهیم شد. همچنین لازم به ذکر است که گلدبان‌کنینگ در کشورهای اطراف ما سال‌هاست که رونق گرفته است و از طرفی کشورهای همسایه نیز از لحاظ فرهنگی شباهت زیادی به ما دارند. برای مثال ترکیه چند سال است که وارد بانکداری مبتنی بر طلا شده و ما هنوز آن طور که باید این حوزه را در ایران جدی نگرفته‌ایم. اقتصاد ایران و ترکیه کم‌شباهت به یکدیگر نیستند و اگر گلدتک و بانکداری مبتنی بر طلا در ترکیه موفق بوده، در ایران هم می‌تواند موفق باشد.»

◀ فناوری آمده تا ریسک‌های سیستم را کاهش دهد

معمولاً هرچه حوزه‌ای تازه‌تر باشد، چالش‌های خلق و توسعه آن هم بیشتر می‌شود. بانکداری مبتنی بر طلا و گلدتک هم در ایران همین‌طور است. ترابی با اشاره به این مسئله درباره چالش‌هایی که در اجرای این پروژه داشته‌اند، می‌گوید: «هرچه حوزه کسب و کاری که قرار است تکنولوژی‌های ساختار شکن در آن ایجاد تحول کنند سنتی‌تر باشد، طبیعتاً ورود تکنولوژی به آن عرصه می‌تواند سخت‌تر باشد، کسب و کار طلائی در ایران حوزه‌ای سنتی بوده که فناوری در آن کمتر از حوزه‌های دیگر ورود داشته است، با وجود این، ما به ساختار شکنی در این کسب و کار امیدواریم و با توجه به اینکه فاز اول این پروژه با استقبال خوب مردم هم روبه‌رو شده، تمام تلاشمان را خواهیم کرد که خودمان را با انتظارات رگولاتور وفق دهیم و در چهارچوب‌های آن عمل کنیم. بیشتر نگرانی‌های رگولاتور به مسائل امنیت سرمایه‌گذاری و ریسک سیستم برمی‌گردد. به نظر من،



۲۴۰



رامین حامی فرد، مدیرعامل رامینیک درباره فعالیت های این شرکت و محصول نیکارت می گوید

۹۸ درصد فروشمان در حوزه فروش سازمانی است

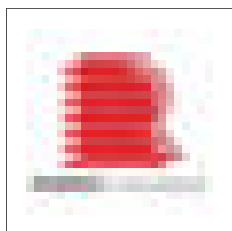
شرکت راه آرمان مهر نیکان (رامینیک) در سال ۱۳۹۱ باشگاه لوبالتی به نام «نیکارت» را تأسیس کرده که ساختارش براساس مدیریت مرادوات مالی بین خریدار (دارنده نیکارت) و فروشنده های طرف قرارداد (پذیرندگان نیکارت) استوار است. محصول این شرکت نیز یک کارت خرید تعهدی است که به گفته مدیرعامل آن، بدون پرداخت هیچ کارمزد خریدی از سوی خریدار (دارنده نیکارت) به رامینیک در اختیار ایشان قرار دارد. در گفت و گویی که با رامین حامی فرد، مدیرعامل رامینیک داشتیم، به فعالیت های این شرکت و برنامه هایی که دارند، پرداختیم. طبق صحبت های او، تمرکز نیکارت بر فروش اقساطی است و برخلاف سایر کسب و کارهای وام دهی نوآورانه یا لندتک در کشور بیشتر به صورت آفلاین و در حوزه B2B فعالیت می کنند؛ با این حال برنامه هایی برای ورود به حوزه فروش فردی (B2C) نیز دارند. حامی فرد امیدوار است که در سال ۱۴۰۳ حداقل بیست استان کشور را تحت پوشش قرار دهند و بتوانند شعب خود را نیز گسترش دهند.



◀ شکل گیری نیکارت

بنا بر صحبت های رامین حامی فرد، مدیرعامل رامینیک، ایده شکل گیری این شرکت به سال ها قبل از تأسیس آن و به بهمن ماه سال ۱۳۹۰ برمی گردد. در آن زمان چالش در نوعی فعالیت درون سازمانی توجه آنها را به خود جلب کرد. او در این باره توضیح می دهد: «دیدیم بودیم که بعضی از پذیرندگان برای افزایش سطح فروش خود با مراجعه به ادارات رفاهی سازمان ها اعلام می کردند که حاضرند کالا یا خدمات خود را در قبال قرارداد کسر از حقوق به کارکنان معرفی شده از سوی سازمان ها ارائه دهند. متأسفانه بین

واحد رفاهی با واحد مالی ادارات در ارائه این نوع خدمات چالشی همیشگی وجود داشت؛ معمولاً واحد رفاهی، متقاضی ارائه خدمات اقساطی به کارکنان است، ولی واحد مالی به دلیل رکوردهای حسابداری و در نتیجه افزایش حجم کاری سعی در محدود کردن تعداد رکوردهای فروشگاهی دارد. در نهایت این موضوع باعث می شد واحد رفاهی با تأمین کنندگان کالا یا خدمات متقاضی فروش اقساطی، برخورد سلیقه ای داشته باشند. لذا کاستی وجود یک سامانه که فرایند فوق را مکانیزه و مدیریت کند، پاسخ گوی نیاز سازمان و پذیرندگان باشد و تسهیلگری بیشتری برای رفاه حال کارکنان ارائه کند، به طور چشمگیری احساس می شد. این ماجرا انگیزه راه اندازی نیکارت بود و این چنین شد که از سال ۱۳۹۱ تحقیق و مطالعه بر این سامانه از استان قزوین کلید خورد. در نیمه دوم همان سال با سه سازمان و سه پذیرنده کار خود را به صورت آزمایشی شروع و در سال



نیکارت اند، خودشان شرایط اقساطی کردن را پذیرفته اند و ما صرفاً این فروشگاه‌ها را به سازمان‌ها معرفی می‌کنیم. از منظر ما دارنده نیکارت باید چند مزیت نسبت به کسانی که به صورت انفرادی از فروشگاه‌ها خرید می‌کنند، داشته باشد که در این زمینه پرداخت کارمزد کمتر و بهای تمام شده کالا مهم‌ترین مزیت نیکارت است. علاوه بر این، سامانه خرید اینترنتی و سفارش کالا از بازارگاه نیکارت و همچنین سامانه خرید اینترنتی از طریق درگاه نیکارت نیز روی وبسایت‌های فروشگاه‌های طرف قرارداد برای دارندگان کارت وجود دارد.»

◀ حرکت به سمت حوزه B2C

به گفته حامی فرد، حرکت به سمت حوزه B2C در برنامه آنها قرار دارد، اما با چالش‌هایی در این مسیر روبه‌رو هستند: «در حال حاضر با توجه به نوسانات و مسائل اقتصادی که در کشور وجود دارد، توسعه نیکارت در این حوزه برخلاف سایر شرکت‌های لندتکی با تأمین مالی گره خورده است؛ بنابراین اگر بتوانیم این چالش را حل کنیم، قطعاً وارد حوزه B2C نیز خواهیم شد؛ زیرا زیرساخت آن آماده است. علاوه بر تأمین مالی، نرخ نکل مادر حوزه B2B به شدت پایین است و ورود ما به حوزه B2C می‌تواند این نرخ را تغییر دهد؛ در نتیجه باید راه‌حلی برای این موضوع در پیش بگیریم.»

در راستای چالش تأمین منابع مالی، نیکارت در سال ۱۴۰۲ قراردادی را با یک بانک نهایی کرده و با بانکی دیگر نیز مشغول مذاکره است که به گفته حامی فرد، تقریباً توافقات ابتدایی آن نهایی شده است. با این حال او درباره چالشی که در همکاری با بانک‌ها دارند نیز صحبت می‌کند: «با توجه به حجم مشتریان ما، اعدادی که به شرکت تخصیص داده می‌شود، بسیار پایین است. موضوع دیگر این است که زمانی که مؤسسات بانکی و لیزینگ‌ها وارد فرایند وام‌دهی شرکت‌ها می‌شوند، به دلیل اضافه شدن فرایندهای بانکی، فرایند اعطای وام سخت می‌شود. با تمامی این اوصاف، رفتن به سمت جذب منابع بانکی اجتناب‌ناپذیر است و حتماً باید این اتفاق برای ما نیز بیفتد. امیدواریم سال آینده یک قرارداد خوب اعتباری منعقد کنیم.»

◀ چالش تورم

عمده پذیرندگان نیکارت، تأمین‌کنندگان اعتبار کالای مصرفی هستند و همین موضوع به دلیل نوسانات اقتصادی، تأثیر زیادی در همکاری و عدم همکاری یک فروشگاه با این شرکت دارد. حامی فرد در این باره توضیح می‌دهد: «درواقع پذیرندگان ما ممکن است دستخوش تغییرات تورمی شوند. این موضوع یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایمان است و امیدواریم بتوانیم با جذب منابعی که از بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی دریافت می‌کنیم، این چالش را مرتفع کنیم، زیرا حجم فروش شرکت در هر سال برابر با مجموع فروش کل سال‌های قبل خود شده و هدف ما رسیدن به فروش ۱۰ هزار میلیارد تومانی در دو سال آینده است. به همین دلیل عمده تمرکز نیکارت در سال ۱۴۰۳ بر جذب منابع مالی و توسعه کسب‌وکار است.»

۱۳۹۶ اولین قرارداد خود را با اداره کل آموزش و پرورش استان قزوین منعقد کرد. پس از آن نیکارت با استقبال گسترده سایر ادارات و شرکت‌های دولتی و خصوصی مواجه شد به طوری که تا پایان آن سال تقریباً تمامی کارکنان ادارات و سازمان‌های مهم استان تحت پوشش نیکارت درآمدند که از آن جمله می‌توان به دانشگاه علوم پزشکی، استانداری، شرکت ملی گاز و... قزوین اشاره کرد. در این راستا و با توجه به گستردگی و استقبال سازمان‌ها و همچنین توسعه برون‌استانی نیکارت، ثبت یک شرکت مستقل با تمرکز صرف بر سامانه نیکارت کاملاً احساس می‌شد. از همین رو، شرکت راه آرمان مهر نیکان با نام تجاری رامینک در هفدهم آبان سال ۱۳۹۶ به ثبت رسید.»

طبق صحبت‌های او، فناوران انیاک رایانه با مدیریت سیدابراهیم حسینی نژاد که از شرکت‌های زیرمجموعه گروه صنعتی گلرنگ است، در سال ۱۴۰۰ پیشنهاد خرید سهام نیکارت را مطرح کرد و در نهایت این شرکت، ۶۰ درصد از سهام نیکارت را خرید.

◀ دو حوزه تمرکز ۱۴۰۲

تمرکز اصلی نیکارت در سال ۱۴۰۲ بر دو موضوع گسترش نیروی انسانی و جذب منابع مالی از طریق بانک بود. مدیرعامل این شرکت در این باره می‌گوید: «در راستای جذب منابع مالی در یک سال گذشته با یک بانک و یک لیزینگ قرارداد بسته‌ایم و تعداد سرمایه انسانی نیکارت را نیز در این مدت از پانزده نفر به ۴۳ نفر رسانده‌ایم.»

نیکارت که تمرکز خود را بر فروش اقساطی گذاشته، برخلاف سایر کسب‌وکارهای لندتکی کشور بیشتر به صورت آفلاین فعالیت می‌کند. او در این باره توضیح می‌دهد: «فعالیت آفلاین به این معنا است که عقد قرارداد ما با فروشگاه‌های فیزیکی انجام می‌شود و کارت‌خوان شبکه داخلی نیکارت در محل فروشگاه نصب و راه‌اندازی می‌شود. برای این کار، یک شبکه زیرساختی از شرکت انیاک در اختیار داریم و کارت‌ها را برای افراد صادر می‌کنیم که به میزان اعتبار مدنظر سازمان متبوع، می‌توانند از مراکز ارائه کالا و خدمات و فروشگاه‌هایی که با آنها قرارداد داریم، خرید کنند.»

بالغ بر ۹۸ درصد از فروش نیکارت متمرکز بر حوزه B2B است. حامی فرد در این باره می‌گوید: «غیر از فروشگاه‌های زنجیره‌ای، در یازده استان با حدود سه هزار فروشگاه همکاری داریم. همچنین نیکارت با عقد قرارداد با بالغ بر چهارصد سازمان و شرکت توانسته سیصد هزار نفر را تحت پوشش خود قرار دهد. شایان ذکر است افرادی که از شبکه نیکارت استفاده می‌کنند عمدتاً به مشتریان دائم/وفادار شبکه تبدیل می‌شوند.»

◀ مزیت‌های رقابتی نیکارت

حامی فرد می‌گوید با در نظر گرفتن نوع عملکرد (تأمین اعتبار از سوی پذیرنده به جای بانک یا مؤسسات مالی) نیکارت یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه فروش اقساطی در کشور است. او در این باره می‌گوید: «نیکارت، شرکتی است که به صورت مستقیم با فروشگاه‌ها قرارداد می‌بندد و تا به الان هیچ هزینه‌ای برای تبلیغات خود نداشته است. این سه اتفاق نیز ما را در بین مشتریان محبوب کرده است: اول ساده‌سازی فرایند خرید؛ دوم دریافت کارمزد از پذیرنده به جای دارنده و سوم عدم دریافت جریمه دیرکرد در پرداخت اقساط از دارنده با حفظ حق ادامه همکاری با مشتری. همچنین در زمان عقد قرارداد با سازمان‌ها برای تمام افراد آن سازمان، نیکارت صادر و شارژ می‌شود و خود فرد تصمیم می‌گیرد که از این کارت استفاده کند یا خیر. در نتیجه این موضوعات و صدور کارت بدون هیچ هزینه‌ای باعث شد مورد استقبال سازمان‌ها قرار بگیریم.»

ساده‌سازی فرایند محاسبه اقساط موضوع دیگری است که حامی فرد درباره آن صحبت می‌کند و می‌گوید که این ساده‌سازی در موفقیت آنها تأثیر بسیاری داشته است. او در این باره می‌گوید: «ساده‌سازی، یعنی همان عددی که مشتریان درباره مبلغ کالا با فروشگاه‌ها بر سرش به توافق رسیده‌اند، به صورت اقساط از حساب آنان کسر می‌شود و شرکت از مشتری هزینه اضافی دریافت نمی‌کند.»

مدیرعامل رامینک توضیح می‌دهد که عمده تمرکز این شرکت بر فروشگاه‌های خرده‌فروشی است که احتیاج دارند به سازمان‌ها معرفی شوند؛ در نتیجه این شرکت در تعامل با این فروشگاه‌ها به آنها خدمات بازاریابی، حسابداری و مدیریت مالی و پیگیری وصول مطالباتشان را ارائه می‌دهد. او درباره مدل کسب‌وکاری نیکارت می‌گوید: «ما بابت پیگیری وصول مطالبات و بازاریابی فروشگاه، از آنها کارمزدی را براساس میزان وصول اقساطشان دریافت می‌کنیم. عمده فروشگاه‌هایی که طرف قرارداد

ممبر تراکتس

کسب‌وکار

۲۴۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

نگاهی به عملکرد و چالش‌های شرکت ملی انفورماتیک در سال ۱۴۰۲
و برنامه‌هایش برای سال جدید در گفت‌وگو با علیرضا ماهیار

در تلاش برای ساختن آینده‌ای بهتر

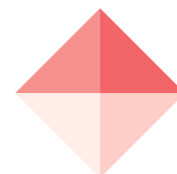
نیوفرنادری

شرکت ملی انفورماتیک فعالیتش را از سال ۱۳۶۹ آغاز کرده و حالا ۳۳ سالگی خود را پشت سر گذاشته است؛ شرکتی که بنا بر صحبت‌های مدیرعاملش در سال ۱۴۰۲ با تغییرات زیادی روبه‌رو شده تا به عبارتی با پوست‌اندازی و ترسیم الگویی جدید برای ادامه فعالیتش، دامنه اقدامات و خدماتش را گسترش دهد و وارد حوزه‌های جدید شود. این تغییرات قرار



است تا سال ۱۴۰۴ ادامه یابد و تصویری جدید از این شرکت ارائه دهد که آن را از آنچه امروز می‌بینیم، متفاوت می‌کند. یکی از این تغییرات، ورود آنها به حوزه هوش مصنوعی و تلاششان برای هوشمند کردن مفهوم نظارت است. علاوه بر این، یک هاب نوآوری نیز ایجاد کرده‌اند که قرار است به تعامل بیشتر آنها با دیگران و توسعه مفهوم نوآوری در بخش حاکمیت پولی و بانکی کشور کمک کند. اتخاذ تفکر پلتفرمی و قرار گرفتن در لیست صد شرکت برتر در رتبه‌بندی IMI100 نیز از جمله اهداف آنها برای سال‌های آینده است. از صحبت‌های علیرضا ماهیار، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک، مشخص است که آنها برای توسعه این شرکت برنامه‌های زیادی دارند که از همین حالا آغاز شده‌اند. به همین منظور، در گفت‌وگو با او به عملکرد و چالش‌هایشان در سالی که گذشت و برنامه‌هایی که برای توسعه شرکت در سال جدید دارند، پرداختیم. در ادامه گفت‌وگو ما با علیرضا ماهیار را می‌خوانید.

مهرتراکتس



۲۴۲

ASAE TAAHONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

تغییر راهبرد و مسیر پیش روی شرکت

علیرضا ماهیار از شهریورماه ۱۴۰۲ مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک شده و در این مدت کوشیده تغییراتی را در این شرکت رقم بزند؛ تغییراتی که در نهایت به تعامل بیشتر آنها با اکوسیستم و ارائه خدمات تخصصی‌تر منتهی می‌شود. او درباره ضرورت انجام این تغییرات می‌گوید: «شرکت ملی انفورماتیک دی‌ماه امسال ۳۳ ساله شد و این عدد برای اکثر ما تداعی‌کننده سن بازنشستگی است، اما شرکت ملی انفورماتیک نه تنها قرار نیست دست از کار بکشد و خودش را بازنشسته کند، بلکه قرار است بیش از پیش توسعه یابد.

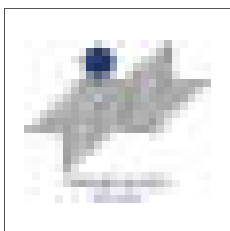
من با تحویل گرفتن سمت مدیرعاملی به این فکر افتادم که شرکت به یک پوست‌اندازی و راهبرد جدید نیاز دارد تا از پتانسیل‌های نهفته‌اش نهایت استفاده را کند و رفته‌رفته به شرکتی پیشرو در زمینه نوآوری در صنعت بانکی کشور تبدیل شود. طبق مصوبه قبلی هیئت‌مدیره، برنامه‌ریزی خوبی برای شرکت و مجموعه شرکت‌های گروه انجام شده بود که عمر آن در ابتدای ۱۴۰۲ به پایان رسید و وقتی من فعالیت خود را در سمت مدیرعاملی شروع کردم، قرار شد برنامه جدیدی براساس درس‌آموخته‌های برنامه قبلی و تکامل آن برای شرکت نوشته شود. به همین منظور یک تیم برنامه‌ریزی، متشکل از

مشاوران و متخصصان حوزه‌های مختلف تشکیل دادیم و از آنها خواستیم که برنامه مدنظر ما را طراحی کنند. ما حاصل کار آنها امروز تبدیل به فاز اول یک سند راهبردی شده که بر مبنای مدل تعالی طراحی شده است. اجرای برنامه‌های راهبردی سختی‌های خودش را دارد و نیازمند ارزیابی دقیق و کنترل پروژه است.»

افزایش سرمایه به منظور پیشبرد برنامه‌های جدید

شرکت ملی انفورماتیک برای اینکه بتواند برنامه‌های خود در سال ۱۴۰۲ را عملی کند، نیاز به افزایش سرمایه داشته است. بنا بر صحبت‌های ماهیار، آخرین افزایش سرمایه آنها مربوط به سال ۱۳۹۷ می‌شده و چون زمان زیادی از آن گذشته بوده، افزایش سرمایه‌ای از محل سود انباشته‌ها در سال ۱۴۰۲ داشته‌اند تا بتوانند از این طریق سرمایه لازم برای انجام پروژه‌هایشان را تأمین کنند. علاوه بر این، به این دلیل که شرکت جدیدی با نام مرکز مبادله ارز و طلای ایران هم داشته‌اند، توانسته‌اند سرمایه‌شان را ارتقا دهند که آنها را در جایگاه راهبردی خوبی قرار داده است.

او درباره سایر اقداماتی که در سال ۱۴۰۲ انجام داده‌اند، بیان می‌کند: «در حوزه بهره‌وری هم



عکس: محمد نبی خانی



عمر تراکتس

کسب و کار

۲۴۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

و یک محصول دیگر هم در حوزه تنقیح قوانین داریم که به زودی عملیاتی می‌شود و تلاشی است برای اینکه بتوانیم ایرادها و نقاط سخت‌فهم و متناقض قوانین را شناسایی و اصلاح کنیم تا مصوبه‌ها و دستورالعمل کارها در امتداد یکدیگر قرار بگیرند و قابل تطبیق شوند.

علاوه بر این، یک شرکت مشاوره، تحقیقات و آینده‌پژوهی نیز ایجاد کردیم که براساس نیاز بازار و نبود چنین شرکت‌هایی در اکوسیستم طراحی شده است و فعالیت خود را به صورت رسمی از سال ۱۴۰۳ آغاز می‌کند.»

◀ امضای تفاهم‌نامه‌های مختلف در هاب نوآوری

شرکت ملی انفورماتیک یک هاب نوآوری ایجاد کرده که بنا بر گفته‌های مدیرعامل این شرکت، با هدف وارد کردن مفهوم نوآوری به بخش‌های مختلف اکوسیستم بانکداری و پرداخت بنا شده است و می‌خواهد به صورت حداکثری روی مقوله نظارت هوشمند متمرکز شود: «ما برای اینکه یک هاب نوآوری ایجاد کنیم، دو راه بیشتر نداشتیم؛ یکی اینکه یک شرکت جدید تأسیس کنیم و دیگری اینکه از همان شرکت‌هایی که داریم، کمک بگیریم. در نهایت از شرکت فرادیس گستر کیش استفاده کردیم و تعامل آن را با شرکت‌های نوآور و دانش‌بنیان بالا بردیم.

شاخص‌ها و سنجه‌های مختلفی را برای شرکت‌های نظارتی نظیر کاشف و شاپرک طراحی کردیم. ما تا سال ۱۴۰۲ به مقوله نوآوری توجه زیادی نکرده بودیم و فقط یک مجموعه نوآوری داشتیم که خیلی جسته و گریخته عمل می‌کرد. در نتیجه تصمیم گرفتیم مجموعه نوآوری گروه را ذیل شرکت ملی انفورماتیک ایجاد کنیم و شرکت‌هایی نظیر شاپرک، کاشف، خدمات و مرکز مبادله سهامدار آن باشند. این اقدام ما پلتفرمی را در کشور ایجاد می‌کند که مجموعه‌های نوآور، استارت‌آپی و دانش‌بنیان می‌توانند از آن استفاده کنند. همچنین در سالی که گذشت برای معرفی هرچه بیشتر سکوی شاهین و شناساندن پتانسیل‌های آن در زمینه بانکداری باز هم تلاش‌هایی کرده‌ایم.»

◀ ۱۴۰۲؛ ورود به حوزه هوش مصنوعی

از دیگر دستاوردهای این شرکت در سال ۱۴۰۲ ورودشان به حوزه هوش مصنوعی و ایجاد یک SBU تخصصی بوده است: «ما علاوه بر اینکه در سال گذشته یک SBU تخصصی در زمینه هوش مصنوعی ایجاد کردیم، در همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت هم با دست پر حاضر شدیم؛ دو محصول «نیکای» و «ویترین مجازی» ما در این همایش با استقبال روبه‌رو شد

در همین راستا، چند تفاهم‌نامه نیز با معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری، صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری و وزارت ارتباطات انجام شده که نشان‌دهنده حمایت آنها از این حوزه است. در حال حاضر با دانشگاه علوم و تحقیقات نیز تفاهم‌نامه‌ای امضا کرده‌ایم و به زودی وارد گفت‌وگو و امضای تفاهم‌نامه با سایر مراکز دانشگاهی، از جمله دانشگاه امام صادق (ع) خواهیم شد.

به گفته ماهیار، این هاب نوآوری و تفاهم‌نامه‌هایی که پیرو آن امضا می‌شوند، با هدف ایجاد سرای نوآوری در مراکز مختلف بوده تا استارت‌آپ‌ها و نیروهای فعال کشور را جذب کنند. او در این باره می‌گوید: «ارتباط شرکت‌ها با دانشگاه‌ها کلیشه‌ای و سنتی است و وقت آن رسیده که نوع تعاملمان با آنها را دگرگون کنیم و با حمایت از ایده‌های نو برای توسعه کشورمان کاری انجام دهیم. این استارت‌آپ‌ها قبل از اینکه به منابع مالی ما نیاز داشته باشند، می‌خواهند که دیده و شنیده شوند. دانشگاه علوم و تحقیقات در این زمینه پیش قدم شده و محیطی را در اختیار ما قرار داده که در حال تجهیز آن هستیم.»

◀ سندباکس‌ها نباید پتانسیل رمزارزها را نادیده بگیرند

بنا بر صحبت‌های او، سومین رویداد ۹ ژانویه که کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار در ۱۹ و ۲۰ دی ماه ۱۴۰۲ در کتابخانه ملی ایران، با تمرکز بر وضعیت و چالش‌های اکوسیستم رمزارز و بلاکچین کشور برگزار کرد، به ما نشان می‌دهد که امکان‌های نهفته بسیاری در این حوزه وجود دارد که نادیده گرفته شده‌اند و وقتی به طرح‌های وارد شده به سندباکس بازار سرمایه و سندباکس بانک مرکزی نگاه می‌کنیم، جای خالی استارت‌آپ‌های رمزارزی را می‌بینیم. او با اشاره به این مسئله اظهار می‌کند: «قانونی کردن فعالیت کسب‌وکارهای رمزارزی در ایران و مشروعیت بخشیدن به رمزارزها مسئله مهمی است که باید از خلال سندباکس‌ها انجام شود. این حوزه می‌تواند برای کشوری مثل ما که درگیر تحریم و تورم است، فرصت‌های بسیاری ایجاد کند، اما تا به امروز آن طور که باید به آن توجه نکرده‌ایم و این بی‌توجهی در ورودی و خروجی سندباکس‌هایمان نیز مشهود است. ما اخیراً با استارت‌آپی جلسه داشتیم که در حوزه NFT، فضای دکس و متاورس فعالیت می‌کرد و ایده‌های به شدت نوآور و خوبی داشتند که در نتیجه مطالعه روی تجربه استفاده از متاورس در دو مورد از بانک‌های بزرگ دنیا حاصل شده بود و به الگویی رسیده بودند که می‌توانست صنعت بانکی ما را دگرگون کند. اگر به چنین ایده‌هایی اهمیت داده شود، حتی شاید بتوانیم با جهان هم ارتباط بگیریم و از طریق متاورس با آنها در تعامل باشیم.»

◀ محورهای سندباکس بانک مرکزی در سال ۱۴۰۳

سندباکس بانک مرکزی در سالی که گذشت روی حوزه‌هایی مثل رمزارز، رگ‌تک و لندتک متمرکز بود.

این سندباکس قرار است به کار خودش ادامه دهد و با رفع نقایصش به رگولاتوری کسب‌وکارهای نوآور کمک کند. ماهیار درباره مسائل موردعلاقه سندباکس بانک مرکزی در سال ۱۴۰۳ توضیح می‌دهد: «رگ‌تک، پی‌تک، سوپ‌تک و امنیت سایبری چهار حوزه‌ای هستند که سندباکس بانک مرکزی در سال ۱۴۰۳ روی آنها تمرکز بیشتری خواهد داشت. در واقع، این سندباکس در سال جدید به دنبال این است که کسب‌وکارهای حوزه نظارت هوشمند را رگوله کند. وقتی از نظارت هوشمند صحبت می‌کنم، منظورم صرفاً آن نظارتی نیست که خاص بانک مرکزی یا سایر نهادهای قانون‌گذار باشد، هر بانکی درون خودش باید یک واحد نظارتی داشته باشد که اگر به صورت هوشمند به کارها رسیدگی کند، عملکرد بهتری خواهد داشت.»

در واقع، نظارت هوشمند از درون خود بانک‌ها و سازمان‌ها و شرکت‌های آنها شروع می‌شود و محدود به نهاد بالادستی نیست. پس نظارت هوشمند مقوله‌ای سلسله‌مراتبی و چندلایه‌ای است. توسعه کمی و کیفی نظارت هوشمند در دستور کار سندباکس بانک مرکزی در سال ۱۴۰۳ قرار دارد. شاید بهتر بود حوزه‌های مثل ولت‌تک و اینشورتک نیز پوشش داده می‌شد، اما از توان این سندباکس خارج است و بد نیست سایر سندباکس‌ها هم گوشه‌چشمی به این حوزه‌ها داشته باشند.»

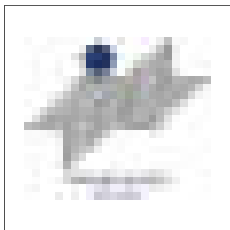
◀ لزوم تعامل و هم‌افزایی میان سندباکس‌ها

طبق صحبت‌های او، برخی از ایده‌ها و طرح‌ها وجود دارند که در یک سندباکس نمی‌گنجند و تعامل و هم‌افزایی میان سندباکس‌های مختلف می‌تواند باعث پدید آمدن فضایی شود که رگوله کردن این دست طرح‌ها را آسان‌تر کند. او با اشاره به اینکه این تعامل را لازم و ضروری می‌داند، اعلام می‌کند که سندباکس بانک مرکزی آماده هر نوع همکاری و هم‌افزایی با سندباکس بازار سرمایه و سندباکس بیمه است و از هر تعاملی استقبال می‌کند. او در ادامه درباره کاربرد سندباکس‌ها در رگوله کردن کسب‌وکارها با مقیاس متفاوت صحبت می‌کند: «سندباکس‌ها برای رگوله کردن کسب‌وکارهای نوپا و استارت‌آپ‌هایی هستند که هنوز آن طور که باید یا نگرفته‌اند. آنها به درد رگوله کردن کسب‌وکارهایی نمی‌خورند که به مرور بزرگ شده‌اند و توسعه پیدا کرده‌اند و خود قوانینی برای خودشان ایجاد کرده‌اند. برای رگوله کردن آنها باید به دنبال راهکار دیگری بود. علاوه بر این، بعضی از کسب‌وکارها هستند که در قالب یک سندباکس نمی‌گنجند و در صورتی بدون دور شدن از ماهیت اصلی‌شان، به درستی رگوله می‌شوند که سندباکس‌های مختلف یا یکدیگر همکاری داشته باشند. یکی از کسب‌وکارهایی که از نبود تعامل بین سندباکس‌ها لطمه دید و مجبور شد تا حد زیادی خودش را تغییر دهد، مزدکس



ارتباط شرکت‌ها با دانشگاه‌ها
کلیشه‌ای و سنتی است و وقت آن رسیده که نوع تعاملمان با آنها را دگرگون کنیم و با حمایت از ایده‌های نو برای توسعه کشورمان کاری انجام دهیم. این استارت‌آپ‌ها قبل از اینکه به منابع مالی ما نیاز داشته باشند، می‌خواهند که دیده و شنیده شوند. دانشگاه علوم و تحقیقات در این زمینه پیش قدم شده و محیطی را در اختیار ما قرار داده که در حال تجهیز آن هستیم





66

بود که به تنهایی نه در سندباکس بازار سرمایه می‌گنجید و نه در سندباکس بانک مرکزی و باید در تعامل میان این دو رگوله می‌شد. مفهوم سندباکس خیلی دیر وارد کشور شده و ما برای اینکه بتوانیم این دیرکرد را جبران کنیم، باید سرعت رگوله کردن طرح‌ها و کسب و کارها را بالا ببریم و تمرکزمان را روی کسب و کارهای نوپا و کوچک مقیاس بگذاریم.»

◀ ۱۴۰۲؛ دورخیز برای آینده‌ای بهتر

بنا بر صحبت‌های ماهیار، ۱۴۰۲ برای شرکت ملی انفورماتیک سال برنامه‌ریزی و تلاش برای ساختن آینده‌ای بهتر برای این شرکت بوده است: «ما از رفتارهای هیجانی و شعارزده دوری می‌کنیم و پذیرفته‌ایم که در بسیاری از موارد زمینه‌ها عقیم و باید خودمان را تقویت کنیم و به نظرمان همین پذیرش است که توسعه را ممکن می‌کند. در نتیجه در سالی که گذشت تمام وقت و انرژی‌مان را روی برنامه‌ریزی برای ترسیم مسیر پیش رویمان گذاشتیم و به این فکر کردیم که چه باید انجام دهیم تا این شرکت به معنای واقعی کلمه توسعه پیدا کند. برنامه‌های پیش روی ما به صورت غلتان جلو خواهد رفت و این طور نیست که مثلاً برنامه‌ای پنج‌ساله یا ۱۰ساله داشته باشیم. ما افق سه‌ساله‌ای داریم که در ابتدای سال ۱۴۰۵ به سرانجام خواهد رسید.»

◀ ضرورت حضور در بین صد شرکت برتر

ماهیار معتقد است که کشور از امکانات نهفته در اقتصاد دیجیتال آن طور که باید استفاده نمی‌کند



و در رتبه‌بندی IMI100 امسال، آن شرکت‌هایی که رتبه‌های زیر صد آورده‌اند، از صنایع سنگین بوده‌اند. او در این باره توضیح می‌دهد: «ما امسال رتبه اول دسته رایانه را در رتبه‌بندی IMI100 با جایگاه ۱۲۲ از پانصد شرکت برتر به دست آوردیم. این رتبه‌بندی براساس میزان فروش و درآمدهای ثبت شده شرکت‌ها انجام می‌شود و به نظر من باید در سال‌های بعد جزو صد شرکت برتر این رتبه‌بندی باشیم و ۱۲۲ رتبه خوبی نیست. نکته جالب توجه در اعلام نتایج رتبه‌بندی سال ۱۴۰۲ این بود که محور فعالیت صد شرکت برتر، اقتصاد دیجیتال نبوده و مربوط به صنایع نسبتاً سنتی و سنگین بودند و این یعنی از دست دادن امکان‌های توسعه‌ای که در بخش اقتصاد دیجیتال وجود دارد. صد شرکت برتر متعلق به صنایع فولاد و پتروشیمی و برخی صنایع سنگین بودند و در واقع، سخت‌افزارها رتبه‌های خوب را آورده و مغزافزارها از قافله عقب مانده بودند. وقتی به شرکت‌های برتر دنیا در Fortune 500 نگاه می‌کنید، می‌بینید که آنها نه از مسائل سخت‌افزاری، بلکه از هوش مصنوعی، مغزافزار و نرم‌افزار دارند پول درمی‌آورند.»

◀ رفع مشکل تعامل با بازبگران اکوسیستم

شرکت ملی انفورماتیک برای خیلی از افراد و مجموعه‌ها ناشناخته است و اگر هم آن را می‌شناسند، عموماً این شناخت ناقص یا نادرست است. این مسئله‌ای است که ماهیار آن را بزرگ‌ترین چالش این شرکت در سال ۱۴۰۲ می‌داند و می‌گوید: «حتی نام شرکت ما را اشتباه می‌گویند و خیلی وقت‌ها فکر می‌کنند ما و شرکت خدمات انفورماتیک یکی هستیم و این باعث می‌شود در تعاملمان با اکوسیستم دچار مشکل شویم. ما در سال گذشته تلاش کردیم خودمان را بیش از پیش به دیگران معرفی کنیم و با حضور مؤثر در رویدادها تسوییری درست و واقعی از شرکت ارائه دهیم و مشکل تعامل با دیگران را برطرف کنیم. اینکه دیگران شرکتی را بشناسند باعث می‌شود برای تعامل با آن مشتاق شوند و یکی از مشکلاتی که ما داشتیم این بود که شرکت‌ها از ما می‌پرسیدند که چرا باید با شما همکاری کنیم؟ حیطه فعالیت شما چیست؟ و از این قبیل سؤال‌ها که همگی ریشه در عدم شناخت آنها از ما داشت.»

◀ ایجاد آکادمی و ارائه خدمات رفاهی به کارمندان

جدید و نگهداشت نیروی انسانی، چالش بزرگی است که تقریباً تمامی شرکت‌های نوآور با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند و آن طور که به نظر می‌رسد، شرکت ملی انفورماتیک نیز با این چالش روبه‌رو است: «ما نیز مثل سایر کسب و کارهای فعال در زمینه فناوری اطلاعات نگران مهاجرت نیروی کار متخصصی هستیم که جایگزین کردن آن آسان نیست. مهاجرت نیروی کار از ایران فقط به مهاجرت‌های فیزیکی محدود نمی‌شود و شکلی از مهاجرت هم وجود دارد که فرد متخصص در ایران مانده، اما برای کشورهای دیگر

ممبر تراکتس



۲۴۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

کار می‌کند و درآمد دلاری یا یورویی می‌گیرد. افراد بعد از تجربه کار در دوران همه‌گیری ویروس کرونا به این نتیجه رسیدند که چنین امکان‌هایی هم برای کار کردن و کسب درآمد وجود دارد. من این شکل از مهاجرت نیروی کار را مهاجرت پنهان می‌نامم و معتقدم تعداد افرادی که مهاجرت پنهان کرده‌اند، کمتر از آنهایی نیست که به صورت فیزیکی ایران را ترک کرده‌اند.»

او در ادامه درباره راهکارهای شرکت ملی انفورماتیک برای جذب و سپس نگهداشت نیروی انسانی در این شرکت و ایجاد انگیزه برای ماندن در ایران صحبت می‌کند و توضیح می‌دهد که گرچه نمی‌تواند حقوق افراد را زیاد کند، اما با ایجاد یک آکادمی و ارائه برخی خدمات و مزایای رفاهی و درمانی به آنها سعی کرده‌اند مانع رفتنشان شوند. او در این باره توضیح می‌دهد: «برای جذب نیروی متخصص، آکادمی ایجاد کرده‌ایم و برای نگهداشت آنها چند خدمت رفاهی در نظر گرفته‌ایم؛ از جمله: امکان استفاده از خدمات درمانی و رفاهی از بهترین مراکز کشور، امکان خرید قسطی از برخی فروشگاه‌ها، فراهم کردن بهترین بیمه تکمیلی موجود در کشور، کمک به خانه‌دار شدن آنها و...»

یک کاسه کردن بخش‌های مختلف هلدینگ

یکی دیگر از چالش‌های این شرکت در سال ۱۴۰۲ عدم هماهنگی و به عبارتی هارمونی نداشتن بخش‌های مختلف هلدینگ با یکدیگر بوده است که آن را برطرف کرده‌اند. مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک با اشاره به این موضوع می‌گوید: «بخش‌های مختلف هلدینگ یا یکدیگر را نمی‌شناختند یا نحوه درست تعامل با یکدیگر را نمی‌دانستند و به عبارتی یک کاسه نبودند، اما امروز که با شما صحبت می‌کنم وظایف هر یک از آنها تفکیک و مشخص شده و همه نیروهای مشغول در هلدینگ و شرکت‌های زیرمجموعه‌اش می‌دانند که برای هر کار باید به سراغ کدام بخش بروند. کاشف مسائل امنیتی هلدینگ را راهبری می‌کند، ایبنا رسانه هلدینگ است، فرادیس مسئول بخش نوآوری است، البرز به موارد مربوط به تجهیزات می‌پردازد و... ما در نمایشگاه تراکنش و همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت به صورت یک پویون یک‌جا ظاهر شدیم و نشان دادیم که در عین حال که بین شرکت‌ها تقسیم کار تخصصی انجام شده، همگی یکپارچه و یک کاسه‌ایم.»

تغییر الگوی کسب‌وکاری شرکت در سال ۱۴۰۳

بنا بر صحبت‌های ماهیار، برنامه کلی آنها برای سال جدید این است که الگوی کسب‌وکاری‌شان را تغییر دهند و به سمت وسویی بروند که آنها را چابک‌تر کند. او در این باره می‌گوید: «ورود ما به حوزه هوش مصنوعی از سال ۱۴۰۲ آغاز شده و می‌خواهیم در سال ۱۴۰۳ روی این حوزه بیشتر تمرکز کنیم تا به چابکی ما کمک کند. به همین منظور، چند KPI طراحی و برنامه‌هایی نیز تنظیم کردیم و بزرگ‌ترین چالش ما در سال جدید، اجرای همین برنامه‌ها و متقاعد کردن اکوسیستم برای همکاری در پروژه‌هایمان خواهد بود.»

به نظرم برای اجرای طرح‌هایمان باید وقت و انرژی زیادی صرف کنیم و مسیر دشواری پیش رو داریم. تعامل، کلیدواژه مهمی است که نبودش کار کردن را سخت می‌کند و امیدواریم تعاملات خوبی بین ما و اعضای اکوسیستم صورت بگیرد. به احتمال خیلی زیاد در سال آینده نظارت هوشمند در بانک مرکزی به یک روند تبدیل می‌شود و فکر می‌کنم که بانک‌ها در سال آینده با روش‌های جدید نظارتی و ارائه خدمت جدید در بازار حضور پیدا می‌کنند.»

اتخاذ تفکر پلتفرمی و تغییر برندبوک شرکت

او در ادامه درباره لزوم به‌کارگیری تفکر پلتفرمی توضیح می‌دهد: «تفکر پلتفرمی مدتی است که به یکی از روندهای اصلی جهان تبدیل شده و به تعامل بیشتر اعضای درون یک اکوسیستم و اکوسیستم‌های مختلف با یکدیگر کمک می‌کند. ما هم در شرکت ملی انفورماتیک تصمیم گرفته‌ایم در سال ۱۴۰۳ روی اتخاذ این نوع تفکر تمرکز کنیم و ببینیم با شرکت‌های داخل هلدینگ و با کسب‌وکارهای خارج از هلدینگ یا حتی مراکز دانش‌بنیان و فناوران کشور چگونه می‌توانیم همکاری کنیم. همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت در سال ۱۴۰۲ در مقایسه با دوره‌های قبلی‌اش خیلی بهتر بود که این بهبود عملکرد در پی تعامل مجریان آن با یکدیگر حاصل شد. یکی از اهدافمان این است که این همایش در سال ۱۴۰۳ بهتر هم شود؛ همایشی که قرار است از این به بعد آن را بانکداری نوین و نظام‌های پرداخت بنامیم و همین تغییر نام نشان‌دهنده تغییر رویکرد صنعت بانکی و پرداخت کشور و خواست آنها برای تحقق ایده تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند است. گذار از الکترونیک به نوین اتفاق خوبی است. اتفاقاً ما هم در شرکت ملی انفورماتیک بارها به این فکر کرده‌ایم که شاید بهتر باشد کلمه انفورماتیک را با کلمه‌ای دیگر عوض کنیم تا به‌روز شود. چون کلمه انفورماتیک متعلق به دهه ۱۳۶۰ است و الان روندهای روز تغییر کرده است، اما تا به امروز چنین کاری نکرده‌ایم و این ایده آن قدر جدی نشده که عملی‌اش کنیم. با وجود این، برندبوک شرکت را هدف قرار دادیم تا با به‌روزرسانی آن نشان دهیم که ما هم به‌روز شده‌ایم و از روندهای روز دنیا پیروی خواهیم کرد.»

روندهای احتمالی اکوسیستم در سال ۱۴۰۳

ماهیار بنا بر ارائه‌ها و پنل‌های دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت و تغییر نام آن، پیش‌بینی می‌کند که پرداخت‌های بدون کارت، کیف پول‌های پیشرفته‌تر و متاورس جای خودشان را در صنعت بانکی و پرداخت کشور پیدا کنند، تعداد استارت‌آپ‌های نوآور دوبرابر شود و شاهد دگرگونی سکوه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها باشیم؛ دگرگونی که قرار است پیام‌رسان‌های داخلی را به خدمت‌رسان‌های مالی و ملی تبدیل کند



ورود ما به حوزه هوش مصنوعی از سال ۱۴۰۲ آغاز شده و می‌خواهیم در سال ۱۴۰۳ روی این حوزه بیشتر تمرکز کنیم تا به چابکی ما کمک کند. به همین منظور، چند KPI طراحی و برنامه‌هایی نیز تنظیم کردیم و بزرگ‌ترین چالش ما در سال جدید، اجرای همین برنامه‌ها و متقاعد کردن اکوسیستم برای همکاری در پروژه‌هایمان خواهد بود



گفت‌وگو با محمد رضوان مدنی درباره دستاوردهایش در بانک صادرات ایران و هلدینگ صاد

فتح قله‌های جدید در خدمات الکترونیک

بانک صادرات ایران در یک سال گذشته قله‌های جدیدی را بر بستر فناوری اطلاعات فتح کرد که نقاط عطفی در کارنامه فناوری و نوآوری آن در سال‌های اخیر محسوب می‌شود. شروع این مسیر، به نیمه اول سال ۱۴۰۱ برمی‌گردد؛ زمانی که محمد رضوان مدنی، سکندار معاونت فناوری اطلاعات این بانک شد و تلاش کرد حوزه فناوری اطلاعات بانک صادرات ایران را به سطح رقبای جوان خود برساند. رضوان مدنی معتقد است که بانک صادرات ایران، ریشه‌ای کهن دارد و رویشی نوبر بستر این ریشه کهن، نام بزرگ این بانک را زنده‌تر خواهد کرد. در ادامه گفت‌وگوی عصر تراکنش با محمد رضوان مدنی، معاون فناوری اطلاعات بانک صادرات ایران، رئیس هیئت‌مدیره و سرپرست هلدینگ فن آوری و نوآوری صاد را می‌خوانید.



گام برداشتن در مسیر ایجاد یک اکوسیستم

محمد رضوان مدنی پیش از ورود به بانک صادرات، حدوداً یک سال دستیار ویژه معاونت هماهنگی وزارت صمت بود و قبل از آن، مدتی معاون فناوری اطلاعات مرکز آمار و قبل‌تر نیز، مشاور وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حوزه فناوری اطلاعات. او می‌گوید: «در همه آن دوران، موضوعی که مدام در ذهن من قوت می‌گرفت، این بود که سیستم‌های پیچیده که عموماً تفکر دولتی و عمر مدیریتی کوتاه دارند، معمولاً نمی‌توانند برنامه‌ریزی بلندمدت داشته باشند و به اصلاحات بنیادی دست یابند. بر همین اساس، از ابتدای ورود به بانک صادرات ایران تلاش کردم حتی یک لحظه را هم از دست ندهم و از همان آغاز، کوشیدم با طراحی بسته سیاست‌ها و برنامه‌ها، در مسیر ایجاد اکوسیستم لازم برای توسعه بانکداری دیجیتال و گذار به بانکداری هوشمند گام بردارم تا از طریق آن، شرایط رشد و بلوغ بانکداری دیجیتال و استمرار آن در آینده بانک و حداکثری شدن منافع ذی‌نفعان فراهم شود. خوشبختانه این تلاش، ثمره خود را در پایان سال ۱۴۰۱ نشان داد؛ زمانی که توانستیم، چک امن دیجیتال بانک صادرات ایران را با نام تجاری چکنو معرفی کنیم.»

بهبود عملکرد در سال ۱۴۰۲

طبق صحبت‌های رضوان مدنی، بانک صادرات ایران توانسته نام خود را به‌عنوان بانک پیش‌تاز عرصه چک امن دیجیتال تثبیت کند؛ تاکنون بیش از سه میلیون و هفتصد هزار چک دیجیتال از سوی شعب بانک برای مشتریان صادر شده است. او در این باره می‌گوید: «این روند در سال ۱۴۰۲، دستاوردهای دیگری نیز داشت که یکی از آنها، همکاری با بانک ملی و پیام‌رسان بله برای فروش ارز اربعین به زائران کربلا بود. سومین دستاورد قابل توجه توسعه این اکوسیستم را می‌توان رونمایی از

سرویس توثیق الکترونیک دارایی یا همان ست دانست که به دنبال افزایش سطح دسترسی به منابع و ارتقای عدالت مالی، به‌عنوان یکی از ارزش‌های آرمانی تحقق تحول دیجیتال در نظام بانکی کشور است. ست برای مشتری، بانک‌ها و نظام اقتصادی کشور مزایای زیادی دارد و خوشبختانه درک این مزایا باعث شد که این محصول، تندیس ویژه دهمین همایش نظام‌های پرداخت و لوح برتر جشنواره دکتر نوربخش را برای بانک صادرات ایران به ارمغان آورد. علاوه بر این، با راه‌اندازی سفته و برات الکترونیکی، ارتقای همراه‌بانک و طراحی نئوبانک، در حوزه پرداخت الکترونیک نیز توانستیم به رتبه‌های جدیدی برسیم.»

او توضیح می‌دهد که بانک صادرات براساس گزارش شاپرک، در مردادماه ۱۴۰۲ در رتبه دوم در میان بانک‌های دارای بالاترین سهم مبلغ از تراکنش‌های ابزار پذیرش اینترنتی قرار گرفت: «در بخش سهم مبلغی از تراکنش‌های ابزارهای کارت‌خوان فروشگاه‌های توانستیم رتبه سوم را کسب کنیم و از منظر تعداد تراکنش‌های ابزارهای کارت‌خوان فروشگاه‌های نیز چهارم را دریافت کردیم. براساس این ارزیابی، بانک صادرات ایران با سهم ۱۰٫۳۱ درصدی، جزو چهار بانک دارای بیشترین سهم از تعداد کارت‌های بانکی دارای تراکنش در شبکه پرداخت بوده و از منظر بیشترین کارت اعتباری تراکنش‌دار نیز رتبه سوم را از آن خود کردیم. در شاخص تعداد کارت برداشت دارای تراکنش نیز رتبه چهارم را داریم.»

پروژه‌های مهم ۱۴۰۲

ارائه خدمات رقابتی در حوزه فناوری اطلاعات، نیازمند ارکان مهمی است که نبود هرکدام، طی مسیر را با چالش مواجه می‌کند. رضوان مدنی با بیان این موضوع می‌گوید: «سرمايه‌گذاري و تأمين زیرساخت‌ها و تجهیزات لازم، نیروی انسانی متخصص، دسترسی به نوآوری و شاید مهم‌تر از همه، باور و حمایت مدیران ارشد، از جمله این ارکان اصلی هستند. خوشبختانه در بانک صادرات ایران با حمایت مدیریت ارشد توانستیم پروژه‌های مهمی را به سرانجام برسانیم که هرکدام، نقشی مهم در جهش بانک در حوزه فناوری اطلاعات و پیش‌تازی آن در آینده خواهند داشت؛ پروژه‌هایی مانند بازطراحی ساختار سازمانی معاونت فناوری اطلاعات، ارتقای زیرساخت‌ها از جمله نصب و راه‌اندازی دو دستگاه مین فریم، تأمین زیرساخت سخت‌افزاری لازم برای پروژه‌های تحول دیجیتال، زمینه‌سازی ادغام شعب و آغاز فرایند به‌روزرسانی تجهیزات شعب باقی‌مانده، پیاده‌سازی نظام مدیریت خدمات فناوری اطلاعات یا همان ITSM مبتنی بر ITIL4، ترمیم تجهیزات سامانه متمرکز صدای سپهر، ارتقای کارایی هزینه‌های پیامک و تهیه و تصویب نقشه راه نظام جامع

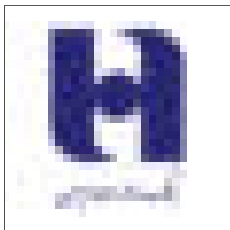
عصر تراکنش



۲۴۸

ASAEETARAARHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



عکس: نسیم اعتمادی

مهرتراکتس

کسب و کار

۲۴۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

تحلیل داده از جمله این موارد هستند. البته از مبحث مهم امنیت و مدیریت ریسک فناوری اطلاعات نیز غافل نشدیم و خوشبختانه در آخرین دوره ارزیابی که بانک مرکزی از اقدامات انجام شده در سامانه مهتاب داشته، توانستیم نتایج مناسبی بگیریم که نشان دهنده پیشرفت جدی بانک صادرات ایران در این زمینه است.»

عملکرد شرکت های تابعه هلدینگ صاد

رضوان مدنی توضیح می دهد که این دستاوردها، حاصل تلاش همه بازیگران بوده، زیرا حوزه فناوری اطلاعات در بانک صادرات ایران، یک اکوسیستم است و هلدینگ صاد و شرکت های تابعه، ارکان اجرایی آن هستند و آنچه اهمیت زیادی دارد، همسویی استراتژیک، هم افزایی و بهره مندی از ارزش های بازیگران این گروه است. او می گوید که در سال ۱۴۰۲ شرکت های گروه نیز توانستند دستاوردهای بسیاری کسب کنند: «برای مثال، شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی رتبه نخست را در ۹ رشته کسب کرد و در جایگاه چهارمین شرکت برتر کشور در رده بندی شرکت های انفورماتیک نشست. شرکت داده پرداز خوارزمی در چهار رشته فعالیت، رتبه نخست را از آن خود کرد و پرداخت الکترونیک سپهر هم بنا بر اعلام وزارت صمت، به عنوان یکی از تولیدکنندگان برتر نرم افزار معرفی شد. پاس همچنین توانست براساس اعلام شاپرک، سهم مبلغی تراکنش دستگاه های خودپرداز خود را به ۵/۵ درصد افزایش دهد و بیشترین نرخ رشد را در ابزارهای اینترنتی پرداخت و مبلغ اینترنتی تراکنش ها داشته باشد. شرکت هوشمند سپهر نیز که ست را توسعه داده، دورنمای درخشانی دارد. در حوزه های مبارزه با فیشینگ و امنیت فضای تراکنش نیز شرکت نوپای مدیریت و راهبری زیرساخت صاد، فعالیت های مهم و مؤثری انجام داده و در همین مدت کوتاه توانسته خدماتی ارائه کند که حتی مورد توجه رقبای بانک صادرات و نهادهای ناظر نیز قرار گرفته است؛ از این شرکت و دستاوردهای آن در آینده بیشتر خواهید شنید.»

هم راستایی هلدینگ با معاونت فناوری اطلاعات

اول بهمن ماه ۱۴۰۲، ورود به چهارسالگی هلدینگ صاد را جشن گرفتند. رضوان مدنی می گوید که آنها با نهادی جوان روبه رو هستند که تلاش می کند آن جایگاهی را کسب کند که بانک صادرات ایران و به طور مشخص، معاونت فناوری اطلاعات بانک به عنوان نهاد سیاست گذار برایش در نظر دارد. او در این باره توضیح می دهد: «خوشبختانه در این مدت، هلدینگ مدیران بنامی داشته که هویت صاد را شکل داده اند. در ادامه این مسیر، در حال برنامه ریزی برای همسویی بیشتر

هلدینگ با معاونت فناوری اطلاعات بانک هستیم و می خواهیم این هم راستایی را تا سطح شرکت های تابعه تسری دهیم. در مجموعه هلدینگ، شرکت هایی داریم که در کنار هم، زنجیره ارزشی خوبی را تشکیل می دهند و همسویی استراتژیک آنها می تواند در دستیابی بانک صادرات به اهداف خود در حوزه فناوری اطلاعات بسیار مؤثر باشد. در این مجموعه ما دو شرکت داده پرداز خوارزمی و راه حل های هوشمند سپهر را داریم که در حوزه نرم افزار فعالیت می کنند، توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی را داریم که در حوزه تأمین زیرساخت و سخت افزار مشغول به کار است و اخیراً نیز، شرکت زیرساخت صاد را در حوزه تأمین سخت افزار و امنیت به این مجموعه اضافه کردیم. در این گروه همچنین شرکت پاس را داریم که یکی از PSP های مطرح کشور است. طبق صحبت های او، به منظور بهره مندی از ظرفیت داده و ورود جدی به حوزه هوش مصنوعی، شرکت الگوریتم را به گروه صاد اضافه کرده اند تا در کنار شرکت پیشگامان فناوری صاد که عضو جدید این خانواده است و بر ارائه خدمات حوزه مشتری تمرکز دارد، زنجیره ارزشی خود را تکمیل کنند. او ادامه می دهد: «به این خانواده، شرکت گسترش انفورماتیک ایران را هم بیفزایید که پیشینه قدرتمندی در حوزه تأمین تجهیزات و آموزش های تخصصی حوزه فناوری اطلاعات دارد. برنامه داریم این شرکت را با مأموریت ارائه آموزش های تخصصی احیا و اکوسیستم حوزه فناوری اطلاعات گروه صاد تکمیل کنیم. اکوسیستم باید بتواند با به اشتراک گذاری ظرفیت ها، توانمندی ها و منابع سازمانی، تا حد زیادی مستقلاً به حیات خود ادامه دهد. اگر بتوانیم این مسیر را ادامه دهیم، در سال ۱۴۰۳ باید منتظر شکوفایی هلدینگ صاد و درخشش بیشتر شرکت های گروه حوزه فناوری اطلاعات بانک صادرات ایران باشیم.»



گفت و گو با امیرحسین آقامحمدی، قائم مقام صاد درباره امروز و فردای این هلدینگ فن آوری و نوآوری

ریل گذاری برای همسویی استراتژیک

امیرحسین آقامحمدی، قائم مقام هلدینگ فن آوری و نوآوری صاد است و هم زمان، مسئولیت اداره کل خدمات نوین بانکی بانک صادرات ایران را نیز برعهده دارد. او همچنین، سرپرست شرکت راه حل های هوشمند سپهر و تا همین اواخر، نایب رئیس هیئت مدیره پرداخت الکترونیک سپهر بود. این هم زمانی راهبری و البته تجربه مدیریتی شانزده ساله آقامحمدی در فناوری اطلاعات بانک صادرات ایران، دستاوردهای مهمی به ارمغان آورده که از جمله آنها می توان به چکنو، سرویس توسعه الکترونیک دارایی با نام ست و البته رتبه های اخیر پاس اشاره کرد. به بهانه مسئولیت اخیر امیرحسین آقامحمدی در قائم مقامی هلدینگ صاد، بر آن شدیم تا گفت و گویی با او داشته باشیم و از وضعیت فعلی صاد و برنامه های آینده این بازیگر حوزه فناوری اطلاعات بانکی کشور اطلاعات بیشتری کسب کنیم. این گفت و گو را در ادامه می خوانید.



ظرفیت ها و ارزش های خود ببرند، بهره وری در مجموع آنها بالاتر خواهد بود. درک این مزیت بالقوه و البته شاید ضرورت همسویی و حرکت جهشی بانک صادرات ایران در حوزه فناوری اطلاعات باعث شد مدیریت ارشد پیشنهاد دهد که بنده هم زمان چندین مسئولیت داشته باشم. البته امیدوارم این دامنه مسئولیت محدودتر شود تا بتوانم بر هلدینگ صاد بیشتر متمرکز شوم، زیرا آینده خوبی برای این نهاد نوپا متصورم و اطمینان دارم اگر اصلاحات مدنظر در گروه صاد، شامل هلدینگ و شرکت های تابعه، اعمال شود، در سال های آینده نه تنها بانک صادرات ایران در حوزه فناوری اطلاعات همپای رقبای خود بالا خواهد آمد، که حتی نام خود را نیز به عنوان یکی از بازیگران کلیدی صنعت فناوری های مالی مطرح خواهد کرد.»

تجربه مدیریت چند شرکت

امیرحسین آقامحمدی به طور هم زمان مدیریت چند مجموعه و شرکت را برعهده دارد. به گفته او، مدیریت چند مجموعه سخت، اما مفید است. او درباره تجربیات خود می گوید: «اگر از آخر بخواهم شروع کنم، یعنی هلدینگ صاد، باید به این نکته اشاره کنم که هلدینگ های فناوری اطلاعات و شرکت های تابعه، بازوان اجرایی بانک ها در این حوزه هستند و هر چه این مجموعه ها، همسویی استراتژیک بالاتری داشته باشند و بهره بیشتری از

مهرتراکتس



۲۵۰

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

◀ مسیر جدید هلدینگ صاد

آقامحمدی بر این عقیده است که هلدینگ‌های فناوری اطلاعات نهاد‌های مادر هستند که وظیفه راهبری، ارائه مزیت‌های مادری، خلق ارزش افزوده روی توانمندی‌های هرکدام از شرکت‌های تابعه و البته کمک به بهبود فضای کسب‌وکار شرکت‌ها را برعهده دارند و نباید خود مجری پروژه‌هایی باشند که قابل واگذاری به شرکت‌های تابعه است. او در این باره توضیح می‌دهد: «هلدینگ‌ها رقیب شرکت‌های خود نیستند، بلکه وظیفه دارند موانع و مشکلات پیش روی آنها را بردارند و خدماتی ارائه دهند که صرفه‌جویی ناشی از مقیاس دارد. بر همین اساس، در طراحی مسیر جدید هلدینگ صاد، می‌خواهیم ارائه خدمات مدیریت مالی، تحقیق و توسعه، بهبود تجربه مشتری، امور حقوقی و قراردادها، مدیریت سرمایه‌های انسانی، روابط عمومی، بازاریابی و تبلیغات و مواردی از این دست را درون هلدینگ تقویت کنیم. باید تأکید کنم که همه این برنامه‌ها با هدف ایجاد همسویی استراتژیک میان هلدینگ، شرکت‌ها و معاونت فناوری اطلاعات بانک است تا این نام‌کهن را در جایگاه شایسته خود تثبیت کند.»

قائم‌مقام صاد ضمن ارج نهادن به تلاش‌های مدیران عامل قبلی که در تثبیت و هویت‌بخشی به هلدینگ صاد تلاش کردند، با بیان اینکه باید بپذیریم اجرای این برنامه‌ها نیازمند ریل‌گذاری جدید است، می‌گوید که قصد دارند در زمانی کوتاه، این ریل‌گذاری را با اصلاح چارت سازمانی، واگذاری اجرای پروژه‌ها به شرکت‌های زیرمجموعه، بازبینی آیین‌نامه‌ها و تنظیم روابط با بانک صادرات ایران، خصوصاً معاونت فناوری اطلاعات به‌عنوان نهاد بالاسری انجام دهند. او می‌گوید: «هم‌زمانی مسئولیت آقای رضوان مدنی در معاونت فناوری اطلاعات بانک صادرات و هلدینگ صاد، قطعاً در این مسیر مفید خواهد بود و خوشبختانه مدیریت ارشد بانک نیز درک خوبی نسبت به ضرورت تقویت ساختارهای زیربنایی حوزه فناوری اطلاعات از جمله هلدینگ صاد و شرکت‌های زیرمجموعه دارد.»

باید مزیت‌های هرکدام از شرکت‌های تابعه هلدینگ را تقویت کنیم و در مسیر ارائه خدمت به سایر شرکت‌ها قرار دهیم، زنجیره ارزش را تکمیل کنیم و همسویی و هم‌افزایی استراتژیک قدرتمندی رقم بزنیم و نوعی هارمونی ایجاد کنیم. با این روش، اکوسیستم پایداری ایجاد خواهد شد که نه تنها معاونت فناوری اطلاعات و بانک صادرات ایران را برای حرکت در مسیر برنامه‌های تحول دیجیتال خود یاری خواهد کرد که حتی قادر خواهد بود محصولات و خدمات جدیدی را ایجاد کند. با وجود اینکه رقبای قدرتمندی داریم که سهم بازار خوبی کسب کرده‌اند، معتقدم که این بازار، هنوز قابلیت‌ها و ظرفیت‌های زیادی دارد که می‌توان از آن بهره‌برد؛ برای مثال، همین سامانه توثیق الکترونیک دارایی، هنوز در ابتدای مسیر است و ظرفیت‌های بسیاری دارد.

سامانه‌ست توسط شرکت راه‌حل‌های هوشمند سپهر توسعه یافته و با راهبری معاونت فناوری اطلاعات و مدیران ارشد بانک صادرات ایران، ارزش‌گذاری و توثیق

دارایی‌های گوناگون افراد را هدف‌گذاری کرده و به جاهای خوبی رسیده است و امروز، مشتریان زیادی دارد.»

◀ فعالیت‌های شرکت‌های زیرمجموعه

اجرای هر ایده در حوزه فناوری اطلاعات، نیازمند ارکانی است؛ مانند زیرساخت و سخت‌افزار، نرم‌افزار، منابع مالی، نیروی انسانی متخصص، استفاده از نوآوری، بهره‌مندی از داده و امروز هم که مباحث هوش مصنوعی مولد به این ارکان اضافه شده است. قائم‌مقام صاد با بیان این موارد می‌گوید: «در مجموعه گروه صاد، شرکت‌هایی داریم که هرکدام، به نحوی، این خدمات را ارائه می‌کنند یا در آینده، مأمور ارائه آنها خواهند شد. تلاش ما این است که شرکت‌ها این ارزش‌های خود را به یکدیگر ارائه دهند و بتوانیم از برآیند این توانمندی‌ها و تخصص‌ها، برای کل مجموعه ارزش افزوده خلق کنیم. ما در گروه صاد، شرکت‌های توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی و پرداخت الکترونیک سپهر را داریم که در زمینه تأمین زیرساخت‌ها فعال‌اند؛ مفاخر و پاس‌نام‌های معتبری هستند که علاوه بر بانک صادرات، خدمات خود را به مشتریان بزرگ دیگری نیز ارائه می‌کنند. شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد نیز که اخیراً تأسیس شده، تهیه زیرساخت‌های لازم و البته مدیریت امنیت فضای تبادل اطلاعات را برعهده دارد. در حوزه برنامه‌نویسی و توسعه نرم‌افزار نیز شرکت‌های داده‌پردازی خوارزمی و راه‌حل‌های هوشمند سپهر را داریم. به این ظرفیت‌ها، شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد را نیز اضافه کرده‌ایم تا ارائه خدمات شخصی‌سازی شده به مشتری را با تمرکز و قوت بیشتری پیش ببریم.»

طبق صحبت‌های او، برای تکمیل زنجیره ارزشی گروه صاد، بهره‌مندی بیشتر از ظرفیت داده‌ها و ورود پرقدردن به حوزه هوش مصنوعی مولد را برعهده شرکت تازه‌تأسیس داده و هوش مصنوعی الگوریتم قرار داده‌اند و آقامحمدی امیدوار است این شرکت بتواند در این مسیر، یاری‌گر هلدینگ و بانک صادرات ایران باشد. او توضیح می‌دهد: «هلدینگ هم قرار است از این به بعد به‌عنوان نهاد سیاست‌گذار و تنظیم‌گر بالاسری، ارزش‌های مادری ناشی از مقیاس را در اختیار همه شرکت‌های خود قرار دهد و به بهبود و توسعه فضای کسب‌وکار شرکت‌ها کمک کند. همان‌طور که می‌دانید، برخی خدمات مانند تحقیق و توسعه، گرچه ضروری‌اند، اما به سرمایه‌گذاری زیادی نیاز دارند و مثلاً ممکن است ایجاد این واحدها در هرکدام از شرکت‌ها، صرفه اقتصادی نداشته باشد. در ادبیات هلدینگ‌ها، این خدمات را در نهاد بالاسری که خود هلدینگ است متمرکز می‌کنند تا ضمن بهره‌مندی از صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، این ارزش به صورت عمودی و البته یکپارچه و همسو به کل زنجیره ارائه شود.»

◀ ابرچالش حوزه فناوری اطلاعات

به گفته قائم‌مقام صاد، جذب و نگهداشت نیروی انسانی متخصص، امروز ابرچالش حوزه فناوری اطلاعات است و به دلیل تفاوت در پرداخت حقوق و مزایا و نظام جبران خدمت، نیروی انسانی متخصص با دو نوع مهاجرت روبه‌رو است؛ در مرحله اول مهاجرت از سازمان‌های دولتی و غیردولتی بزرگی که ضوابط جبران خدمت ناکافی و دست‌وپاگیری دارند، به سازمان‌ها و شرکت‌های خصوصی کوچک‌تر که شرایط بهتری برای این افراد فراهم می‌کنند و در مرحله دوم، مهاجرت از کشور، شاید به دلیل جذابیت‌هایی که درآمد دلاری برای آنها دارد. ضمن اینکه این نیروها عموماً به صورت بین‌المللی کار می‌کنند.

او درباره اقدامات هلدینگ صاد در این باره می‌گوید: «در این زمینه، یکی از ارزش‌های مادری که در نظر داریم از طریق هلدینگ به شرکت‌های تابعه ارائه دهیم، پیشنهادهایی برای بهبود نظام جبران خدمت و نگهداشت نیروی انسانی متخصص است. علاوه بر این، با تقویت شرکت گسترش انفورماتیک ایران در حوزه‌های آموزش و شناسایی استعدادها، قصد داریم ضمن ارتقای نیروی انسانی موجود، نسبت به آموزش نیروی انسانی بیرون از سازمان در مسیر اولویت‌ها و اهداف خود و کمک به جذب آنها نیز گام برداریم و امیدواریم این رویه به کمتر شدن چالش‌های این حوزه کمک کند، گرچه باور داریم حل چالش نیروی انسانی متخصص حوزه فناوری اطلاعات کشور، نیازمند اقداماتی فراتر از هلدینگ و بانک است و نهاد‌های متولی باید دست‌در‌دست هم بدهند و این ابرچالش را حل کنند، زیرا با خروج هر فرد، سرمایه‌گذاری انجام شده برای آموزش، تجربه و توانایی حل مسئله‌ای که این افراد به دلیل آشنایی با فضای کار دارند هم خارج می‌شود و جایگزین کردن این مجموعه، زمان‌بر و هزینه‌بر است.»



مهرتراکتس

کسب‌وکار

۲۵۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



عکس: نسیم اعتمادی



مصرف تراکنش



۲۵۲

ASAEETARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

در گفت وگو با محمد مهدی تقی پور، مدیرعامل به پرداخت ملت درباره برنامه های این شرکت در به کارگیری استراتژی های نوآورانه مطرح شد

در پی ایجاد جریان های درآمدی جدید هستیم

شرکت به پرداخت ملت در سالی که گذشت، تغییرات زیادی را پشت سر گذاشته و دستاوردهای کمی و کیفی زیادی داشته است؛ تغییرات و دستاوردهایی که با توسعه و ارتقای زیرساخت هایشان ممکن شده و آنها را در بهبود فرایندهای امنیتی، تجاری و بانکی یاری کرده است. این شرکت در سال ۱۴۰۲ علاوه بر اینکه توانسته سهم بازار خود را افزایش دهد، درگیر پروژه های ملی نظیر پروژه حساب امانی در سیستم بانکی، کالابرج الکترونیکی، شاپرک دو و... نیز بوده و با وجود اینها رتبه اول را هم از لحاظ مبلغ تراکنش در میان PSPها به دست آورده است. مدیرعامل به پرداخت ملت، بزرگ ترین اتفاق سال ۱۴۰۲ صنعت بانکی و پرداخت کشور را اصلاح نظام کارمزد می داند و می گوید که این اقدام بانک مرکزی موجبات برنامه ریزی برای توسعه نظام پرداخت کشور را فراهم کرده است. به همین منظور آنها در سال ۱۴۰۳ می خواهند روی توسعه خدمات به فین تک ها، توسعه راهکارهای شخصی سازی شده پرداخت، تعریف شراکت های استراتژیک تجاری جدید، حفظ سهم بازارشان و توانمندسازی نیروهای انسانی حساب باز کنند و از امکان های نهفته در سال جدید برای ارائه خدمت به مردم و ایفای نقش در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور، بیشترین بهره را ببرند. در ادامه صحبت های محمد مهدی تقی پور، مدیرعامل به پرداخت ملت را می خوانید.



صحبت می کند و می گوید که این دستاوردها در سه دسته کلی تقسیم بندی می شوند: «مهم ترین دستاورد ما ارتقای زیرساخت های شرکت بوده که نتایج آن در سه حوزه تجاری، بانکی و امنیتی قابل پرداخت است. در حوزه تجاری با

◀ دستاوردهای تجاری، بانکی و امنیتی

محمد مهدی تقی پور، مدیرعامل شرکت به پرداخت ملت، ابتدا درباره دستاوردهایشان در سال ۱۴۰۲

◀ تغییر نظام کارمزد

یکی از اتفاقاتی که در سال ۱۴۰۲ رخ داد، تغییر نظام کارمزد بود؛ اتفاقی که باز یگران صنعت سال ها منتظرش بودند. تقی پور آن را بزرگ ترین و بهترین اتفاق سال می داند و ضمن تشکر از بانک مرکزی و شرکت شاپرک بیان می کند: «اگرچه تغییر نظام کارمزد بهترین اتفاق سال بوده و امید تازه ای در صنعت پرداخت کشور ایجاد کرده و باعث شده فعالان بتوانند برنامه های خودشان را در راستای بهبود و توسعه فناوری های مورد نیاز این حوزه از سر بگیرند، اما در تعیین نرخ کارمزدها قابل انتقاد است و امیدواریم که مدیران مربوطه اصلاحاتی را انجام دهند.»

◀ ۱۴۰۲؛ سال تثبیت پروژه های ملی

طبق گفته های او، ۱۴۰۲ سال تثبیت پروژه های ملی نظیر کالا برگ و پرونده مالیاتی بوده که با توجه به نقش انکارناپذیر شرکت های پرداخت در این موفقیت، این موضوع هم شرکت به پرداخت را دچار مشکلات متنوعی کرده است که از جمله آنها می توان به نارضایتی برخی از پذیرندگان اشاره کرد. علاوه بر این، در رقابت فشرده با بازیگران تازه نفس هم قرار گرفته بودند که با همت و تلاش تیم های مختلف حاضر در مجموعه به نتایج خوبی منتهی شده است.

◀ برنامه ها و چالش های سال جدید

سال ۱۴۰۲ به پایان رسیده و کسب و کارها با برنامه ریزی برای سال جدید به استقبال آن می روند. به پرداخت ملت نیز برای توسعه خود در سال جدید برنامه هایی دارد که تقی پور به آنها اشاره می کند: «مهم ترین برنامه به پرداخت در سال ۱۴۰۳، ایجاد جریان های درآمدی جدید برای شرکت از طریق به کارگیری استراتژی های نوآور و ارائه خدمات جدید است. در این سرفصل، توسعه خدمات به فین تک ها، توسعه راهکارهای شخصی سازی شده پرداخت، تعریف شرکات های استراتژیک تجاری با بازیگران بزرگ حوزه های مالی، بانکی و تجارت الکترونیک تعریف شده است. در کنار این موضوعات، تداوم در حفظ سهم نخست در بازار از طریق بهینه سازی شبکه پرداخت و نوسازی ناوگان نیز در برنامه هایمان قرار دارد. از برنامه های داخلی نیز می توان به ارتقای بلوغ سازمانی با تمرکز بر توانمندسازی سرمایه های انسانی و چابک کردن سازمان از طریق بهینه سازی فرایندهای داخلی اشاره کرد.»

او در آخر درباره چالش های احتمالی شان در سال ۱۴۰۳ صحبت می کند و توضیح می دهد که این شرکت با توجه به جایگاهی که در بازار دارد، مانند سال های قبل ممکن است با چالش های زیادی برای ننگه داشتن جایگاهش در اکوسیستم روبه رو باشد: «به نظر من، بزرگ ترین چالش ما قرار گرفتن شرکت در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال کشور از طریق نوآوری و توسعه تعاملات تجاری با سایر اجزای این اکوسیستم خواهد بود. سال ۱۴۰۳، فرصتی برای رشد و ارتقای شرکت در اکوسیستم است و باید از این فرصت استفاده کنیم.»

افزایش اختلاف سهم بازار مبلغی با رتبه دوم بازار از ۰٫۶ درصد در فروردین ۱۴۰۲ به ۲٫۴۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲، توسعه ناوگان پایانه فروشگاهی از طریق خرید ۲۰۰٫۰۰۰ پایانه جدید و نصب ۱۳۵٫۰۰۰ دستگاه از این تعداد، تعمیر ۵۰٫۰۰۰ پایانه فروشگاهی قدیمی و معیوب شرکت، ارتقا رتبه در سهم تعداد پایانه فروشگاهی فعال سیستمی بازار با سهم ۹٫۸۱ درصدی، متمرکز کردن مرکز تماس به پرداخت ملت با شصت اپراتور و سرشماره کشوری ۳۰۹۰۰، افزایش ۳۰ درصدی درآمد کارمزدی، اجرای پروژه پایانه های چندحسابی پرداخت در دفاتر پیشخان و اجرای پروژه پرداخت معاینه فنی کل کشور روبه رو بودیم. در حوزه بانکی هم اجرای پروژه ریال دیجیتال و گرفتن تقدیرنامه از بانک مرکزی، پروژه کیف پول بانک عامل برای اولین بار و تجاری سازی آن برای شرکت ایرنسل، اجرا و توسعه پروژه کالا برگ الکترونیکی، پیاده سازی شاپرک دو و کهر با در سوئیچ صادرکنندگی، پروژه حساب امنی در سیستم بانکی با همکاری مرکز توسعه تجارت الکترونیک و توسعه سامانه پرداخت گاز مایع را داشتیم و در نهایت در حوزه امنیت هم به امن سازی و افزایش پایداری درگاه های اینترنتی، افزایش پایداری و ضریب موفقیت تراکنش های پرداخت از طریق جداسازی سوئیچ های صادرکنندگی و پذیرندگی و HA کردن آن و همچنین امن سازی شبکه و زیرساخت شرکت و استقلال از زیرساخت بانک ملت پرداختیم.»

◀ تداوم و توسعه همکاری در حوزه B2B

به پرداخت ملت در سال ۱۴۰۲ موفق شده علاوه بر تداوم حضورش در حوزه B2B، به توسعه همکاری اش با شرکت های شاخص حوزه های کاربری متفاوت نیز بپردازد. او درباره جزئیات این اقدام اظهار می کند: «همکاری ما با شرکت ها شامل و نه محدود به ارائه دهندگان خدمات اینترنت و موبایل (ISP) نظیر ایرنسل، همراه اول و رایتل؛ کسب و کارهای اینترنتی رهبر بازار شامل دیجی کالا، اسنپ، تپسی و دیوار؛ کارگزاری های برجسته ای مانند آگاه و مفید و در نهایت فروشگاه های زنجیره ای مانند افق کوروش می شود.»

◀ اقدامات به پرداخت ملت در آینه آمار

بنا بر صحبت های او، این شرکت علاوه بر دستاوردهای کیفی، چندین دستاورد کمی هم کسب کرده است که شامل قرارگیری در رتبه نخست سهم مبلغ تراکنش بازار و تنها شرکت با سهم بالای ۲۰ درصد، کسب رتبه نخست سهم مبلغی تراکنش ها در هر یک از ابزارهای پایانه فروشگاهی با سهم ۱۸٫۶۶ درصد، اینترنتی ۲۵٫۴۰ درصد و پایانه موبایلی ۴۶٫۲۳ درصد، دارا بودن بیشترین مقدار شاخص اثربخشی مبلغی کارت خوان فروشگاهی فعال سیستمی، داشتن بالغ بر یک میلیون پایانه فروش فعال سیستمی و سهم ۹٫۹۵ درصدی بازار در این حوزه، ۲۲ هزار درگاه اینترنتی و بیش از ۶۶ هزار درگاه خدمات پرداخت یاری و افزایش درآمد ۲۲ درصدی فروش شارژ اپراتوری می شود.

◀ چالش رگولاتوری و امنیت سایبری

بزرگ ترین چالش به پرداخت ملت در سال که گذشت، به تغییر قوانین، الزامات بالادستی و تحریم ها برمی گردد. مدیرعامل به پرداخت ملت با اشاره به این موارد توضیح می دهد: «موارد مذکور باعث افزایش هزینه های شرکت شد. این موضوع هم از دیدگاه سودآوری و هم از دیدگاه تأمین نقدینگی، شرکت را با چالش هایی روبه رو کرد. از دیدگاه سودآوری در سال ۱۴۰۲ کوشیدیم با توسعه همکاری مان با بانک ها و سایر شرکت ها و افزایش فروش، بخشی از این مشکل را حل کنیم. بخش دیگر هم از طریق سرمایه گذاری در کسب و کارهای جدیدی غیر از شاپرک صورت گرفت که نتایج آن در سال مالی جدید نمود پیدا خواهد کرد. در موضوع نقدینگی هم کوشیدیم از طریق اخذ تسهیلات بانکی و پیگیری مطالبات قراردادی خود، بخشی از مشکل را برطرف کنیم، اما هنوز این مشکل به طور کامل مرتفع نشده است.»

او در ادامه درباره معضل امنیت در شرکت های فناوری صحبت می کند و می گوید که حفاظت از اطلاعات و فرسودگی زیرساخت ها نیز یکی دیگر از چالش هایی بوده که با آن مواجه بوده اند و از تابستان سال ۱۴۰۲ برای رفع آن وارد عمل شده اند و برنامه های مربوط به آن را تا اوایل سال ۱۴۰۳ تمام می کنند.



مستر تراکنش

کسب و کار

۲۵۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



گفت و گو با هومن سپهری، مدیرعامل تندر نور درباره نگاه این شرکت به آینده صنعت پرداخت الکترونیک کشور

مسیر دشوار توسعه بدون همراهی رگولاتور

تندر نور در سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۷۰ تأسیس شد تا تولیدکننده نرم‌افزارهای صنعت بانکی و پرداخت کشور باشد، اما در دهه ۱۳۹۰ و بعد از اینکه بانک سامان سهام آن را خریداری کرد، تمام وقت و انرژی اش را روی بحث‌های سخت‌افزاری گذاشت و در سال ۱۳۹۵ درست در لحظه‌ای که ممکن بود به‌طور کامل ورشکسته شود، جان سالم به در برد و با تقویت بخش تعمیرات و نرم‌افزار خود در سال گذشته رکورد تولید و فروش کارت‌خوان را در ایران زد، اما اقدامات رو به جلوی این شرکت به همین جا ختم نشده و این شرکت در سال ۱۴۰۲ توانسته بیش از هزار دستگاه را در روز تعمیر کند و به بیش از ۴۸ مدل دستگاه کارت‌خوان مختلف خدمات بدهد. علاوه بر این، با برنده شدن در پنج مناقصه، ۲۴۵ هزار دستگاه کارت‌خوان تولید و روانه بازار کرده است. با وجود این، تندر نور هم مثل هر شرکت دیگری در مسیر توسعه خود با موانعی روبه‌رو بوده است؛ موانعی که به گفته مدیرعامل این شرکت بیشتر به بحث‌های مربوط به رگولاتوری برمی‌گردد و راه‌حلی از این قبیل دارد: نظارت بیشتر رگولاتور بر ورود کالاهای قاچاق، کوتاه شدن مراحل ثبت سفارش، تخصیص ارز، حواله ارز و کم کردن تشریفات گمرکی و حمایت از نوآوری و فناوری. او اهمیت همراهی رگولاتوری با صنعت پرداخت الکترونیک کشور را آن قدر مهم می‌داند که می‌گوید اگر حمایت و همراهی آن نباشد، مسیر توسعه کسب و کارهای فعال در این صنعت با دشواری‌های بسیاری روبه‌رو خواهد شد. در ادامه صحبت‌های هومن سپهری، مدیرعامل شرکت تندر نور را درباره عملکرد و چالش‌هایشان در سال ۱۴۰۲ و مطالباتی که از رگولاتور دارند، می‌خوانید.



تعمیر بیش از ۲۴۰ هزار دستگاه کارت‌خوان

موضوع درباره عملکردشان در سال‌های اخیر می‌گوید: «شرکت تندر نور که یکی از معتبرترین و تخصصی‌ترین تولیدکننده‌های پایانه‌های فروش یا همان دستگاه‌های کارت‌خوان است، خدمات پس از فروش و تعمیرات تخصصی روی انواع پایانه‌های فروش و کارت‌خوان‌های

صنعت پرداخت الکترونیک زاینده فناوری اطلاعات و دنیای دیجیتال است و تحولات سریع فناوری را به ارث برده است. این صنعت تا به امروز مسیر پیچیده‌ای را برای ارائه خدمات فناوری مالی به مردم طی کرده و حالا باید با تحولات دیجیتالی پیش رو، قواعد و رویکردهای جدیدی را تجربه کند. هومن سپهری، مدیرعامل تندر نور، با اشاره به این

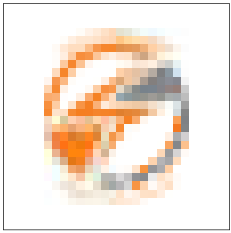
مصرف تراکتس



۲۵۴

ASAE@RAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



کارت خوان، یکی از پیشروهای صنعت پرداخت کشور است. در همین راستا موفق شده ایم تعداد قابل توجهی کیوسک را به شرکت پرداخت الکترونیک سامان ارائه دهیم و سفارش بزرگی هم برای سال بعد بگیریم.»

◀ خواستار جلوگیری از ورود کالای قاچاق

شرکت تندر نور در مسیر توسعه قرار دارد و پیشرفت های زیادی در سال های اخیر داشته است. با این حال در مسیر توسعه شان با موانعی هم روبه رو بوده اند. سپهری درباره چالش های شان می گوید: «هر چند تمام تلاشمان را کرده ایم که سطح کیفیت تولیداتمان را بالا نگه داریم، همین مرغوبیت محصولات باعث شده پوشش سفارش های روزانه مان به سختی محقق شود. این موضوع یکی از عمده ترین دغدغه های ما در سال های اخیر بوده است. علاوه بر این، مراحل ثبت سفارش، تخصیص ارز، حواله ارز و تشریفات گمرکی در سال های اخیر موجب شده واردات قطعات این دستگاه ها از دو تا سه ماه به بیش از شش تا ۹ ماه افزایش یابد و این طولانی شدن فرایند سفارش قطعات باعث شده هم درگیر نوسانات نرخ ارز شویم و هم نتوانیم برای پوشش خدمات خود برنامه ریزی مناسبی داشته باشیم.» او با اشاره به نقش بانک مرکزی و وزارت صمت در بهبود وضعیت موجود بیان می کند: «درخواست ما از بانک مرکزی و وزارت صمت به عنوان تولیدکنندگان کشور این است که مراحل ثبت سفارش، تخصیص ارز و سایر روال های اداری را کوتاه کنند. یکی از چالش های اصلی ما، بوروکراسی های موجود در سازمان هایی همچون گمرک است. هزینه های گمرکی به شدت افزایش یافته و ما را که شرکتی دانش بنیان هستیم، در تأمین قطعات با مشکل مواجه کرده است. در این باره چندین بار هم مکاتباتی انجام شده، اما اعتراض ما راه به جایی نبرده است. این هزینه های بالا شرکت هایی نظیر تندر نور را که با حداکثر توان و حداقل سود، خدمات مالی ارائه می دهد، با زیان مالی روبه رو می کند. از سوی دیگر، دستگاه های قاچاق به شدت ما و سایر تولیدکنندگان و مصرف کنندگان را به دردمرسی اندازد و باعث شکست و ضرر دیدن تولیدکنندگان در این رقابت ناسالم می شود. تقاضای ما به عنوان یکی از بازیگران اصلی صنعت پرداخت کشور از بانک مرکزی و شرکت شاپرک این است که با توجه به ابزارهای حاکمیتی در اختیار و بررسی رجیستری و سریال دستگاه های تولید شده، مانع از ورود آنها به چرخه بازار شوند.»

◀ نقش ساختارهای حاکمیتی در حمایت از نوآوری و فناوری

به عقیده سپهری، ساختارهای حاکمیتی کشور نقشی اساسی در توسعه صنعت پرداخت الکترونیک ایفا می کنند. با این حال، محدودیت های ساختاری و عدم اطلاع کامل سایر سازمان ها مانند اداره گمرک و اداره مالیات از قوانین و معافیت هایی که وزارت صمت و نهاد ریاست جمهوری برای تولیدکنندگان و شرکت های دانش بنیان در نظر گرفته اند، عملاً باعث شده تولیدکنندگان نتوانند از این امکانات در راستای بهینه کردن هزینه های خود استفاده کنند. او در این باره توضیح می دهد: «همچنین، محدودیت هایی نظیر پیچیدگی اخذ مجوز، محدودیت در اتصال به سامانه های بانک مرکزی و از همه مهم تر بوروکراسی های زمان بر بانک مرکزی و دیگر سازمان های مرتبط، عوامل اصلی کندی توسعه این صنعت هستند. در نتیجه، صنعت پرداخت الکترونیک کشور نیاز دارد سازمان های بالادستی با چرخه تولید و خدمات داخلی هماهنگ شوند. این قوانین باید قابلیت پشتیبانی از نوآوری ها و فناوری های جدید را داشته باشد و به مشکلات و چالش های شرکت هایی نظیر ما توجه ویژه کند. در واقع، باید بگوییم که بدون حمایت رگولاتورها و دستگاه های حاکمیتی، راه ما به سوی توسعه و ارائه خدمات مطلوب تر به مشتری، با سختی فراوان مواجه خواهد شد.»

◀ برنامه های شرکت تندر نور در سال ۱۴۰۳

گسترش واردات و بازاریابی فروش سیستم های پرداخت بانکی، از جمله انواع ترمینال های کارت خوان و ملزومات آن مانند آداپتور کارت خوان، رول کاغذ کارت خوان، سرور و غیره، برخی از برنامه های شرکت تندر نور در سال ۱۴۰۳ هستند. سپهری درباره برنامه های شان می گوید: «علاوه بر این موارد، راه اندازی تولید کیوسک های کش لس و خاص منظوره مانند میکرو کیوسک، صندوق های فروشگاهی، آداپتور، مودم و باتری؛ گسترش فروش و پشتیبانی در دفاتر تهران و شهرستان ها؛ ورود به بازارهای خرده فروشی تجهیزات پرداخت و راه اندازی سایت جامع تأمین تجهیزات و ادوات پرداخت را نیز در برنامه های سال جدید در دستور کار داریم. نهایتاً امیدوارم با توسعه موارد فوق، تندر نور به قطب ارائه سرویس های پرداخت در کشور تبدیل شود.»

سیار را هم در سابقه کاری خود دارد. ما در سال های اخیر پوشش خدماتی خود را به بیش از پنج برند اصلی بازار جهانی صنعت پرداخت و ۴۸ مدل از دستگاه های مختلف گسترش داده ایم و توانسته ایم یکی از مدعیان مطرح تعمیرات تخصصی پایانه های فروش در کشور و حتی منطقه باشیم. تعمیر بیش از هزار دستگاه در روز از مدل های مختلف کارت خوان در سال ۱۴۰۲، شاهدی بر این ادعا است. ما در سال ۱۴۰۱ بیش از ۱۵۰ هزار دستگاه و در سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۴۰ هزار دستگاه را تعمیر کرده ایم. این حجم از سرویس، خود گویای توان ما در ارائه خدمات تخصصی مان است. همچنین، برای ارائه خدمت بهتر در سطح کشور هفت نمایندگی استانی ایجاد کرده ایم.»

◀ ۱۴۰۲؛ ثبت رکورد جدید در حوزه بازاریابی و فروش

اقدامات شرکت تندر نور به موارد مذکور خلاصه نمی شود. سپهری در ادامه درباره سایر فعالیت های شان در سال ۱۴۰۲ صحبت می کند: «در حوزه بازاریابی و فروش نیز رکوردهای تازه ای به ثبت رسانده ایم. تندر نور در این سال توانست با حضور در پنج مناقصه بزرگ خرید دستگاه های کارت خوان که توسط PSP های مطرح کشور برگزار شده بود، مناقصات را برود و حدود ۲۴۵ هزار دستگاه سفارش شده را از برند «نیولند»، مدل های ME31 و SP550 تولید کند و تحویل دهد. بنابراین در حال حاضر شش شرکت PSP کشور (پرداخت الکترونیک سامان، به پرداخت ملت، کارت اعتباری ایران کیش، پرداخت الکترونیک سپهر، پرداخت الکترونیک سداد و آسان پرداخت پرشین) از مشتریان دستگاه های کارت خوان شرکت تندر نور هستند.»

بر اساس آخرین گزارش نشریه نیلسون ریپورت در اکتبر ۲۰۲۳، شرکت نیولند که یکی از بزرگ ترین تأمین کنندگان دستگاه کارت خوان در دنیاست. این شرکت در سال ۲۰۲۲ با فروش بیش از دوازده میلیون دستگاه، در جایگاه نخست فروش دستگاه کارت خوان در دنیا قرار گرفت. سپهری با بیان این موضوع می گوید: «کارت خوان های سیار، ثابت و اندرویدی از انواع دستگاه های شرکت نیولندند که تندر نور نیز در ایران آنها را تحت لیسانس نیولند تولید می کند و این شرکت با نگارش نرم افزار کارت خوان، اتصال به سوئیچ اکثر شرکت های PSP را نیز انجام داده است. همچنین، از ابتدای سال تا کنون واحد بازرگانی ما اقدام به ثبت سفارش و واردات بالغ بر چهار میلیون قطعه پایانه فروشگاهی برای تولید و پشتیبانی کرده است.»

طبق صحبت های مدیرعامل تندر نور، در یک سال گذشته این شرکت در حوزه طراحی و توسعه نیز روزانه بیش از دو هزار دستگاه کارت خوان برندهای معتبر را در کشور تولید و روانه بازار کرده و در تلاش است به سقف مجاز خود یعنی تولید ۶۶۰ هزار دستگاه در سال برسد. او در این باره می گوید: «علاوه بر طراحی و تولید دستگاه های کارت خوان، این شرکت در تولید دستگاه های کیوسک ایستاده، میکرو کیوسک ها، پاوربانک های مخصوص کارت خوان و مودم و همچنین طراحی و تولید ماشین حساب های قابل اتصال به

مهرتراکس

کسب و کار

۲۵۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

گفت وگو با کامران خلت آبادی، مدیرعامل رایانه خدمات امید، درباره فعالیت های این شرکت در یک سال گذشته

انتقال دانش پشتیبانی مأموریت اصلی ۱۴۰۲

شرکت رایانه خدمات امید به منظور ایجاد ظرفیت های بیشتر در تأمین نیازهای فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک سپه در سال ۱۳۸۴ تأسیس شد. این شرکت پس از ادغام بانک های وابسته به نیروهای مسلح در بانک سپه، وظیفه حضور در پشتیبانی لایه های اول و دوم، مهاجرت سامانه ها و همچنین تثبیت سامانه بانکداری متمرکز بانک سپه را برعهده گرفت و در راستای شعار «بانک سپه؛ در مدار تحول دیجیتال» سامانه بانکداری قرض الحسنه دیجیتال را طراحی و پیاده سازی کرد که با هدف ترویج بانکداری قرض الحسنه و تسهیل عملیات افتتاح حساب و دریافت تسهیلات غیر حضوری بود. در گفت وگو با کامران خلت آبادی، مدیرعامل شرکت رایانه خدمات امید، به عملکرد این شرکت در سال ۱۴۰۲ پرداختیم. طبق صحبت های او، رایانه خدمات امید در حوزه خدمات ارزش افزوده به عنوان شرکت فناوری اطلاعات بانک سپه به اپراتورها معرفی شده است که یکی از اتفاقات خاصی است که برای این شرکت در یک سال گذشته رخ داده است.



ارائه خدمات پشتیبانی به بانک سپه

شرکت رایانه خدمات امید، از سال گذشته و هم زمان با عملیات مهاجرت سامانه بانک های ادغامی به بانک سپه، مسئولیت ارائه خدمات پشتیبانی سرویس های بانکی برای بانک سپه را برعهده گرفت. کامران خلت آبادی، مدیرعامل رایانه خدمات امید در این باره می گوید: «در حال حاضر شرکت رایانه خدمات امید این افتخار را دارد که با تکیه بر مدیریت مناسب، دانش و همچنین کادر تخصصی و مجرب، خدمات خود را در اختیار مشتریان و مخاطبان بانک سپه قرار دهد. مأموریت ما تدارک خدمات و ارائه راه حل های جامع در حوزه های بانکداری، متناسب با نیازمندی های فعلی و آتی بازارهای هدف است. قابلیت های ویژه ما نیز در توسعه به هنگام و پشتیبانی خدمات در ابعاد ملی از یک سو، همراه با مدیریت پایداری خدمات در سطوح تعهد شده، متضمن تحقق اهداف کسب و کار مشتریانمان است که البته موقعیت و جایگاه فعلی شرکت، مرهون فعالیت های هماهنگ و نزدیک مدیریت و بدنه سازمان است.»

طرح استقرار و نهادینه سازی مدیریت دانش

پروژه «انتقال دانش پشتیبانی و عملیات فنی سامانه های بانکداری متمرکز و الکترونیک» در شرکت رایانه خدمات امید با هدف کاهش نیازمندی به پیمانکار بیرونی در حوزه ICT، افزایش کیفیت خدمات و تسریع در پاسخ گویی به نیاز مشتریان تعریف شده است. خلت آبادی با بیان این موضوع درباره انتقال دانش که مأموریت اصلی آنها در سال ۱۴۰۲ بود، می گوید: «پس از اتمام انتقال دانش پشتیبانی لایه ۱ و عملیات فنی در سال ۱۴۰۱، بخش دوم این پروژه تحت عنوان انتقال دانش لایه ۲ پشتیبانی و عملیات فنی آن در سال ۱۴۰۲ آغاز شد و در بستر چندین حوزه دانشی از جمله زیرساخت بستر مجازی، بانکداری مدرن، موبایل بانک، ESB-IPG و سوئیچ پایان یافته است. هم راستا با این پروژه و با هدف توسعه فرایند انتقال دانش، حفظ، ساماندهی و مدیریت دانش کسب شده از شرکت

پیمانکار و در نهایت ایجاد ارزش افزوده از آن، طرح استقرار و نهادینه سازی مدیریت دانش در شرکت رایانه خدمات امید نیز آغاز شد و اکنون تا حد مطلوبی به انجام رسیده است.» طبق گفته های مدیرعامل شرکت رایانه خدمات امید، در سال گذشته فاز اول و دوم مهاجرت تسهیلات برای دو بانک ادغامی کوثر و قوامین به طور کامل و برای سه بانک ادغامی دیگر (حکمت، مهر اقتصاد و انصار) به جز بخش ضمانت نامه انجام شده است.

راه اندازی سامانه تسهیلات قرض الحسنه

شرکت رایانه خدمات امید در راستای شعار «بانک سپه در مدار تحول دیجیتال» اقدام به طراحی و پیاده سازی سامانه بانکداری قرض الحسنه دیجیتال با هدف ترویج بانکداری قرض الحسنه و تسهیل عملیات افتتاح حساب و دریافت تسهیلات غیر حضوری کرده است. خلت آبادی در این باره می گوید: «شرکت رایانه خدمات امید به عنوان مجری اختصاصی توسعه و پشتیبانی سامانه جامع بانکی امید (بانک سپه)، با استفاده از انواع API ها و سرویس های بانکی در بستر ESB در فاز اول پروژه و در کمتر از یک ماه خدمات افتتاح سپرده، صدور کارت، رمز و احراز هویت براساس الگوهای هوش مصنوعی را برای بانک سپه پیاده سازی کرد. در فاز دوم پروژه نیز با هدف پرداخت تسهیلات قرض الحسنه، فرایندهای کسب امتیاز، انتقال امتیاز، اعتبارسنجی هوشمند، صدور وثایق و امضای الکترونیک و اعطای تسهیلات غیر حضوری در حال پیاده سازی است.»

شانزدهمین شرکت ایران در گروه رایانه و فعالیت های وابسته

بیست و ششمین همایش شرکت های برتر ایران به تولیت سازمان مدیریت صنعتی برگزار شد و پانصد شرکت بزرگ و تأثیرگذار در اقتصاد کشور معرفی شدند. در این رتبه بندی شرکت رایانه خدمات امید با هفت پله صعود نسبت به رتبه بندی گذشته در جایگاه شانزدهم شرکت های ایران در گروه رایانه و فعالیت های وابسته قرار گرفت و در میان ۲۵۰ شرکت برتر ایران رتبه ۲۴۵ را کسب کرد. خلت آبادی درباره کسب جایگاه شانزدهم در گروه رایانه و فعالیت های وابسته و اقداماتی که در این راستا انجام داده اند، می گوید: «رایانه خدمات امید با تدوین برنامه های عملیاتی منسجم و با همت (همکاری، مشارکت و تلاش) حداکثری نیروهای متخصص خود، توانست پروژه های برنامه ریزی شده را در موعد مقرر به اتمام برساند و پاسخ گوی نیازهای بزرگ ترین بانک کشور در کوتاه ترین زمان ممکن باشد. این اقدام مهم و ارزشمند، موجب ارتقای چندپله ای شرکت در این رویداد بزرگ برای سال ۱۴۰۲ شد.»

اخذ گواهینامه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات

شرکت رایانه خدمات امید در سال ۱۴۰۲ گواهینامه انطباق سامانه مدیریت امنیت اطلاعات ایزو ۲۷۰۰۱ را برای چهارمین سال متوالی اخذ کرد. مدیرعامل این شرکت در

مهرتراکتس



۲۵۶

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



مهم‌ترین اهدافی که در تشکیل معاونت طراحی دنبال خواهیم کرد عبارت‌اند از: تحویل به‌موقع نیازمندی‌ها در راستای افزایش رضایتمندی مشتری و پیاده‌سازی درخواست منطبق با روال‌های استانداردهای روز.»

◀ اقداماتی در راستای برندسازی

شرکت رایانه خدمات امید همواره علاقه‌مند به جذب جوانان مستعد و تحصیل کرده است و طی سال گذشته با حضور در نمایشگاه‌های کار در برترین دانشگاه‌های کشور موفق شد تا حدود زیادی به این مهم دست یابد. خلت آبادی با بیان این موضوع می‌گوید: «تا دی ماه ۱۴۰۲، موفق شدیم بیش از هفتاد جوان مستعد در حوزه فناوری اطلاعات را جذب کنیم. همچنین در سالی که گذشت رایانه خدمات امید با حضور در نمایشگاه تراکنش، بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت و... اقدامات مهمی در راستای برندسازی انجام داده است.»

◀ امضای تفاهم‌نامه با دانشگاه تربیت مدرس

در سال ۱۴۰۲ این شرکت تفاهم‌نامه‌ای را با دانشگاه تربیت مدرس به هدف ارتباط صنعت و دانشگاه امضا کرده است. مدیرعامل این شرکت درباره این اتفاق می‌گوید: «بحث ارتباط صنعت و دانشگاه از همان ابتدای انقلاب یکی از موضوعات مهم و قابل توجه بوده و مسئولان کشور همواره بر ارتباط متقابل دانشگاهیان با دست‌اندرکاران صنایع مختلف تأکید داشته‌اند. رایانه خدمات امید نیز به‌عنوان یکی از شرکت‌های مطرح در حوزه فناوری اطلاعات، ضمن استقبال از این موضوع، تفاهم‌نامه همکاری در حوزه‌های آموزش، پژوهش و مشاوره با دانشگاه تربیت مدرس را امضا کرد. شرکت رایانه خدمات امید در نظر دارد، این همکاری را با دیگر دانشگاه‌های تراز اول کشور هم ایجاد کند.»

◀ خدمات ارزش افزوده برای بانک سپه

در حوزه خدمات ارزش افزوده، رایانه خدمات امید به‌عنوان شرکت فناوری اطلاعات بانک سپه به اپراتورها معرفی شد. به اعتقاد خلت آبادی، این موضوع نیز جزو اتفاقات خاصی است که برای این شرکت در یک سال گذشته رخ داده است، زیرا اغلب بانک‌ها به‌طور مستقیم با اپراتورها قرارداد می‌بندند، ولی رایانه خدمات امید به‌عنوان شرکت تخصصی فناوری اطلاعات بانک، از این طریق توانسته سرویس‌های جدیدی برای بانک سپه فراهم کند. او در نهایت با جمع‌بندی تحولات و روند حرکت شرکت رایانه خدمات امید در سال ۱۴۰۲ افزود: «۲۰۲۱ سال پربراری برای رایانه خدمات امید بود و امیدواریم به لطف پروردگار و با تلاش همکارانمان در واحدهای مختلف، در سال ۱۴۰۳ گام‌های مؤثری در راستای اهدافمان برداریم.»

این باره توضیح می‌دهد: «فعالیت ما در حوزه امنیت اطلاعات از سال ۱۳۹۳ آغاز شد و در سال ۱۳۹۶ اولین طرح عملیاتی ایزو ۲۷۰۰۱ را اجرایی کردیم. در سال ۱۳۹۸ نیز با توجه به تجارب کسب‌شده در حوزه بانکداری متمرکز و با مطرح شدن بحث‌های امنیتی در سامانه جامع بانکی امید، کارگروه امنیت در ذیل پروژه بانکداری متمرکز رایانه خدمات امید شکل گرفت و با رعایت موارد امنیتی و تجهیزات اختصاصی برای این کار فضایی در نظر گرفته شد. در نهایت شرکت رایانه خدمات امید در سال ۱۳۹۹ موفق به اخذ استاندارد ایزو ۲۷۰۰۱:۲۰۱۳ شد و این چهارمین سال متوالی است که گواهی‌نامه سیستم مدیریت امنیت اطلاعات در محدوده کل شرکت رایانه خدمات امید تمدید می‌شود.»

طبق صحبت‌های خلت آبادی، اخذ ایزو ۲۷۰۰۱ به معنای پیاده‌سازی موفق فرایندها و قرار گرفتن در مسیر امن شدن است. او در این باره می‌گوید: «البته برای امن باقی ماندن راهی طولانی پیش روی رایانه خدمات امید قرار دارد و فقط با حمایت و همکاری مداوم تمام اعضای سازمان به‌ویژه مدیران ارشد امکان‌پذیر خواهد بود.»

◀ چابکی بیشتر با اصلاح ساختار سازمانی

مدیرعامل رایانه خدمات امید سپس توضیح می‌دهد که این شرکت در سال ۱۴۰۲ با هدف افزایش چابکی و تأمین به‌موقع درخواست‌های توسعه‌ای بانک سپه ساختار سازمانی خود را تغییر داد و معاونت مستقل طراحی و توسعه را در این سال ایجاد کرد تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن درخواست‌های توسعه‌ای بانک سپه را پاسخ دهد. او درباره وضعیت کنونی این معاونت و برنامه‌هایی که دارد، می‌گوید: «شرکت در نظر دارد بخش معاونت طراحی و توسعه، نقطه اتصال اصلی با حوزه فناوری اطلاعات مشتری باشد. شناسایی، تحلیل، تکمیل مستندات، تست و تحویل تغییرات جدید با مدیریت دقیق این معاونت انجام خواهد شد،



در گفت وگو با مدیران جیرینگ درباره عملکرد این شرکت در یک سال گذشته مطرح شد

انعقاد ۷۴ هزار میلیارد ریال قرارداد فروش سازمانی در ۸ ماه

جیرینگ بازوی اصلی همراه اول در ارائه راهکارهای سازمانی است؛ راهکارهایی که تا قبل از سال ۱۴۰۲ به حوزه‌های مالی و بانکی محدود می‌شدند و حالا با ورود این شرکت به حوزه‌های غیربانکی متفاوت‌تر هم شده‌اند. برای مثال این شرکت در سال ۱۴۰۲ وارد صنعت بیمه و خودرو شده و به سازمان‌های دولتی بزرگ راهکارهای فین تکی ارائه داده است. مدیران این شرکت، به این نتیجه رسیده‌اند که دو عامل در موفقیت آنها نقش دارد؛ یکی داشتن نیروی انسانی به معنای واقعی کلمه متخصص که کار تجربی را ضمیمه دانش نظری اش کند و دیگری افزایش سهم بازارشان در حوزه‌های B2B و B2G. آنها بر این باورند که سهم درآمدی اپراتورها در بخش B2C مشخص و تعریف شده است و آن اپراتوری می‌تواند توسعه پیدا کند که دو بخش اول را جدی بگیرد؛ به همین دلیل می‌خواهند در سال ۱۴۰۳ روی ورودشان به صنایع جدید و تلفیق خدمات اپراتوری با خدمات فین تکی متمرکز شوند. در ادامه گفت‌وگوی عصر تراکنش را با ایرج مشک‌آبادی، معاون تجاری و مریم قدس گلشن، مدیر فروش سازمانی جیرینگ می‌خوانید.



عصر تراکنش



۲۵۸

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

استانداردهای جهانی تلکام و همچنین با پیاده‌سازی روش‌های نوین بازاریابی و فروش سازمانی توانستیم از اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۲ تا کنون، رشدی ۵۰ درصدی در فروش سرویس‌های سازمانی و انعقاد قراردادهای جدید داشته باشیم که تحول بزرگی در گروه شرکت‌های زیرمجموعه همراه اول بوده است. در زمینه فروش سازمانی شارژ و بسته اینترنت نیز توانستیم علاوه بر جذب مشتریان جدید، مشتریان فعلی را با افزایش فروش (Upsell & Cross Sell) به یک رشد درآمدی حداقل ۵۰ درصدی برسانیم.»

◀ اخذ کارگزاری رسمی USSD همراه اول در کشور

مشک‌آبادی سپس می‌گوید که در زمینه USSD نیز با حمایت هیئت‌مدیره و مدیرعامل جیرینگ کارگزاری رسمی USSD را از همراه اول در سال ۱۴۰۲ دریافت کردند که تأثیر بسزایی بر تمرکز روی این عاملیت و فروش سرویس‌های USSD در حوزه‌های غیربانکی و غیرپرداختی داشت و به ارائه خدمات پس از فروش

◀ مأموریت جیرینگ در ورود به حوزه‌های غیربانکی

جیرینگ از سال ۱۳۸۹ تا به امروز سه مأموریت اصلی در فروش سرویس‌های سازمانی همراه اول به حوزه بانکی را برعهده داشته است. ایرج مشک‌آبادی، معاون تجاری جیرینگ با اشاره به این سه مسئولیت درباره عملکردشان در سال ۱۴۰۲ می‌گوید: «پیامک، شارژ USSD و بسته اینترنت سه حوزه‌ای هستند که جیرینگ در بخش بانکی در این سال‌ها روی آنها متمرکز بوده است. در سال ۱۴۰۲ برای اینکه در بخش پیامکی مان بتوانیم سهم بازار بیشتری داشته باشیم، وارد حوزه‌های غیربانکی نیز شده‌ایم و با حمایت حداکثری مدیرعامل و هیئت‌مدیره محترم جیرینگ، با بازنگری در ساختار قدیمی جیرینگ و تطابق آن با

بخش‌های مختلف و جدید کمک کرد. او در این باره می‌گوید: «در این بخش هم افزایشی ۱۰ برابری در درآمد سرویس USSD داشتیم. علاوه بر این موارد، زیرساخت‌های لازم برای ارائه یک پلتفرم جدید را نیز فراهم کرده‌ایم که به منظور ارائه خدمات شهروندی به نسل زد طراحی شده و به‌زودی رونمایی می‌شود.»

◀ نقش دو عامل در موفقیت جیرینگ

مریم قدس گلشن، مدیرفروش سازمانی جیرینگ، نیز بیان می‌کند که تمرکز اصلی این شرکت تا قبل از سال ۱۴۰۲ روی حوزه‌های مالی و بانکی بوده و بیشتر خدماتش را به شرکت‌های بانکی و PSPها ارائه می‌داده، اما در سال ۱۴۰۲ با تغییر مدیرعامل مجموعه و ورود تیم تجاری جدید، علاوه بر حوزه‌های مذکور و جذب شرکت‌های توزیع‌کننده شارژ و بسته جدید، وارد حوزه‌هایی در بستر USSD نیز شده است. او در این باره توضیح می‌دهد: «در اتاق فکری که در سال ۱۴۰۲ تشکیل شد، به این نتیجه رسیدیم که USSD باید هدررفت وقت و هزینه‌های مربوط به منابع انسانی را کاهش دهد و در همین راستا وارد حوزه‌هایی نظیر بیمه، خودرو و پخش و توزیع شدیم تا با ارائه راه‌حل‌های خدمات USSD روند استفاده آنها از این تکنولوژی را با سهولت بخشیم. در بخش پیامک نیز به‌جز بانک‌ها و PSPها قراردادهایی را با شرکت‌های خودرویی نظیر کرمان خودرو، سایپا، شرکت‌های بیمه و شرکت‌های استارت‌آپی و همچنین برای تولید، گردشگری، بیمه و خودروها نیز ویزیهایی در USSD طراحی کردیم که فراتر از بانک و پرداخت می‌رود. امیدواریم در سال پیش‌رو بتوانیم سرویس‌های اپراتوری را با خدمات فین‌تکی تلفیق کنیم.»

او سپس بیان می‌کند که جیرینگ بازوی اصلی همراه اول در ارائه راهکارهای سازمانی فین‌تک است؛ راهکارهایی که تا قبل از سال ۱۴۰۲ به حوزه‌های مالی و بانکی محدود می‌شدند و حالا با ورود این شرکت به حوزه‌های فین‌تکی متفاوت‌تر هم شده‌اند. برای مثال این شرکت در سال ۱۴۰۲ وارد صنعت بیمه و خودرو شده و به سازمان‌های دولتی بزرگ راهکارهای فین‌تکی ارائه داده است.

◀ در جیرینگ معجزه نکردیم

مشک آبادی، تغییرات رخ داده در جیرینگ را انقلابی بزرگ می‌داند که باعث رفتن به سمت حوزه‌های غیربانکی و خدمات پس از فروش شده است. این انقلاب برآمده از به‌کارگیری تجربه سال‌ها فعالیت است و در سال ۱۴۰۲ شکوفا شده است: «ما در جیرینگ معجزه نکردیم. فقط پتانسیل‌هایش را دیدیم و از استانداردهای جهانی و تجارب گذشته برای بالفعل کردن آن پتانسیل‌ها استفاده کردیم. مدیرعامل، هیئت‌مدیره، همکاران تجاری و فنی و تمام ارکان شرکت در سال گذشته به‌صورت شبانه‌روزی کار کردند. حاصل تربیت نیروی متخصص در کمترین زمان ممکن و به‌کارگیری دانش، تجربه و پیگیری و کسب رضایت حداکثری مشتریان، انعقاد ۷۴ هزار میلیارد ریال قرارداد و افزایش پنج‌برابری تعداد مشتری‌های سازمانی مان بود.»

◀ ارائه راه‌حل علاوه بر فروش سرویس

به نظر مشک آبادی درآمد اپراتورهای تلکام از فروش سرویس‌های B2C ثابت است و دیگر پاسخ‌گوی هزینه سالانه اپراتورها نیست. او در این باره می‌گوید: «این درآمدهای سازمانی است که می‌تواند اپراتورها را توسعه دهد؛ این نکته مهمی است که در آینده می‌تواند مسیر رشد اپراتورها را هموار کند. به نظر من اپراتورها در حوزه B2C و B2B به‌ترتیب محصول و سرویس می‌فروشند، اما ما در جیرینگ علاوه بر فروش سرویس راه‌حل برطرف کردن نیازهای مشتری را ارائه می‌دهیم. در واقع As a Solution هستیم و این کار را با سنجش نیازهای مشتریان سازمانی انجام می‌دهیم. به همین دلیل است که در سال ۱۴۰۲ بسیاری از سازمان‌ها، نهادهای دولتی، خصوصی، بانک‌ها و بیمه‌ها از ما راه‌حل گرفته‌اند.»

◀ ۱۴۰۲؛ سال بدون توقف

قدس گلشن، ۱۴۰۲ را سال پویایی و شکوفایی این شرکت می‌داند و می‌گوید که باید تمام کارهای عقب‌افتاده سال ۱۴۰۱ را انجام می‌داده‌اند: «۱۴۰۲، سال بدون توقف و سرعت بود و ما راهی به‌جز موفق شدن نداشتیم. ما محکوم به موفقیت بودیم.»

باید هرچه را در سال قبل اتفاق نیفتاده بود سروسامان می‌دادیم و تصمیم گرفتیم که راه صدساله را یک‌شبه برویم و اگرچه این تصمیم فشار زیادی به همه آورد، اما در نهایت به توسعه جیرینگ ختم شد. من و همه همکارانم در یک سال گذشته، روزهای پرچالش و پراسترسی را پشت سر گذاشتیم و دستاوردهای یک سال اخیر، محصول کار تیمی همه ما است و هرکس به نوبه خود نقشی در آن داشته است.»

◀ تخصص جز با کار تجربی حاصل نمی‌شود

بنا بر صحبت‌های معاون تجاری و مدیرفروش سازمانی جیرینگ، داشتن نیروی انسانی متخصص در توسعه کسب‌وکار آنها حرف اول را می‌زند و در سال گذشته برای اینکه نیروهای کارآمدی داشته باشند، از هیچ کاری دریغ نکرده‌اند. آنها در این باره توضیح می‌دهند: «ما برای جذب و نگهداشت نیروهایمان هر کاری لازم باشد، انجام می‌دهیم؛ ارائه خدمات رفاهی و دوره‌های آموزشی برای توسعه فردی و حرفه‌ای آنها، به نظر ما، هرچقدر هم که افراد در دانشگاه‌ها دانش نظری کسب کرده باشند، تا زمانی که وارد بازار کار نشوند و در عمل تجربه به دست نیاورند، متخصص نخواهند شد. متأسفانه در حوزه فروش سازمانی و مارکتینگ B2B در حوزه اپراتوری تلکام متخصصان زیادی در کشور نداریم که با پیاده‌سازی استانداردهای فروش سازمانی، ادبیات مذاکره و کسب‌وکار سازمانی و... آشنا باشند و این دانسته‌ها فقط در محیط عملیاتی کاری به دست می‌آید. به همین منظور برای ایجاد مزیت رقابتی در سازمانمان دوره‌های عملی و آموزشی طراحی کرده‌ایم که در آنها نیروی کار خودمان را به‌صورت تجربی و کارآمد تربیت می‌کنیم تا بتواند در حوزه B2B فعالیت متمرثری داشته باشد. مدیران جیرینگ بر این باورند که یکی از دلایلی که اکثر اپراتورهای تلکام در کشور هم به سمت کسب درآمد از حوزه B2C سوق داده می‌شوند، همین عدم تمرکز، سرمایه‌گذاری و نگهداشت و تربیت نیروی‌های متخصص در حوزه B2B است.»

◀ ۱۴۰۳؛ ارائه خدمات شهروندی بر بستر USSD

به باور قدس گلشن، سال ۱۴۰۳ برای آنها چالشی نخواهد داشت و مسیر تحول جیرینگ را در سال ۱۴۰۲ برای یک جهش تحول‌آفرین هموار کرده‌اند و حالا وقت آن رسیده که شکوفا شوند و با ورود به صنایع جدید سهم بازار بیشتری را از آن خود کنند. مشک آبادی نیز صحبت‌های او را تأیید کرده و اضافه می‌کند: «برنامه ما برای توسعه جیرینگ در سال ۱۴۰۳ این است که در بخش کسب‌وکار سازمانی محصولات جدید USSD برای سازمان‌های دولتی بزرگ طراحی کنیم و در مذاکره با آنها و سنجش نیازهای جامعه، به تسهیل نیازهای شهروندی بپردازیم؛ نیازهایی که قرار است از طریق پلتفرم جدید ما که به‌زودی از آن رونمایی می‌کنیم، پاسخ داده شود. همچنین تعداد پذیرنده‌هایمان را هم بیشتر خواهیم کرد و در یک کلام به آینده‌دار بودن جیرینگ امید زیادی داریم.»



ممبر تراکتس

کسب‌وکار

۲۵۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



در گفت و گو با امیر کشورزاد، مدیرعامل شرکت معتمد مالیاتی کیسان
درباره فعالیت هایشان مطرح شد

تسهیل و تسریع امور مالیاتی با تمرکز بر فناوری

بر اساس آیین نامه ماده ۲۶ قانون پایانه های فروشگاه های و سامانه مؤدیان، شرکت داده پردازی کیسان در سال ۱۴۰۱ مجوز شرکت معتمد مالیاتی نوع اول را دریافت و در آبان ماه سال ۱۴۰۱ بر اساس ابلاغ سازمان امور مالیاتی ارائه خدمات به شرکت های بورسی و فرابورسی را آغاز کرد. در گفت و گو با امیر کشورزاد، مدیرعامل شرکت کیسان، به فعالیت های این شرکت و برنامه های توسعه ای آنها پرداختیم. به گفته او، در نیمه دوم سال ۱۴۰۲ این شرکت با طراحی و توسعه پایانه فروشگاه های در بستر دستگاه کارت خوان و سایر ابزارهای اندرویدی، راهکار اختصاصی اصناف را ارائه کرده و تا به امروز بیش از ۸,۰۰۰ شخص حقوقی و حدود ۲,۰۰۰ شخص حقیقی اقدام به ثبت صورت حساب الکترونیکی از طریق راهکارهای کیسان کرده اند. تمرکز آنها در سال ۱۴۰۳ نیز بر جذب مشتریان جدید است و در تلاش اند کیسان را به برندی شناخته شده تر در میان مخاطبان هدفشان تبدیل کنند. در ادامه، گفت و گوی عصر تراکنش را با امیر کشورزاد می خوانید.



عصر تراکنش



۲۶۰

ASAE TRAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

راهکار اختصاصی اصناف

را در اختیار مشتریان خود قرار داده است. اولین روش ثبت صورت حساب از طریق رابط کاربری است که مؤدی اطلاعاتی همچون نوع خریدار و مشخصات آن، مشخصات کالا یا خدمت مورد معامله را در فرم صدور صورت حساب درج می کند که پس از بررسی و مغایرت گیری توسط شرکت معتمد برای سازمان امور مالیاتی ارسال می شود. در روش دوم از طریق بارگذاری فایل، صورت حساب ثبت می شود که این روش برای ثبت هم زمان تعداد زیادی صورت حساب مناسب است که یک فایل بر اساس الگوی تعیین شده تهیه و

طبق صحبت های امیر کشورزاد، مدیرعامل معتمد مالیاتی کیسان، تمرکز این شرکت در سال ۱۴۰۲ روی ارائه سرویس ثبت صورت حساب الکترونیکی برای اشخاص حقوقی بوده که از طریق ارائه پایانه فروشگاه های تحت وب و وب سرویس برای ارسال صورت حساب الکترونیکی بوده است. او در این باره توضیح می دهد: «شرکت کیسان وظیفه اصلی خود را کمک به مؤدیان برای انجام تکالیفشان در حوزه مرتبط با صورت حساب تعریف کرده است. از این رو پس از ورود مشتری به پایانه فروشگاه های و وارد کردن اطلاعات لازم، وظیفه ارسال صورت حساب بر عهده این شرکت گذاشته می شود و پیگیری رفع هر نوع مشکلی بر عهده کیسان خواهد بود. برای ثبت اطلاعات صورت حساب های فروش توسط مؤدیان راه های مختلفی تعریف شده است و شرکت کیسان برای این منظور روش های گوناگونی

در پایانه فروشگاهی ابری این شرکت وارد می شود و اطلاعات از نظر ظاهری و سازگاری با مقررات و دستورالعمل های سازمان امور مالیاتی بررسی و سپس صورت حساب ها صادر می شوند.»

ثبت صورت حساب از طریق وب سرویس نیز روش سوم است که این شیوه نیز برای ثبت تعداد زیاد صورت حساب مناسب است که به اقدامات فنی و نرم افزاری نیاز دارد تا مؤدیان بتوانند صورت حساب های خود را در پایانه فروشگاهی ابری کیسان ثبت کنند. او با بیان این موارد می گوید: «دقت و سرعت بالا از جمله مزایای این روش به حساب می آید. با توجه به طراحی مناسب و توجه به نیازمندی های کاربران، بسیاری از شرکت های معتبر پایانه فروشگاهی کیسان را برای انجام تکالیف خود و ارسال صورت حساب الکترونیکی انتخاب کردند. در نیمه دوم سال ۱۴۰۲ با توجه به الزام اشخاص حقیقی و اصناف به صدور صورت حساب الکترونیکی شرکت داده پردازی کیسان با طراحی و توسعه پایانه فروشگاهی در بستر دستگاه کارت خوان و سایر ابزارهای اندرویدی راهکار اختصاصی اصناف را ارائه کرد.»

سال ۱۴۰۲ با رشدی سریع برای کیسان همراه بوده است. کشورزاد با بیان این مطلب می گوید: «این رشد شامل رشد تعداد مشتریان، رشد پرسنل سازمان و رشد تعداد صورت حساب الکترونیکی ارسال شده به سازمان امور مالیاتی بوده که با وجود چالش های زیاد به واسطه برنامه ریزی های انجام شده و تلاش همکاران ما در کیسان اکثر این چالش ها برطرف شده است. در این سال شرکت های زیادی از اصناف مختلف همکاری شان با کیسان را آغاز کرده اند. از جمله این اصناف می توان به صنعت پالایش و پتروشیمی، صنایع فلزی از قبیل فولاد، آلومینیوم و مس، صنایع غذایی، صنایع دارویی، صنایع مخابرات، بیمه، سرمایه گذاری، مالی و ارکان بازار سرمایه اشاره کرد.»

◀ آمار و ارقامی از کیسان

طبق صحبت های او، تعداد اصنافی که تاکنون از خدمات کیسان استفاده کرده اند، ۴۴ صنف است: «تا به امروز بیش از ۸۰۰۰ شخص حقوقی و حدود ۲۰۰۰ شخص حقیقی اقدام به ثبت صورت حساب الکترونیکی از طریق راهکارهای کیسان کرده اند. همچنین شرکت داده پردازی کیسان تاکنون موفق به ارسال بیش از ۷۵ میلیون صورت حساب الکترونیکی به سامانه مؤدیان شده است.»

با توجه به جدید بودن موضوع ارسال صورت حساب الکترونیکی نیاز به آموزش مؤدیان بسیار جدی است و کیسان در سال ۱۴۰۲ برنامه های آموزشی متنوعی را برگزار کرده است. مدیرعامل این شرکت در این باره می گوید: «بیش از پانزده هزار نفر در وبینارهای آنلاین ما شرکت کرده اند و در شهرهای مختلفی از جمله اردبیل، قم و سمنان رویداد آموزشی برگزار کرده ایم.»

◀ ارائه خدمات تخصصی در بستر پایانه فروشگاهی

در یک سال گذشته شرکت های معتمد مالیاتی بیشتری شروع به فعالیت کرده اند. به گفته کشورزاد، مزیت رقابتی اصلی کیسان در سال ۱۴۰۲ ارائه خدمات تخصصی در بستر پایانه فروشگاهی این شرکت بوده که در کنار پشتیبانی ویژه باعث شده مشتریان این شرکت نگران مسائل مرتبط با پایانه فروشگاهی نباشند. او در این باره این طور توضیح می دهد: «پایانه فروشگاهی کیسان با در نظر گرفتن نیازمندی های کاربر و طراحی کاربرپسند امکان ثبت صورت حساب الکترونیکی در تمامی الگوها را به صورت فرم، فایل اکسل و وب سرویس فراهم کرده است. همچنین با توجه به وجود ابهامات و سؤالات زیاد در زمینه اجرای قانون پایانه های فروشگاهی و سامانه مؤدیان، شرکت داده پردازی کیسان اقدام به برگزاری وبینارهای آموزشی متعدد کرد. همچنین ارائه خدمات پشتیبانی

به صورت تلفنی، چت و ریموت یکی دیگر از خدمات شرکت کیسان بوده که در راستای اطمینان دادن به مشتریان ارائه شده است.»

◀ چالش رشد سریع

با توجه به جدید بودن حوزه فعالیت کیسان، تغییرات و اختلالات زیادی را در موارد مختلفی شاهد بودند که آنها را در ارائه سرویس باکیفیت به مشتریان دچار مشکلاتی کرد. مدیرعامل این شرکت با بیان این موضوع درباره چالش هایی که در یک سال گذشته با آنها روبه رو بودند، می گوید: «همچنین جابه جایی چندباره تاریخ الزام مؤدیان به ثبت صورت حساب الکترونیکی نیز مشکلاتی را برای ما ایجاد کرد که خوشبختانه در حال حاضر تا حد زیادی این موارد برطرف شده اند. چالش دیگر ما رشد سریع بوده است. اینکه یک سازمان بتواند یک رشد متقارن داشته باشد، موضوع بسیار مهمی است. رشد در تعداد مشتریان باید با رشد محصول نرم افزاری، زیرساخت سخت افزاری، تیم پشتیبانی و نیروی انسانی سازمان همراه باشد که در تلاشیم این موارد را به بهترین شکل ممکن محقق کنیم.» طبق مصوبات ابلاغی در سال ۱۴۰۳ بسیاری از اصناف ملزم به ارسال صورت حساب الکترونیکی هستند. او درباره چالش هایی که ممکن است در سال ۱۴۰۳ با آن روبه رو شوند، می گوید: «نیاز این اصناف با یکدیگر متفاوت است و ما باید برای آنها راهکارهای اختصاصی ارائه دهیم. این موضوع یکی از چالش های ما برای سال ۱۴۰۳ است. ما برای این چالش راهکارهای جدیدی از جمله صدور صورت حساب الکترونیکی در بستر دستگاه های اندرویدی مانند دستگاه کارت خوان را آماده کرده ایم که در اصنافی مثل طلا و جواهر و رستوران ها بسیار کاربردی خواهد بود. راهکار دیگر ما برای اصناف، اپلیکیشن موبایلی ما است که اصناف گوناگون می توانند از طریق آن ارسال صورت حساب را انجام دهند.»

◀ تبدیل کیسان به برندی شناخته شده تر

تمرکز کیسان در سال ۱۴۰۳ روی توسعه و بهبود محصول نرم افزاری شان خواهد بود. کشورزاد درباره برنامه های شان برای سال جدید می گوید: «توسعه راهکارها برای اصناف مختلف و همچنین توسعه نیروی انسانی شرکت از نظر تعداد و توانمندی به منظور ارائه خدمات بهتر به مشتریانمان برنامه دیگر ما است. کسب سهم بازار چشمگیر در حوزه اصناف موضوعی است که در سال آینده روی آن تمرکز کرده ایم. بازار ارسال صورت حساب الکترونیکی در حال رشد است و فکر می کنیم تمرکز ما در این سال می بایست روی جذب مشتریان جدید باشد. ارائه راهکار کاربردی برای مشتریان تازه وارد، آموزش آنها و پشتیبانی از شان دغدغه اصلی ما در سال آتی خواهد بود. ما از سرویس های جدید رونمایی خواهیم کرد و برنامه داریم کیسان را به برندی شناخته شده تر در میان مخاطبان هدفمان تبدیل کنیم.» طبق صحبت های مدیرعامل این شرکت، چشم انداز کیسان، تبدیل شدن به معتبرترین شرکت ارائه دهنده خدمات آنلاین در زمینه امور مالیاتی است. او می گوید: «تسهیل و تسریع امور مالیاتی با تمرکز روی تکنولوژی اولویت اول ما است.»



چالش دیگر ما
رشد سریع بوده
است. اینکه یک
سازمان بتواند یک
رشد متقارن داشته
باشد، موضوع
بسیار مهمی است.
رشد در تعداد
مشتریان باید
با رشد محصول
نرم افزاری،
زیرساخت
سخت افزاری، تیم
پشتیبانی و نیروی
انسانی سازمان
همراه باشد که در
تلاشیم این موارد
را به بهترین شکل
ممکن محقق کنیم

مختلفی از جمله اردبیل، قم و سمنان رویداد آموزشی برگزار کرده ایم.»

◀ ارائه خدمات تخصصی در بستر پایانه فروشگاهی

در یک سال گذشته شرکت های معتمد مالیاتی بیشتری شروع به فعالیت کرده اند. به گفته کشورزاد، مزیت رقابتی اصلی کیسان در سال ۱۴۰۲ ارائه خدمات تخصصی در بستر پایانه فروشگاهی این شرکت بوده که در کنار پشتیبانی ویژه باعث شده مشتریان این شرکت نگران مسائل مرتبط با پایانه فروشگاهی نباشند. او در این باره این طور توضیح می دهد: «پایانه فروشگاهی کیسان با در نظر گرفتن نیازمندی های کاربر و طراحی کاربرپسند امکان ثبت صورت حساب الکترونیکی در تمامی الگوها را به صورت فرم، فایل اکسل و وب سرویس فراهم کرده است. همچنین با توجه به وجود ابهامات و سؤالات زیاد در زمینه اجرای قانون پایانه های فروشگاهی و سامانه مؤدیان، شرکت داده پردازی کیسان اقدام به برگزاری وبینارهای آموزشی متعدد کرد. همچنین ارائه خدمات پشتیبانی



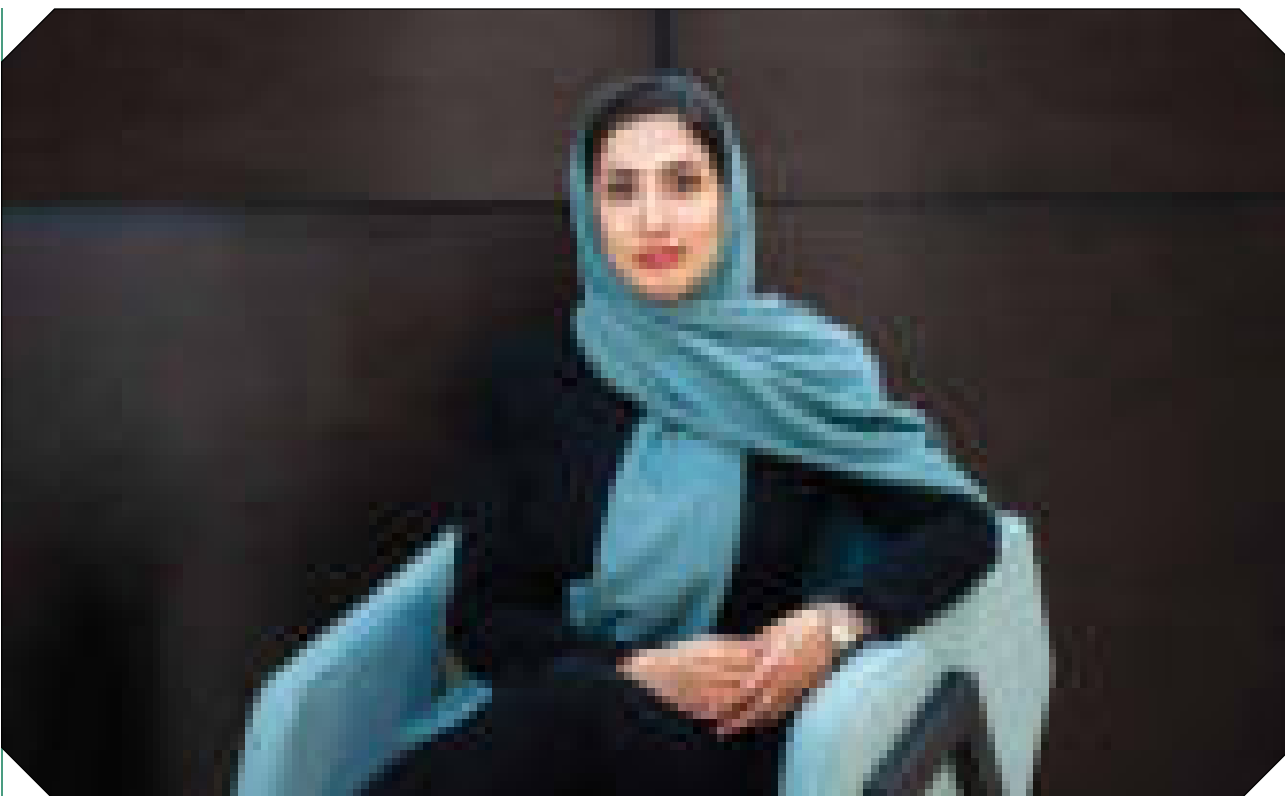
مهرتراکتس

کسب و کار

۲۶۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



گفت و گو با الهام عارف نیا، مدیرعامل توسعه نرم افزاری شرکت پارت آوا
درباره دلیل شکل گیری این شرکت و چشم اندازی که برای آن در نظر گرفته اند

به فکر صادرات نرم افزار هستیم

شرکت توسعه نرم افزاری پارت آوا یکی از شرکت های نرم افزاری تازه تأسیس صنعت پرداخت است که فعالیت خود را از تیرماه سال ۱۴۰۲ آغاز کرده است. این شرکت با تمرکز روی تولید، توسعه و پشتیبانی نرم افزارهای پرداختی و کمک به توسعه زیرساخت های صنعت پرداخت و ارائه هرچه بیشتر خدمات ارزش افزوده در راستای تسهیل روند پرداخت کشور تشکیل شده است؛ اقدامی که مسیر پیش روی آنها را هموار کرده و به آنها این امکان را می دهد که به سمت چشم انداز درازمدتشان که صادرات نرم افزار است، قدم بردارند. مدیرعامل این شرکت معتقد است که صنعت پرداخت کشور در مقایسه با سایر صنایعی که دیجیتال شده اند، وضعیت روبه جلویی دارد و در سال های آینده درگیر روندهای جدیدی نظیر جایگزین شدن پرداخت های غیرکارتی با پرداخت های کارت می شود و شرکت های نرم افزاری فعال در این حوزه باید به سراغ پروژه های درآمدزایی بروند که همگام با روندهای روز ایران و جهان به توسعه کشور کمک می کنند. در گفت و گو با الهام عارف نیا، مدیرعامل توسعه نرم افزاری پارت آوا، مروری بر شکل گیری این شرکت و برنامه هایی که برای توسعه در سال ۱۴۰۳ دارند، داشتیم.



◀ فلسفه شکل گیری

شرکت اطلاع رسانی پارت ارتباط آوا از سال ۱۳۸۷ با هدف ارائه راهکارهای جامع پرداخت، بانکداری الکترونیک، توزیع و پشتیبانی دستگاه های کارت خوان آغاز به کار کرد و در سال های گذشته به دلیل نیازی که درون سازمان خود احساس می کرده، بخش نرم افزاری اش را توسعه داده و

مستقل کرده است. الهام عارف نیا، مدیرعامل شرکت توسعه نرم افزاری پارت ارتباط آوا با اشاره به فلسفه شکل گیری این شرکت و مستقل شدنش می گوید: «نیازهای نرم افزاری شرکت در سال های گذشته زیاد شده بود و به همین دلیل تصمیم گرفتیم که شرکت توسعه نرم افزاری پارت آوا را از آن جدا کنیم تا به صورت

مصرف تراکتس



۲۶۲

ASAEETARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

سال اخیر مهاجرت نیروی کار به خارج از مرزهای ایران، ما را در تأمین منابع انسانی به چالش کشیده است. با وجود این، در سالی که گذشت تعدادی نیروی متخصص و کارآمد جذب کردیم و برای تأمین نیروهای دیگری که نیاز داشتیم هم تصمیم گرفتیم به دنبال آموزش افرادی باشیم که استعداد و توانایی متخصص شدن را دارند. علاوه بر این، فضای کاری شرکت را به صورتی پویا و منعطف طراحی کردیم و چالش‌های نرم‌افزاری را که به وجود می‌آمد، با یادگیری حل کردیم تا افراد به رشد و فعالیت در این حوزه ترغیب شوند. همچنین، تعداد پروژه‌هایمان را هم افزایش دادیم تا افراد بتوانند درگیری بیشتری با کار پیدا کنند و بر آموخته‌های خود بیفزایند. ما این برنامه‌ها را در سال ۱۴۰۳ نیز ادامه خواهیم داد تا یک مزیت رقابتی در حوزه منابع انسانی نسبت به دیگران ایجاد کنیم.»

◀ توسعه زیرساخت‌ها و هموار کردن مسیر پیش رو

طبق صحبت‌های عارف‌نیا، آنها در سالی که گذشت با توسعه زیرساخت‌های خود، مسیر توسعه پیش‌رویشان را هموار کردند و می‌خواهند در سال جدید روی تحقیق، توسعه و تولید پنج مدل دستگاه کارت‌خوان جدید اندرویدی و غیراندرویدی از برندهای پکس و مورفان و اضافه کردن برخی قابلیت‌های ارزش‌افزوده جدید کار کنند. او توضیح می‌دهد: «در قدم بعدی به دنبال اتصال به چند PSP و زیرسوییچ جدید نیز هستیم تا بتوانیم سید محصولاتمان را در راستای ارائه خدمات به تمام PSP های فعال کشور کامل کنیم. همچنین، نرم‌افزارهای ترمینال‌های اندرویدی حوزه پرداختمان را هم متناسب با نیاز بازار توسعه خواهیم داد. چشم‌انداز ما برای این شرکت این است که بتوانیم با کمک تیم توسعه و تحقیق بازارهای خارجی، نرم‌افزارهایمان را متناسب با نیاز آنها توسعه دهیم و به آنها صادر کنیم. همچنین بتوانیم راهکارهای نوین و مؤثری را در جهت توسعه و رشد صنعت پرداخت کشور ارائه دهیم.»

◀ چالش‌های احتمالی سال جدید

او معتقد است که چالش‌های عمومی نظیر تورم، رگولاتوری، تحریم و منابع انسانی تمامی ندارند و همه شرکت‌ها با این مسائل دست‌وپنجه نرم می‌کنند، اما شرکت‌های نرم‌افزاری باید با توجه به وضعیت اقتصادی حاکم بر کشور، به سراغ تعریف پروژه‌های کارآمدی بروند که درآمدزا باشد و در کنار آن از آموزش نیروی انسانی هم غافل نشوند. او در آخر درباره وضعیت صنعت پرداخت کشور صحبت می‌کند: «این صنعت در مقایسه با سایر صنایعی که به سمت دیجیتالی شدن رفته‌اند، وضعیت خوبی دارد و روبه‌جلو و در مسیر توسعه بوده است. به نظر من، در سال‌های آینده پرداخت‌های غیرکارتی جای پرداخت‌های کارت‌های را می‌گیرند و این اتفاق به یکی از روندهای روز کشور تبدیل می‌شود. ما هم به عنوان یک شرکت فعال در حوزه نرم‌افزارهای پرداختی با تکیه بر توان داخلی سازمان و نیروی انسانی متخصص برای این اتفاق آماده خواهیم بود تا بتوانیم برای حوزه‌های مختلف اقتصاد دیجیتال کشور نرم‌افزار تولید کرده و روند پرداخت آنها را تسهیل کنیم.»



چشم‌انداز ما
برای این شرکت
این است که
بتوانیم با کمک تیم
توسعه و تحقیق
بازارهای خارجی،
نرم‌افزارهایمان را
متناسب با نیاز آنها
توسعه دهیم و به
آنها صادر کنیم.
همچنین بتوانیم
راهکارهای نوین و
مؤثری را در جهت
توسعه و رشد
صنعت پرداخت
کشور ارائه دهیم

مجزا و مستقل کار کند. در نتیجه از تیرماه ۱۴۰۲ تمام فعالیت‌های نرم‌افزاری پارت ارتباط آوا را در این شرکت تجمیع کردیم. در واقع، شرکت به حدی به بلوغ رسیده بود و تعداد اتصال به زیرسوییچ‌هایش زیاد شده بود که چاره دیگری نداشتیم و باید یک شرکت مستقل نرم‌افزاری تأسیس می‌شد.»

◀ تولید چهارصد هزار دستگاه کارت‌خوان

بنابر صحبت‌های او، شرکت مادر اطلاع‌رسانی پارت ارتباط آوا در حال حاضر نماینده انحصاری شرکت مورفان و نماینده رسمی شرکت پکس در ایران است و به همین منظور، دو خط تولید مجزا نیز در منطقه اقتصادی پیام دارد که یکی از آنها مربوط به مورفان و دیگری برای پکس است. البته فعالیت‌های آنها به همین اقدامات محدود نمی‌شود. او درباره سایر اقداماتشان در سالی که گذشت توضیح می‌دهد: «تعداد کارت‌خوان‌های تولیدشده و فعال ما در این مدت حدود چهارصد هزار دستگاه بوده و موفق به عقد قرارداد همکاری با شش شرکت PSP و سه زیرسوییچ فعال کشور شده‌ایم که نرم‌افزارهای اتصال به آنها نیز وجود دارند و در حال فعالیت‌اند. علاوه بر این، چند محصول ارزش‌افزوده نیز داریم. تمامی این محصولات ارزش‌افزوده در راستای هوشمندسازی دستگاه‌های کارت‌خوان و تجربه کاربری بهتر برای پذیرندگان توسعه یافته‌اند. برای مثال می‌توانیم به کتابخانه پرداختی اندرویدی اشاره کنیم که با توجه به وجود تعداد بسیار زیادی از نرم‌افزارهای اندرویدی برای کسب‌وکارهای مختلف و رشد متخصصان توسعه‌دهنده اپلیکیشن‌های اندرویدی، به هدف تسهیل اجرای انواع نرم‌افزارهای اندرویدی روی تمام سوییچ‌های موجود این شرکت طراحی و اجرا شده و به توسعه‌دهنده‌ها اجازه می‌دهد بدون مواجهه با چالش‌های پرداختی رایج عملیات مدنظر خود را به سادگی انجام دهند. یکی دیگر از محصولاتمان نیز پروتکل اتصال به صورت بی‌سیم و باسیم به سخت‌افزارهای جانبی است؛ اعم از کیوسک‌ها، تبلت‌ها، ترازوها و صندوق‌های فروشگاه‌های برای دستگاه‌های اندرویدی و غیراندرویدی. همچنین، نرم‌افزارهای اندرویدی ارزش‌افزوده‌ای هم در زمینه‌هایی نظیر فروش بلیت، رستوران و کافه‌داری با قابلیت شخصی‌سازی موجود داریم. ما در سالی که گذشت روی مدل‌های محبوب مورفان H9 و MF919 و مدل‌های جدید پکس Q58، Q60 و D210 نیز متمرکز بودیم.»

◀ مدیریت منابع انسانی با ایجاد محیطی پویا

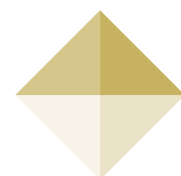
این شرکت هم مانند تمام کسب‌وکارهایی که با نوآوری و فناوری گره خورده‌اند، برای توسعه خود با چالش‌هایی روبه‌رو است که خاص خود هم نیست. عارف‌نیا می‌گوید که با وجود تمام چالش‌ها اگر قرار باشد فقط به یکی از آنها اشاره کند، چالش جذب نیروی انسانی متخصص را نام می‌برد. او در این باره توضیح می‌دهد: «شرکت‌های تولید و توسعه نرم‌افزاری با تکیه بر نیروی کار ماهر و متخصصی که دارند، جلو می‌روند و در چند



عکس: نسیم اعتمادی



مهرتراکتس



۲۶۴

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

در گفت‌وگو با مدیران گروه مالی بلوط درباره توسعه هسته نرم‌افزاری سی‌هور و اخبار داراکارت
در سال ۱۴۰۲ مطرح شد

فصل تازه‌ای در توسعه فنی و تعامل با شرکای تجاری

گروه مالی بلوط در سال‌های گذشته کوشیده با کاربری‌های نوین مالی و روش‌های فناورانه، راهکارهای ساده و قابل اعتمادی را در زمینه خرید اقساطی و اعتباری ارائه دهد و امسال با تکمیل و بهره‌برداری از هسته اعتباری هوشمند سی‌هور، آن را مطابق با نمونه‌های موفق در بازارهای مالی جهانی، توسعه داده است. این شرکت در دو سال گذشته با شناسایی نیازهای بازار و تعامل مستمر فنی با شرکای تجاری اش، بر ارائه راهکار اعتباری متنوعی تمرکز کرده که روش‌های جدیدی را برای خرید در اختیار افراد و سازمان‌ها قرار می‌دهد. مدیران این شرکت معتقدند با توجه به وضعیت اقتصادی حاکم بر ایران، دیگر حتی لحظه‌ای هم نمی‌توان نسبت به مفهوم «اعتبار» بی‌توجه بود و آن را با مفاهیم دیگری جایگزین کرد و باید با استفاده از فناوری، امکان توسعه بیشتر این مفهوم را فراهم آورد. در ادامه صحبت‌های پدram و رشوکار، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره؛ محمد تابش، مدیر ارشد عملیات اجرایی و پردیس ملاآقایی، مدیر کنترل پایداری شبکه اعتباری گروه مالی بلوط را می‌خوانید.



◀ فین‌تک و لندتک؛ فرزندان مشروع فناوری‌های مالی

نظیر کنترل، حذف و محدودیت همراه شده باشد. به نظر من، فین‌تک و لندتک فرزندان مشروع آن نوع از فناوری‌هایی هستند که به صورت هوشمندانه به بانکداری سنتی جهان وارد شده‌اند و اگر به رسمیت شناخته نشوند و زمینه رشد و افزایش نفوذ آنها فراهم نشود، نظام مالی در این مملکت اوضاعی شبیه به وضعیت صنعت خودرو پیدا خواهد کرد.»

◀ ۱۴۰۲؛ سال توسعه تعامل فنی و تجاری با شرکا

گروه مالی بلوط بعد از سی‌ماه تمرکز بر توسعه فنی،

پدram و رشوکار، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره گروه مالی بلوط بر این باور است که چالش‌های متعدد و متنوعی که اکوسیستم نوآوری و فناوری مالی ایران در سال ۱۴۰۲ تجربه کرده، در نوع خود کم‌نظیر است و شرکت‌ها در تمام سطوح شاهد تکانه‌های زیادی بوده‌اند. با وجود این، مدیران جوان، متخصص و منعطف پلتفرم‌های مالی خلاقانه‌ترین واکنش‌ها را نشان داده‌اند. او درباره یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های فناوری‌های مالی کشور می‌گوید: «پیرنگ‌تر شدن فین‌تک در سال ۱۴۰۲ حاصل بلوغ تدریجی بازیگرانی بود که با درک درست از ساختارهای تصمیم‌سازی در ایران، راهبرد تجمیع توان صنفی را برگزیدند. من معتقدم جریان مؤثر موسوم به موج جدید فناوران مالی و اعتباری را نباید یک پدیده دانست، چون پدیده انگاشتن آن باعث شده که برخورد حاکمیت و رگولاتور با آن باوازگانی

سال درخشانی را پشت سر گذاشته و بر پایه هسته هوشمند اعتباری سی هور، به جمع شرکت‌های دانش‌بنیان پیوسته است. ورشوکار با اشاره به این موضوع درباره سایر اقدامات و دستاوردهایی که در سال گذشته داشته‌اند، بیان می‌کند: «در مسیر توسعه شبکه پذیرندگی دارا، امکان خرید از بازارهای منحصربه‌فرد آنلاین و آفلاین نظیر دیجی کالا، فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند، شهر کتاب، روشا، کارناوال و بسیاری دیگر برای دارندگان کارت‌های دارا فراهم و در پایان این سال پرتفاق، با حدود چهار میلیون دلار ارزش‌گذاری رسمی و افزایش سرمایه قابل توجه، زمینه برای انتقال بخش مهمی از سهام آن به سرمایه‌گذار جدید تسهیل شده است؛ اتفاقی که پیش‌بینی می‌کنم در اوایل سال جدید بیشتر به آن بپردازیم. اگر با دید تخصصی به داراکارت نگاه کنیم، سال ۱۴۰۲ فصل تازه‌ای در توسعه و تعامل فنی مؤثر ما با مهم‌ترین شرکای تجاری مان بوده است؛ از جمله: یکپارچه‌سازی زنجیره اعتباری در بستر شاتوت که حاصل تلاش تیم مشترک فنی ما و شرکت فاش بوده؛ عملیاتی شدن اتصال فنی به بزرگ‌ترین PSP کشور با همت تیم فنی مشترک با شرکت سپ؛ طراحی و پیاده‌سازی ابزارهای نوآورانه در توسعه درگاه‌های پرداخت اعتباری در نتیجه عملکرد عالی تیم مشترک فنی با دیجی‌پی و هم‌افزایی فنی کم‌نظیر با شرکت اعتبار شهر در مسیر خلق فرصت‌های نو مبتنی بر رمزارها. در مجموع همه آنچه آموختیم، آزمودیم و عملیاتی کردیم، بسیار فراتر از تصور و پیش‌بینی ما برای سال ۱۴۰۲ بود.»

استفاده از ظرفیت‌های اینشورتک‌ها برای ارائه اعتبار

او در ادامه به چالش‌های موجود در بخش فنی حوزه لندتک اشاره می‌کند و توضیح می‌دهد که موضوعات مهمی نظیر فناوری تراکنش، بهبود شاخص امنیت، یکپارچگی فنی، آگاهی حقوقی، تضمین قانون‌مندی، مقیاس‌پذیری در همه ابعاد عملیاتی و فعال نگه داشتن فنی شبکه اعتباری از جمله چالش‌هایی هستند که در حوزه لندتک وجود دارند: «هرکدام از این موارد معرف فضایی خواهند بود که تحول و ارتقا در مدیریت آنها، تنفس بهتر و عملکرد کارا تر نظام اعتباری خرد، خارج از شبکه معمول بانکی کشور را ممکن می‌کند. امیدوارم به موازات این توسعه فنی که سهم مؤثر همه بازیگران اکوسیستم در آن مشهود است، انرژی مضاعفی نیز روی توسعه فرهنگ مالی کشور گذاشته شود تا در پایان سال ۱۴۰۳ شاهد رشد ضریب نفوذ خدمات فین‌تک و بهبود رفتارهای مالی جمعی باشیم و از تعامل با صنایعی نظیر اینشورتک برای استفاده از اعتبار به جای پول، راهکارهای نوین را فراگیر کنیم.»

اعتبارسنجی، ابزار حیاتی در ارائه خدمت

بنا بر صحبت‌های محمد تابش، مدیر ارشد عملیات اجرایی گروه مالی بلوط، با وجود تغییرات پیوسته در چشم‌انداز اکوسیستم مالی و فین‌تک، توسعه راه‌حل‌های متمرکز بر رفع نیازهای کاربران، همواره در اولویت تیم‌های نوآور قرار دارد. او در این باره می‌گوید: «تکامل و بهبود ارائه خدمات مبتنی بر راهبرد «الان بخیر، بعداً پرداخت کن» برای افراد و سازمان‌های کوچک و بزرگ که از چندی پیش در بلوط هم شروع شده بود، از جمله همین موارد است. ما در بلوط در سال گذشته، بعد از شناسایی چالش‌هایی نظیر مدیریت گروهی کارت‌های دارا و بازپرداخت اقساط معوق سازمان‌ها، پنل‌های جدیدی را به منظور دسترسی به سیستم و بهینه کردن تجربه کاربری ایجاد کردیم که با بازخورد مثبت مشتریان داراکارت روبه‌رو شد. یکی از زمینه‌های دیگر تمرکز تیم داراکارت در سال گذشته، توجه بیشتر به تخصیص اعتبار خرید به مشتریان فردی بوده است. با وجود استقبال از این ابزار اعتباری، یکی از چالش‌های اساسی که در ارائه این خدمت با آن روبرو بوده‌ایم، کمبود یا نازل بودن کیفیت اطلاعات ورودی برای اعتبارسنجی کارآمد مشتریان فردی بوده است. به‌رغم اتصال فنی و بهره‌مندی سیستماتیک سی هور از زیرساخت رتبه‌بندی اعتباری بانک مرکزی، تجربه ما نشان داده که شاید هنوز هم

بهترین معیار در ارائه خدمات آتی، رصد و تحلیل رفتار مستمر مالی کاربر در پلتفرم داراکارت باشد.» او در ادامه توضیح می‌دهد که تخصیص اعتبار در حوزه سازمانی نیز از این قاعده مستثنا نیست و نوپایی مدل‌های اعتبارسنجی شرکتی در ایران و وابستگی‌های ذاتی آنها به شاخص‌های محدود، سبب پایین بودن دقت این دسته از ارزیابی‌ها است. در نتیجه با افزایش ریسک در مدیریت نکول و فقدان بیمه‌های تخصصی BNPL محور روبه‌رویم: «بیمه‌های اعتباری کشور فقط مدیریت ریسک وام‌هایی با اقساط طولانی را هدف گرفته‌اند و جای راهکارهای نوآورانه‌ای که به مدیریت ریسک اعتبار ما کمک کند، خالی است. یکی از پروژه‌های شاخص بلوط، تعامل نزدیک و ایجاد تیم مشترک محصول با یکی از بازیگران اکوسیستم بیمه کشور بوده که حاصل آن، تطبیق حداکثری داراکارت با ابزارهای بیمه‌ای است که در هفته‌های آینده، اولین محصول منتج از این هم‌افزایی و همکاری، به صورت رسمی رونمایی خواهد شد؛ محصولات هم‌چون کارت هدیه اعتباری دارا یا خانواده کارت‌های سلامت و SOS طلایی در همکاری با صندوق‌های قرض‌الحسنه و شبکه تخصص درمانی.»

تخصیص اعتبار در خریدهای حضوری

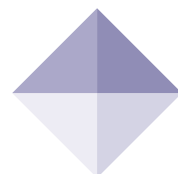
پرديس ملاآقايي، مدير کنترل پایداری شبکه اعتباری گروه مالی بلوط، معتقد است که داراکارت را با الهام گرفتن از کارا ترین نمونه‌های مشابه جهان بازطراحی کرده‌اند و هسته هوشمند سی هور را مدل تسهیم عملیات تراکنش اعتباری استوار بر شاتوت توسعه داده‌اند. او در این باره بیان می‌کند: «داراکارت از مزیت تعامل هم‌زمان با PSP های متعدد برخوردار است و با صدور کارت‌های اختصاصی به هویت‌سازی مؤثر و منحصر به فرد کمک می‌کند. با وجود اینکه بخش بزرگی از سهم بازار لندتک‌ها به تخصیص وام‌های خرد اختصاص یافته، محدودیت کاربران در خرید از یک یا چند بازار آنلاین، این فرصت را به شرکت‌های نوآور می‌دهد تا تخصیص اعتبار را در خریدهای حضوری ممکن کنند؛ اتفاقی که در بیشتر کشورهای امری مرسوم و بدیهی است، اما در ایران آن‌طور که باید رواج پیدا نکرده است. گروه مالی بلوط با راهبرد فنی انحصاری خود، داراکارت را به‌عنوان یکی از راهکارهای خرید حضوری بر مبنای اعتبار، بدون نیاز به توسعه فنی پرچالش در سمت پذیرندگان، ایجاد و عملیاتی کرد تا بتواند فرصت بهره‌مندی کارآمد، بدون ریسک و کم‌هزینه بازارهای آنلاین و آفلاین را از مزیت‌های سرویس BNPL فراهم کند و انحصار آورد.» به باور او، اعتبار را با هیچ مفهوم دیگری نمی‌توان جایگزین کرد و علت بی‌توجهی به آن در ایران فقدان زیرساخت‌هایی نظیر سی هور است. ♦





عکس: نسیم استعدادی

عصر تراکتس



۲۶۶

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

مدیرعامل و مدیر توسعه نرم افزار شرکت تجارت الکترونیک سرمایه از توسعه
اپلیکیشن پرداختی بانک سرمایه می گویند

در انتظار موفقیتی بزرگ

تجارت الکترونیک سرمایه یکی از شرکت های زیرمجموعه بانک سرمایه است که به زودی از اپلیکیشن پرداختی خود رونمایی خواهد کرد؛ اپلیکیشنی که به گفته مدیران این شرکت قابلیت ارائه هر نوع خدمت در جهت رفع نیازهای بازار را دارد. در گفت و گویی که با رامبد حیدریان، مدیرعامل و فرزاد نوروزی فرد، مدیر توسعه نرم افزار شرکت تجارت الکترونیک سرمایه داشتیم، مسیر و چالش هایی را بررسی کردیم که این شرکت برای طراحی و پیاده سازی یک اپلیکیشن پرداختی طی کرده است. به گفته آنها، ارائه سرویس های خاص و خدمت رسانی ویژه به صنف فرهنگیان از جمله تمایزهای این اپلیکیشن پرداختی با سایر اپلیکیشن های موجود در بازار است. به گفته آنها، یکی از دلایل مهم توسعه این اپلیکیشن برای بانک سرمایه، با توجه به محدودیت تعداد شعب بانک، امکان ارائه انواع خدمات غیر حضوری مانند افتتاح حساب است. در ادامه این گفت و گورا می خوانید.



◀ تغییر استراتژی برای احیای شرکت

شرکت با شرکت های پیمانکار و متقابلاً بانک مورد بازبینی قرار گرفت و تمامی فرایندها از درخواست تا ارجاع به پیمانکار، نصب، راه اندازی و جمع آوری به پورتال پذیرندگانی که خود شرکت آنها را توسعه داده بود، منتقل شد که همین امر باعث ایجاد دید بهتر نسبت به وضعیت جاری شرکت و شناسایی توانمندی واقعی مجموعه برای بهره مندی از فرصت های داخلی و بیرونی شد. از طرفی با تغییر رویکرد هیئت مدیره به تمرکز بر

در اواخر سال ۱۳۹۶ که رامبد حیدریان مسئولیت مدیرعاملی شرکت تجارت الکترونیک سرمایه را برعهده گرفت، بانک سرمایه و متقابلاً شرکت های وابسته به آن در وضعیت مناسبی قرار نداشتند؛ تا جایی که گزینه انحلال شرکت مطرح شده بود، زیرا شرکت در طول فعالیت خود ارزش آفرینی خاصی نکرده بود و صرفاً درخواست های شعب برای دستگاه های کارت خوان را به پیمانکاران طرف قراردادش انتقال می داد که تنها محل درآمد شرکت نیز همین بود و پروژه های دیگر سود آور نبودند. حیدریان با بیان این موارد از تغییر استراتژی برای احیای شرکت تجارت الکترونیک سرمایه می گوید: «در اولین اقدام، قراردادهای جاری

فعالیت‌های جدید متناسب با توانمندی موجود و نیاز جامعه هدف مجموعه بانک، فرصت ایجاد تیم‌های متخصص جوان فراهم شد.»

رونمایی از اپلیکیشن بانک سرمایه به‌زودی

به گفته حیدریان، با اعمال اصلاحات وسیع در قراردادهای پایانه‌های فروشگاهی و توسعه همکاری با بانک و شرکت‌های پیمانکار، توسعه پورتال پذیرندگان برای استفاده در مجموعه بانک و شرکت در دستور کار شرکت قرار گرفت که شرکت با توسعه موفق این پورتال توانست نظر مدیران وقت بانک را برای توسعه سایر نرم‌افزارهایی که در توان شرکت بود جلب کند. او با بیان این مطلب می‌گوید: «در ادامه، بدون تحمیل هزینه جدید به بانک، از محل سود اندک حاصل از بهبود قراردادهای جاری، یک تیم نرم‌افزاری برای توسعه نرم‌افزارهای مورد استفاده در شرکت تشکیل شد. پس از توسعه و نگهداری پورتال پذیرندگان تصمیم به توسعه کیف پول الکترونیکی گرفتیم و در همین راستا، شرکت برای دریافت مجوزهای مربوطه مانند پرداخت بانکی، پرداخت یاری، پرداخت‌سازی و... اقدام کرد که در نهایت با افزایش توانمندی شرکت در توسعه نرم‌افزار، توسعه یک سوپر اپلیکیشن پرداختی در برنامه قرار گرفت.»

مدیرعامل تجارت الکترونیک سرمایه با اعلام اینکه اپلیکیشنی که به‌زودی رونمایی خواهد شد قابلیت ارائه هر نوع خدمت در جهت رفع نیازهای بازار را دارد، درباره این اپلیکیشن و سایر خدمات تیم نرم‌افزاری شرکت توضیح می‌دهد: «توسعه این اپلیکیشن یکی از خدمات نرم‌افزاری قابل ارائه شرکت به بانک سرمایه است و در آینده نزدیک نیز قادر است سایر پروژه‌های نرم‌افزاری مورد نیاز بانک را راه‌اندازی کند و توسعه دهد.» طبق گفته حیدریان، علاوه بر رعایت اصل سادگی در ارائه سرویس‌های معمول و خدمت‌رسانی ویژه به صنف فرهنگیان، مدیریت ساختمان و مدیریت صندوق‌های خانگی از جمله خدماتی است که این اپلیکیشن را از سایر

آپ‌ها متمایز خواهد کرد. حیدریان یکی از دلایل مهم توسعه این اپلیکیشن برای بانک سرمایه را با توجه به محدودیت تعداد شعب بانک، امکان ارائه انواع خدمات غیر حضوری مانند افتتاح حساب می‌داند و در ادامه توضیح می‌دهد: «شرکت با توسعه خدمت احراز هویت غیر حضوری که زیربنای ارائه این نوع خدمات است، ضمن استفاده از این سرویس در اپلیکیشن سرمایه، قادر به ارائه خدمات احراز هویت غیر حضوری به سایر شرکت‌ها نیز است.»

چالش‌های طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن پرداختی

حیدریان در بخش دیگری از صحبت‌های خود تأمین نیروی انسانی و عدم اعتماد مجموعه بانک را از جمله مهم‌ترین چالش‌های پیاده‌سازی این اپلیکیشن می‌داند و در این زمینه اظهار می‌کند: «تأمین نیروی انسانی متخصص به دلایلی مانند مهاجرت از بزرگ‌ترین چالش‌های موجود در مسیر توسعه این اپلیکیشن بوده و از طرفی بانک هم به دلیل عدم مشاهده توانمندی و ارزش آفرینی شرکت در گذشته، به واگذاری توسعه نرم‌افزار به شرکت تمایل نداشت، اما به مرور زمان با مدیریت هوشمندانه منابع انسانی و اثبات توانمندی‌های شرکت، موفق به عبور از این چالش‌ها و جلب اعتماد مدیران بانک شدیم.»

او پیاده‌سازی این اپلیکیشن را موفقیتی بزرگ برای شرکت تجارت الکترونیک سرمایه می‌داند و در این باره می‌گوید: «با توسعه این محصول، علاوه بر ایجاد توانمندی داخلی توسعه نرم‌افزار برای مجموعه بانک سرمایه، یک کسب‌وکار ارزشمند برای شرکت ایجاد شد که می‌تواند در آینده ضمن ارزش آفرینی تخصصی برای مجموعه بانک سرمایه سودآوری مناسبی را نیز به ارمغان آورد.»

معماری و زیرساخت متفاوت اپلیکیشن بانک سرمایه

فرزاد نوروزی فرد؛ مدیر توسعه نرم‌افزار شرکت تجارت الکترونیک سرمایه نیز، در این گفت‌وگو توضیحاتی درباره زیرساخت، معماری و سرویس‌های اپلیکیشن سرمایه ارائه می‌کند و می‌گوید: «این پلتفرم می‌توانست مانند بسیاری از اپلیکیشن‌ها صرفاً یک اپ موبایلی باشد و سرویس‌های بانکی و پرداختی در آن تجمیع و به کاربران ارائه شود، ولی اهمیت موضوعاتی نظیر مقیاس‌پذیری، امنیت، توسعه‌پذیری و ادغام‌پذیری موجب شد شرکت، هزینه و زمان بیشتری برای توسعه زیرساخت‌ها صرف کند تا محصول نهایی با توجه به زمان ورود به بازار، امکان رقابت فنی داشته باشد.» او در ادامه سرویس‌های پیاده‌شده در زیرساخت اپلیکیشن سرمایه را تشریح می‌کند: «در توسعه سرویس‌های پلتفرم سرمایه تمام تلاش خود را کردیم تا به منظور جلوگیری از بروز مشکلات فرایندی و عملکردی و رسیدن به بالاترین سطح انطباق میان سرویس‌ها، تمام سامانه‌های اصلی و حیاتی مطابق با نیازمندی‌های پیش‌بینی شده، توسط تیم توسعه نرم‌افزار شرکت تولید و عملیاتی شود. از جمله می‌توان به توسعه سرویس‌های احراز هویت غیر حضوری، گذرگاه سرویس سازمانی، مدیریت خدمات بانکی و غیربانکی، مدیریت اعلانات، مدیریت منابع و مدیریت مالی اشاره کرد.» نوروزی فرد در بخش دیگری از صحبت‌های خود درباره معماری اپلیکیشن سرمایه صحبت می‌کند و می‌گوید در توسعه پلتفرم سرمایه سعی بر آن بوده که به‌روزترین معماری متناسب با سطح ارائه خدمات لازم به منظور رسیدن به بالاترین سطح پاسخ و کمترین سطح خطا انتخاب و استفاده شود.

سرویس‌های اپلیکیشن بانک سرمایه

نوروزی فرد مهم‌ترین ویژگی‌ها و سرویس‌های اپلیکیشن سرمایه را تجربه کاربری ساده آن می‌داند و به خدماتی نظیر احراز هویت غیر حضوری، افتتاح حساب غیر حضوری، صدور انواع کارت هدیه، ارائه انواع خدمات مرتبط با سپرده و کارت و همچنین ارائه انواع خدمات عمومی و سفارشی اشاره می‌کند. او در ارتباط با سرویس احراز هویت غیر حضوری پلتفرم سرمایه می‌گوید: «در این سامانه علاوه بر بررسی تطابق مالکیت سیم‌کارت تلفن همراه با اطلاعات هویتی شخص، چهره شخص با تصویر دریافت‌شده از ثبت احوال و کارت ملی با استفاده از هوش مصنوعی و تکنولوژی‌های Liveness Detection و Face Verification تطبیق می‌یابد و متن خوانده‌شده با استفاده از تکنولوژی Voice Recognition بررسی و امتیازدهی می‌شود.» طبق گفته نوروزی فرد، سرویس تسهیلات غیر حضوری محدود برای فرهنگیان از سرویس‌های ویژه این اپلیکیشن برای صنف فرهنگیان است که در آینده، برای عموم مردم نیز فعال خواهد شد. او در پایان می‌گوید: «ارائه انواع هدیه، از دیگر سرویس‌های اپلیکیشن سرمایه است که در آن کاربران علاوه بر امکان ارسال هدیه دیجیتال برای خانواده و آشنایان خود امکان درخواست کارت‌های هدیه آکارت سرمایه را نیز دارند، که در این سرویس دریافت‌کننده هدیه بدون نیاز به نصب اپلیکیشن و صرفاً با اسکن QR چاپ‌شده روی کارت می‌تواند پیام صوتی ارسال‌کننده هدیه را دریافت کند.»



طبق گفته حیدریان، علاوه بر رعایت اصل سادگی در ارائه سرویس‌های معمول و خدمت‌رسانی ویژه به صنف فرهنگیان، مدیریت ساختمان و مدیریت صندوق‌های خانگی از جمله خدماتی است که این اپلیکیشن را از سایر آپ‌ها متمایز خواهد کرد. حیدریان یکی از دلایل مهم توسعه این اپلیکیشن برای بانک سرمایه را با توجه به محدودیت تعداد شعب بانک، امکان ارائه انواع خدمات غیر حضوری مانند افتتاح حساب می‌داند و در ادامه توضیح می‌دهد: «شرکت با توسعه خدمت احراز هویت غیر حضوری که زیربنای ارائه این نوع خدمات است، ضمن استفاده از این سرویس در اپلیکیشن سرمایه، قادر به ارائه خدمات احراز هویت غیر حضوری به سایر شرکت‌ها نیز است.»

چالش‌های طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن پرداختی

حیدریان در بخش دیگری از صحبت‌های خود تأمین نیروی انسانی و عدم اعتماد مجموعه بانک را از جمله مهم‌ترین چالش‌های پیاده‌سازی این اپلیکیشن می‌داند و در این زمینه اظهار می‌کند: «تأمین نیروی انسانی متخصص به دلایلی مانند مهاجرت از بزرگ‌ترین چالش‌های موجود در مسیر توسعه این اپلیکیشن بوده و از طرفی بانک هم به دلیل عدم مشاهده توانمندی و ارزش آفرینی شرکت در گذشته، به واگذاری توسعه نرم‌افزار به شرکت تمایل نداشت، اما به مرور زمان با مدیریت هوشمندانه منابع انسانی و اثبات توانمندی‌های شرکت، موفق به عبور از این چالش‌ها و جلب اعتماد مدیران بانک شدیم.»

او پیاده‌سازی این اپلیکیشن را موفقیتی بزرگ برای شرکت تجارت الکترونیک سرمایه می‌داند و در این باره می‌گوید: «با توسعه این محصول، علاوه بر ایجاد توانمندی داخلی توسعه نرم‌افزار برای مجموعه بانک سرمایه، یک کسب‌وکار ارزشمند برای شرکت ایجاد شد که می‌تواند در آینده ضمن ارزش آفرینی تخصصی برای مجموعه بانک سرمایه سودآوری مناسبی را نیز به ارمغان آورد.»



مهرتراکتس

کسب‌وکار

۲۶۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

گفت وگو با مصطفی درجزی، مدیرعامل همراه کسب و کارهای هوشمند
درباره توسعه هدفمند سبد خدماتشان در حوزه فین تک

در تلاش برای تبدیل شدن به یک هلدینگ دیجیتال

شرکت همراه کسب و کارهای هوشمند (EBCOM)، به عنوان یکی از شرکت‌های زیرمجموعه همراه اول، فعالیت خود را در سال ۱۳۹۹ با تمرکز بر ارائه سرویس‌های دیجیتال آغاز کرده و طی سال‌های گذشته کوشیده در کنار افزایش قابلیت‌های سازمانی، با توسعه و ارائه هدفمند خدمات دیجیتال متنوع، نقش بسزایی در زیست‌بوم دیجیتال کشور ایفا کند و در همین راستا در سال ۱۴۰۲ زیرساخت‌های مهمی را توسعه داده است. یکی از حوزه‌هایی که در سبد خدمات دیجیتال شرکت EBCOM در کنار خدماتی نظیر خدمات دیجیتال اپراتوری (Telco VAS)، بازی و سرگرمی، سفر و گردشگری، آموزش و فروشگاه کالاهای تندمصرف (FMCG) مورد توجه قرار گرفته است، خدمات فناوری‌های مالی (فین تک) است. در سال گذشته، این شرکت با ارائه نسخه MVP اعتبار و اجرای مرحله پایلوت این سرویس برای بیش از پنج هزار کاربر دارنده سیم‌کارت همراه اول، گام‌های اساسی در جهت ورود به حوزه تلکوبانک برداشته است. در گفت‌وگو با مصطفی درجزی، مدیرعامل همراه کسب و کارهای هوشمند، به عملکردشان در سال ۱۴۰۲ و برنامه‌هایشان پرداختیم.



توسعه سبد خدمات دیجیتال

در حال حاضر، سرویس اعتبار از طریق کیف پول اوانو و با مبالغی بین شش تا بیست میلیون تومان به مشترکان همراه اول و روی پلتفرم اوانو، ارائه می‌شود. مصطفی درجزی، مدیرعامل شرکت همراه کسب و کارهای هوشمند با بیان این موضوع می‌گوید: «برای ارائه اعتبار با مبالغ پایین، از الگوریتم‌های اعتبارسنجی و تعیین رتبه اعتباری اپراتوری افراد و برای مبالغ بالاتر، علاوه بر اعتبارسنجی، از توثیق سیم‌کارت بهره گرفته می‌شود. در کنار ارائه اعتبار، خدمات نوآورانه دیگری نیز توسط این شرکت در حوزه فناوری مالی به کار گرفته شده است. به عنوان مثال تطابق شماره تلفن همراه و IP تلفن همراه مشترکان در زمان استفاده از ابزارهای پرداخت، خدمتی است که می‌تواند در راستای افزایش امنیت تراکنش‌های پرداخت مؤثر بوده و از راهکارهای فعلی متداول برای تقلب و کلاهبرداری‌های اینترنتی جلوگیری کند. همچنین، باشگاه مشتریان بزرگ همراه اول دارایی ارزشمندی است که می‌تواند سازمان‌ها و شرکت‌های خدمات‌رسانی نظیر بانک‌ها را در ارائه خدمات خلاق، نوآور و بهره‌ور یاری دهد. از این رو، هم‌افزایی و ارزش آفرینی در زنجیره خلق ارزش اپراتور همراه اول، یکی از راهبردهای اصلی شرکت EBCOM در راستای توسعه سبد خدمات دیجیتال بوده است.»

توسعه شبکه پذیرندگی کیف پول

ارائه اعتبار به کاربران از طریق کیف پول اوانو انجام می‌پذیرد. با توجه به این موضوع، توسعه شبکه پذیرندگی و فراگیری کیف پول اوانو، به عنوان یک ابزار پرداخت خرد و بستری برای ارائه و مصرف اعتبار، از جمله اهدافی بوده که در سال گذشته در شرکت دنبال شده است. درجزی با بیان این موضوع می‌گوید: «در حال حاضر علاوه بر اینکه کیف پول اوانو در همه پلتفرم‌ها و سامانه‌های زیرمجموعه همراه

اول، پیاده‌سازی شده، روی چندین پلتفرم و اپلیکیشن دیگر نیز در دسترس کاربران قرار گرفته است و همچنان مذاکرات و توافقات مربوطه در راستای فراگیری این کیف پول در سایر پلتفرم‌های شناخته‌شده در بازار ادامه دارد.»

کاربردهای تلکوبانک در ایران

بنابر اظهارات مدیرعامل شرکت EBCOM، تلکوبانک‌ها ابتدا در مناطقی نظیر آفریقا که سرویس‌های بانکی به سهولت در دسترس کاربران نیست، شکل گرفته است، این در حالی است که در کشور ما خدمات بانکی به سهولت در دسترس بوده و همین مسئله باعث می‌شود که مفهوم تلکوبانک در ایران، در عمل متفاوت اجرا شده باشد. او در ادامه می‌گوید: «صنعت بانکی و پرداخت ایران به لحاظ شاخص دسترس‌پذیری یکی از صنایع برتر دنیا است و همین مسئله باعث شده تلکوبانک، از لحاظ ارائه خدمات متداول بانکی به کاربران، کاربرد زیادی در کشور نداشته باشد. تلکوبانک مفهومی است که ظهور پیدا کرده تا با استفاده از داده‌های بانکی و اپراتوری، این صنعت را دسترس‌پذیر کند و وقتی این دسترس‌پذیری به صورت پیشینی حاصل شده، دیگر نمی‌توان توقع داشت که این مفهوم به اندازه مناطقی نظیر آفریقا در ایران هم کاربرد داشته باشد. با وجود این، تلکوبانک در ایران می‌بایست بومی‌سازی شود. به عنوان مثال اپراتورها با توجه به پایگاه داده‌ای که از رفتار اپراتوری کاربران خود در اختیار دارند، می‌توانند وارد حوزه اعتبارسنجی شوند. چنانچه در همراه اول حدوداً ۲۳ میلیون مشترک دائمی وجود دارد و آمار مربوط به پیامک‌های انبوه‌نشان می‌دهد که ۸۵ درصد از مشتریان اصلی سرویس‌های بانکی، کاربران دارنده سیم‌کارت همراه اول هستند؛ یعنی پایگاه داده همراه اول برای کمک

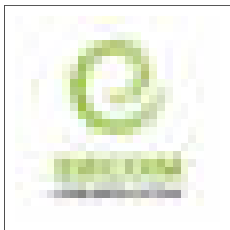
همراه کسب و کار



۲۶۸

ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



عکس: نسیم اعتمادی

مهرتراکتس

کسب و کار

۲۴۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

است. علاوه بر این، از طریق توثیق سیم کارت‌های دائمی همراه اول نیز به افراد اعتبار داده می‌شود. اپلیکیشن اوانو سکوی ارائه اعتبار است که در حال حاضر بین شش تا بیست میلیون تومان اعتبار خرد، از طریق آن به افراد ارائه شده است. برای مبالغ بالا، تمرکز کمتری روی رفتار مالی افراد بوده و بیشتر توجه معطوف به ارزش سیم کارت دائمی شان است. ما در اوانو تمایل داریم به اکثر مشتریان همراه اول اعتبار دهیم. اعتبار اوانو برخلاف سایر اعتبارها به صورت باز و به دو صورت سازمانی و فردی ارائه می‌شود.»

◀ ورود به حوزه‌های جدید در سال ۱۴۰۳

بنا بر گفته‌های مدیرعامل EBCOM، اولویت این شرکت در سال ۱۴۰۳ این است که در حوزه فناوری مالی (فین تک)، مسیر طی شده با قوت ادامه یابد و در این حوزه ضمن توجه و هم‌افزایی با فعالیت‌های اصلی همراه اول، فراگیری کیف پول و ارائه اعتبار به صورت گسترده تجاری شود و در دسترس کاربران قرار گیرد. او می‌گوید: «به این ترتیب شرکت EBCOM، با ارائه خدمات فناوری مالی و همچنین خدمات دیجیتال دیگر، نظیر سفر و گردشگری، سلامت و بازی و سرگرمی، به دنبال تبدیل شدن به یک هلدینگ دیجیتال است.»

با این حال، او نگرانی‌هایی نیز درباره آینده دارد و درباره چالش‌های احتمالی پیش رویشان می‌گوید: «یکی از چالش‌های پیش روی ما موضوع جذب و نگهداشت نیروی انسانی خواهد بود. چالش دیگر نیز به محدودیت‌های رگولاتوری برمی‌گردد. در برخی از حوزه‌ها مثل کیف پول اعتباری با خلأهای قانونی و ابهاماتی روبه‌رو هستیم و با اینکه ما را از ارائه خدمت منع نکرده‌اند، اما در عمل دستور کار واضحی هم ارائه نداده‌اند. با وجود همه این چالش‌ها، فکر می‌کنم که آینده EBCOM روشن است و در مسیر توسعه قرار دارد.»

به اعتبارسنجی و اعتباردهی خرد در بانک‌ها و همچنین از طریق توثیق سیم کارت به عنوان دارایی کاربران می‌تواند مورد بهره‌برداری قرار گیرد.»

به گفته درجی، از دیگر کاربردهای تلکوبانک در ایران حوزه پرداخت‌های خرد به صورت آنلاین است که با خدمت «پرداخت با یک کلیک» و استفاده از قابلیت DCB اپراتور قابل انجام است. او ادامه می‌دهد: «از دیگر کاربردهای این حوزه حواله‌های ارزی است. اپراتورها به واسطه شبکه رومینگ بین‌المللی که در اختیار دارند، می‌توانند به این حوزه نیز ورود کنند.»

◀ اعتباردهی در همراه اول اتفاق تازه‌ای نیست

او معتقد است که همراه اول از همان سال‌های اول شکل‌گیری‌اش به صورت اعتباری با مردم کار کرده و افراد پس از استفاده یک‌ماهه از سیم کارت‌هایشان، هزینه خدمتی را که گرفته‌اند پرداخت کرده‌اند و ارائه اعتبار به کاربران اتفاق جدیدی نیست. با وجود این، EBCOM در سالی که گذشت به صورت جدی وارد حوزه اعتباردهی به مشترکان همراه اول شده است تا به افزایش قدرت خرید آنها و به عبارتی فراگیرتر شدن ابزارهای مالی تسهیلاتی کمک کند و در واقع کاربران بتوانند براساس رفتار اعتباری یا امکان توثیق سیم کارت‌هایشان از EBCOM اعتبار خرد بگیرند.

او درباره مختصات این طرح این‌طور توضیح می‌دهد: «همراه اول حدود ۱۰۳ میلیون سیم کارت در دست مردم دارد. ما کاربران را از طریق رفتار مالی آنها که نزد اپراتور در این سال‌ها داشته‌اند اعتبارسنجی می‌کنیم و شاخص مهم دیگر افرادی است که فرد با آنها ارتباط دارد؛ شاخصی که در واقع یکی از پنج مارک‌های جهانی نیز محسوب می‌شود. به نظر من، اعتبارسنجی که اپراتور همراه اول انجام می‌دهد، بهترین نوع اعتبارسنجی



در گفت و گو با کسری دولتخواهی، مدیرعامل شرکت تجارت شایان درباره هدف شکل گیری پلتفرم جامع اکوتام مطرح شد

تضمین دسترسی به تأمین مالی انعطاف پذیر و کارآمد

در دورانی که دیجیتالی شدن در هسته مرکزی تحولات بخش کسب و کارها قرار گرفته، شرکت های پیشرو در حوزه تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) با ایجاد پلتفرم های نوآورانه، در حال بازتعریف مرزهای ممکن در مدیریت مالی و عملیاتی زنجیره های تأمین هستند. این پلتفرم ها که به منظور پاسخ گویی به نیازهای فزاینده مشتریان در راستای انعطاف پذیری مالی و بهینه سازی جریان نقدینگی طراحی شده اند، نقشی حیاتی در تسهیل دسترسی به سرمایه و تقویت پایداری کسب و کارها ایفا می کنند. تجارت شایان یکی از شرکت های فعال در حوزه SCF در کشور است که با هدف ارائه توسعه راهکارهای تأمین مالی زنجیره ای و به منظور توسعه خدمات و فناوری های مرتبط شکل گرفته است و در این راستا محصول اکوتام را در سال ۱۴۰۱ به بازار معرفی کرد؛ پلتفرمی بانکی که برای مدیریت تأمین مالی زنجیره ای و براساس مدل های فاکتور محور برای ارائه به مشتریان استفاده می شود. در گفت و گو با کسری دولتخواهی، مدیرعامل شرکت تجارت شایان، به وضعیت جهانی SCF و البته فعالیت ها و خدمات این شرکت پرداختیم. دولتخواهی در این گفت و گو اشاره کرد که سایر ابزارهای اعتباری تأمین مالی، نظیر اوراق گام، اعتبار اسنادی و ضمانت نامه به منظور توسعه سبد محصولات تجارت شایان، در برنامه های سال آینده این شرکت قرار گرفته است.



۲۷۰

ASARETAARAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

وضعیت جهانی SCF

بازار جهان SCF، رشد چشمگیری نسبت به سال گذشته داشته که همین موضوع نشان از اهمیت این حوزه دارد. دولتخواهی با بیان این موضوع می گوید: «با توجه به گزارش ۲۰۲۳ گارتنر در حوزه زنجیره تأمین، روند SCF در چند سال اخیر، یکی از روندهای مطرح بوده و این موضوع ادامه دار خواهد بود. همچنین انجمن جهانی اقتصاد تخمین زده است که اختلالات در زنجیره های تأمین جهانی می تواند تا

۲ الی ۳ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را کاهش دهد که این امر نقش حیاتی SCF در کاهش این آسیب ها را نشان می دهد. علاوه بر این، انجمن جهانی تأمین مالی زنجیره تأمین گزارش داده که بازار SCF با نرخ سالانه تقریباً ۲۰ درصد در حال رشد است که نشان دهنده پذیرش فزاینده و تأثیر آن بر

تجارت جهانی است.»

طبق صحبت‌های مدیرعامل شرکت تجارت شایان، مطالعات نشان داده‌اند که اجرای راه‌حل‌های SCF می‌تواند منجر به کاهش هزینه‌های تأمین تا ۱۵ درصد شود و بازه‌های زمانی چرخه نقدی را به‌طور قابل توجهی بهبود بخشد. او در این باره می‌گوید: «این موضوع نه تنها به شرکت‌هایی که به‌طور مستقیم در SCF درگیرند کمک می‌کند، بلکه با اطمینان از حمایت مالی لازم برای مشارکت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SME) در تجارت بین‌المللی، به ثبات و رشد کلی اقتصادهای جهانی نیز یاری می‌رساند. این رویکرد مدرن به تأمین مالی که از درک عمیق از چالش‌های موجود در زنجیره‌های تأمین چندلایه و بین‌المللی نشئت گرفته، به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که با استفاده از فناوری‌های پیشرفته، برای حمایت از تأمین‌کنندگان و خریداران خود راهکارهای مالی سفارشی ارائه دهند. این پلتفرم‌ها، نه تنها سبب تسهیل در جریان‌های نقدینگی، به‌ویژه جریان نقدینگی ترکیبی شده، بلکه با کاهش هزینه‌های معاملاتی و بهبود شرایط پرداخت، به تقویت روابط تجاری کمک می‌کنند. از سویی دیگر، دسترسی سریع‌تر به جذب سرمایه، فرایند جذب مالی ادغام‌شده، شفافیت مالی، بانکداری دیجیتال و نوآوری در خدمات مالی در ایجاد یک پلتفرم موفق تأمین مالی نقش بسزایی دارد.»

◀ ارائه راهکارهای اعتباری در زنجیره‌های تأمین

شرکت تجارت شایان با هدف ارائه توسعه راهکارهای تأمین مالی زنجیره‌ای شکل گرفته و فعالیت خود را از سال ۱۳۹۹ شروع کرده است. دولتخواهی درباره این شرکت می‌گوید: «هدف شکل‌گیری شرکت تجارت شایان ارائه راهکارهای اعتباری در زنجیره‌های تأمین بوده است و در این مسیر پرفرازونشیب، با چالش‌هایی نظیر بومی‌سازی راهکارهای جهانی، تعامل و تبادل با نهادهای قانون‌گذار، مشتریان و زنجیره‌های تأمین و توزیع متعدد و متفاوت درگیر بودیم و نهایتاً در سالی که گذشت پلتفرم اکوتام به‌طور موفق عملیاتی شد و به بهره‌برداری رسید. این پلتفرم نه تنها به رفع نیازهای فوری برای دسترسی به سرمایه پاسخ داده، بلکه مسیری نوین برای همکاری میان شرکت‌ها در سراسر زنجیره تأمین ایجاد کرده است. این پلتفرم، با تمرکز بر ارائه راهکارهای مبتنی بر داده و بهینه‌سازی فرایندهای مالی، در حال شکل‌دهی به آینده‌ای است که در آن دسترسی به تأمین مالی انعطاف‌پذیر و کارآمد، برای همه عناصر زنجیره تأمین، از بزرگ‌ترین خریداران گرفته تا کوچک‌ترین تأمین‌کنندگان، تضمین شده است.»

طبق صحبت‌های او، فعالیت اکوتام ابتدا در زنجیره خودرو و برای تأمین مالی تولیدکنندگان شروع شد: «با این اقدام علاوه بر ایجاد شفافیت و نظم در پرداخت‌های زنجیره تأمین، به کاهش هزینه‌های تأمین مالی این بنگاه‌ها نیز منجر شد.»

◀ ابزار دستورپرداخت پلتفرم اکوتام

تولیدکنندگان با دریافت یک خط اعتباری از بانک تجارت، می‌توانند نسبت به صدور دستورپرداخت با سررسیدهای معین اقدام کنند. دولتخواهی با بیان این موضوع می‌گوید: «بازپرداخت این دستورپرداخت‌ها توسط بانک تضمین شده و دریافت‌کنندگان این اعتبار از دریافت مبلغ در روز سررسید اطمینان خاطر دارند. علاوه بر این امکان، انتقال تمام یا بخشی از دستورپرداخت برای تأمین مواد و کالاهای ممکن نیز فراهم شده است. در صورت نیاز هرکدام از دریافت‌کنندگان دستورپرداخت‌ها به نقدینگی، پس از ثبت درخواست در پلتفرم اکوتام امکان دریافت تسهیلات خرید دین نیز برای آنها وجود دارد. در سالی که گذشت و پس از بلوغ فرایندها و ابزارهای مورد استفاده در زنجیره خودرو، همکاری با سایر زنجیره‌های تولید را نیز آغاز کردیم، اما این پایان کار نیست. ابزار دستورپرداخت پلتفرم اکوتام، مجوزهای لازم بانک مرکزی را (البته به صورت محدود و مشخص) به دست آورد که این اتفاق امید را در دل بسیاری از فعالان این حوزه زنده کرد. همچنین با توجه به ویژگی ارائه خدمات بر پایه سرویس به مشتریان و معماری منحصر به فرد آن، در شش ماهه دوم سال ۱۴۰۲ محصولات جدیدی به این پلتفرم اضافه شد.»

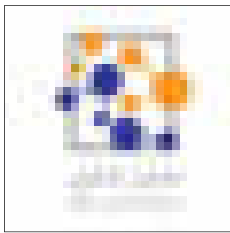
◀ دو دسته از خدمات جدید اکوتام

دولتخواهی می‌گوید در کنار هسته متمرکز و ماژولار، خدمات جدید اکوتام را می‌توان در دو گروه اصلی دسته‌بندی کرد: ۱. ارائه خدمت به شبکه توزیع و ۲. ارائه خدمات به بانکداران. او ابتدا درباره گروه اول توضیح می‌دهد و می‌گوید: «در ابتدای شروع فعالیت اکوتام، فقط شرکت‌ها و اشخاص حقوقی شرایط استفاده از دریافت مصوبه اعتباری و صدور دستورپرداخت را داشتند، اما امروز ارائه این خدمت به افراد حقیقی نیز امکان‌پذیر شده است. با این تغییر رویکرد امکان خدمت‌رسانی کامل به شبکه‌های توزیع نیز به وجود آمده. اکنون شبکه‌های توزیع (اعم از توزیع‌کنندگان و تولیدکنندگان دارای شبکه توزیع) می‌توانند کالاهای خود را با دریافت دستورپرداخت به فروش برسانند. در این طرح خریداران با دریافت مصوبه اعتباری از بانک و صدور دستورپرداخت امکان خرید از شبکه‌های توزیع را خواهند داشت. یکی از نکات مهم در این طرح، امکان تجمیع دستورپرداخت‌ها برای شبکه توزیع و صدور یک دستورپرداخت واحد با مبلغ تجمیعی برای خرید از حلقه‌های قبلی است.»

مدیرعامل تجارت شایان سپس درباره گروه دوم این خدمات صحبت می‌کند و می‌گوید که به‌زودی بانکداران و خریداران عمده می‌توانند در یک طرح جدید، به‌طور هم‌زمان از خط اعتباری و تسهیلات برای خریدهای خود استفاده کنند: «در این طرح و با استفاده از ترکیب خط اعتباری و تسهیلات شرایطی به وجود آمده است که خریداران با تعداد اقساط بیشتری تعهدات خود را بازپرداخت کرده و فروشندگان نیز در اقساط کمتر و با تضمین بانک مبالغ فروش خود را دریافت کنند. نکته بسیار با اهمیت دیگر این است که کاربران پلتفرم اکوتام پس از دریافت مصوبه اعتباری از بانک، تمامی فرایندهای اجرایی خود در این پلتفرم را به صورت دیجیتالی انجام می‌دهند و تمام اسناد با استفاده از امضای دیجیتال به صورت غیرحضور و کاملاً قانونی تأیید و ایجاد می‌شوند. در حال حاضر این پلتفرم قابلیت ارائه خدمت از ابتدا تا انتهای هر زنجیره را به صورت کامل دارد.»

◀ برنامه‌های راهبردی ۱۴۰۳

همان‌طور که گفته شد، استفاده از ابزارهایی نظیر اوراق گام، اعتبار اسنادی و ضمانت‌نامه، به منظور توسعه سبد محصولات تجارت شایان جزو سیاست‌های اصلی سال آینده این شرکت است. دولتخواهی با بیان این موضوع می‌گوید: «هدف اصلی شرکت تجارت شایان، توسعه راهکارهای متنوع تأمین مالی بر پایه هسته مرکزی اکوتام است. همچنین اخذ مجوزهای لازم در صورت نیاز و همراهی با نهاد قانون‌گذار جهت تدوین دستورالعمل‌های مربوطه، راهگشای خوبی برای برون‌رفت از عملیاتی‌سازی محدود ابزارها خواهد بود. در نهایت در سالی که گذشت، به واسطه شناخت و پذیرش ابزارهای تأمین اعتبار در گروه‌های مختلف همچون صنعت و خدمات، بانک‌ها و مؤسسات مالی و نهایتاً در سطوح رگولاتوری و قانون‌گذاران، روزه‌های امید در دل بسیاری از فعالان این حوزه ایجاد شد. با توجه به شرایط نقدینگی و همچنین زنجیره‌های تأمین و توزیع گسترده در کشور، توسعه ابزارها و راهکارهای اعتباری نظیر دستورپرداخت بیش از پیش در برنامه‌های دولت و شرکت‌ها قرار خواهد گرفت.»



مهرتراکتس

کسب‌وکار

۲۷۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم



امیرحسین داودیان

- سال و محل تولد: ۱۳۶۲، تهران
- سمت فعلی: معاون مدیرعامل در امور مشتریان بانکداری شخصی بانک تجارت
- سوابق تحصیلی:
- کارشناسی: مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران
- کارشناسی ارشد: مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران
- کارشناسی ارشد: حقوق تجارت بین الملل دانشگاه منچستر بیزینس اسکول
- دکتری: دکترای تخصصی بازاریابی دانشگاه تهران

امیرحسین داودیان که در حال حاضر معاون مدیرعامل در امور مشتریان بانکداری شخصی بانک تجارت است، قریب به هفده سال است که در صنعت بانکی و پرداخت کشور در سمت‌های مختلف فعالیت می‌کند. او در طول این سال‌ها در حدود هشت بانک، شرکت تأمین سرمایه، شرکت پرداخت و فین تک تجربه طراحی و اجرای استراتژی داشته و می‌گوید تا آن زمان که فرصت ساختن در آن مجموعه‌ها فراهم بوده، ادامه داده و آن‌گاه که فصل ساختن رو به انتها رفته، به مجموعه دیگری کوچ کرده است.

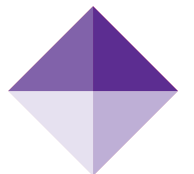
مروری بر زندگی شخصی و حرفه‌ای ۱۰ مدیر صنایع مالی کشور که در سال ۱۴۰۲ از زندگی شخصی و حرفه‌ای آنها گفتیم

بازیکنان تأثیرگذار

عصر تراکنش، «ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران»، از شماره اول خود که در تیرماه ۱۳۹۶ چاپ شد، سعی کرده روایتگر زندگی شخصی و حرفه‌ای پیشکسوتان، متخصصان و فعالان صنعت فناوری‌های مالی کشور باشد. ما در بخش «پروفایل» به سراغ طیف وسیعی از مدیران می‌رویم و آنچه در انتخاب‌هایمان برایمان مهم است، نقش‌آفرینی فعال و تأثیرگذاری افراد در صنعت فناوری‌های مالی کشور است. ما مدیرانی را انتخاب می‌کنیم که در صنعت فناوری‌های مالی کشور حرفی برای گفتن دارند و با اقداماتشان به توسعه کسب‌وکارهای این صنعت و در ادامه، به توسعه خود صنعت کمک می‌کنند؛ در نتیجه شنیدن از زندگی و مسیری که طی کرده‌اند، نه تنها جذاب است، بلکه می‌تواند به دیگران در پیمودن مسیر حرفه‌ای‌شان کمک کند. در سال ۱۴۰۲ به سراغ ۱۰ تن از مدیران این صنعت رفتیم و با آنها درباره مسیر شخصی و حرفه‌ای که طی کردند، دستاوردهایی که تا به امروز داشته‌اند و همچنین ویژگی‌های یک مدیر خوب صحبت کردیم. در این مطلب مروری کوتاه بر این ۱۰ پروفایل داشتیم.



عصر تراکنش



۲۷۲

ASAEETRAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران





با اسکن این کد می‌توانید مطالب بخش «پروفایل» عصر تراکنش را بخوانید.

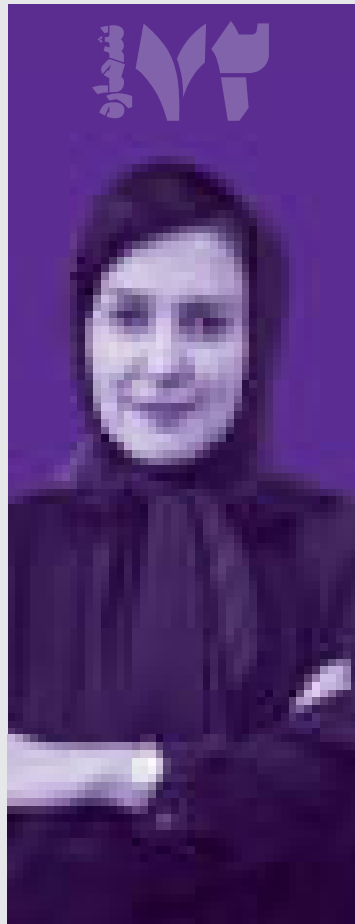
عصر تراکنش

پروفایل

۲۷۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم



مونا حاجی علی اصغر

سال و محل تولد: ۱۳۵۸، تهران
سمت فعلی: مدیرعامل و نایب رئیس هیئت مدیره گروه مالی کیان
سوابق تحصیلی:
● **کارشناسی:** مدیریت دولتی دانشگاه تهران
● **کارشناسی ارشد:** مدیریت بازرگانی (مالی) دانشگاه الزهرا
● **دکتری:** DBA دانشگاه تهران

مونا حاجی علی اصغر، جزو معدود زنان فعال در لایه‌های ارشد مدیریتی در صنایع مالی کشور است که بیش از هفده سال سابقه فعالیت در بازار سرمایه کشور را دارد و در طراحی و راه‌اندازی ده‌ها صندوق سرمایه‌گذاری همکاری کرده است. او بعد از حدود هفت سال فعالیت به‌عنوان قائم‌مقام مدیرعامل در شرکت مدیریت سرمایه کیان، از سال گذشته در سمت مدیرعاملی گروه مالی کیان مشغول به فعالیت است؛ شرکتی که امروز با هفده زیرمجموعه و ۳۵۰ نیروی انسانی فعالیت دارد. او می‌گوید در زندگی اش تشنه یادگیری و تجربه‌های جدید بوده و معتقد است موفقیت از مسیر استمرار، تسلیم‌ناپذیری و غلبه بر ترس‌هایمان محقق می‌شود و هیچ آسانسوری برای رسیدن به قله آرزوهایمان وجود ندارد.



رامبد حیدریان

سال و محل تولد: ۱۳۵۷، کرمانشاه
سمت فعلی: مدیرعامل و عضو هیئت مدیره تجارت الکترونیک سرمایه
سوابق تحصیلی:
● **کارشناسی:** آمار دانشگاه باهنر کرمان
● **کارشناسی ارشد:** MBA دانشگاه تهران

رامبد حیدریان از آن دست مدیران جوان صنعت بانکی و پرداخت کشور است که تجربه فعالیت در سه صنعت فناوری اطلاعات و ICT، پرداخت و صنایع معدنی را دارد و به گفته خودش، فعالیت هشت ساله‌اش در شرکت هواوی یکی از نقاط عطف زندگی کاری اش بوده که مسیر اصلی شغلی او را شکل داده است. او در صحبت‌هایش از تجربیات کسب‌کرده در این شرکت بسیار می‌گوید؛ تجربیاتی که از آنها برای رفع بحرانی که شرکت تجارت الکترونیک سرمایه با آن دست به‌گریبان بود نیز کمک گرفت و در نهایت توانست این شرکت را برای اولین بار در سال گذشته به سوددهی برساند. به گفته خودش، بزرگ‌ترین عامل موفقیتش در هواوی مهارتش در مذاکره بوده و همیشه سعی کرده در هر پست و جایگاهی که قرار می‌گیرد، نقش توسعه‌دهنده را که نقطه قوت خود می‌داند، به‌خوبی ایفا کند.



محمد صادقی

سال و محل تولد: ۱۳۵۴، قوچان
سمت فعلی: مدیرعامل بهسازان ملت
سوابق تحصیلی:
● **کارشناسی:** مهندسی نرم‌افزار دانشگاه غیرانتفاعی تهران
● **کارشناسی ارشد:** صنایع مالی دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی

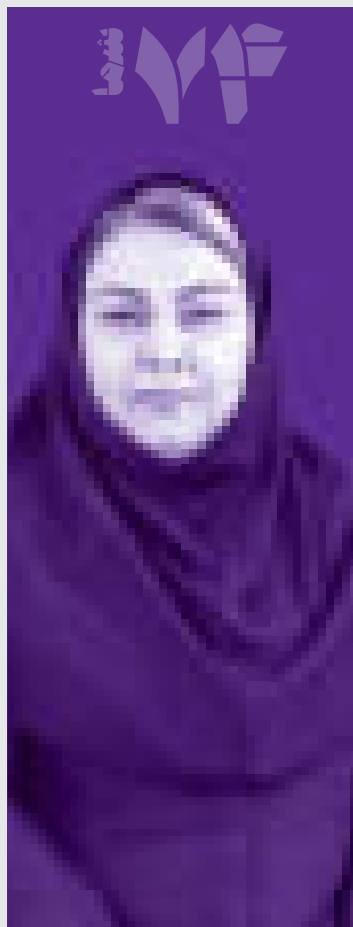
محمد صادقی در سال ۱۳۵۴ در خانواده‌ای پرجمعیت در قوچان به دنیا آمد و در جوانی برای تحصیل در رشته مهندسی نرم‌افزار به اصرار پدرش به تهران آمد و این مهاجرت سرآغاز مسیر جدیدی شد که طبق گفته خودش حتی در تصوراتش هم نمی‌گنجید؛ مهاجرت، تحصیل در رشته مهندسی نرم‌افزار، استخدام در شرکت داده‌پردازی، ازدواج و ماندن همیشگی در تهران. او تجربه فعالیت در شرکت‌های بسیاری را دارد؛ از جمله: داده‌پردازی ایران، کاسپین، اسوه، سامانه‌های بزرگ‌فردا، توسن و بانک اقتصاد نوین، تولید و پیاده‌سازی / بومی‌سازی سامانه‌های کرپن‌کنینگ بانک‌های رفاه، تجارت، دی، ملی، پست بانک، تعاون اسلامی عراق و اقتصاد نوین. هم‌اکنون نیز مدیرعامل شرکت بهسازان ملت است تا با کمک تجارب خود، به توسعه بخش فناوریانه بانک ملت کمک کند.



فرهاد اینالویی

سال و محل تولد: ۱۳۴۸، اصفهان
سمت فعلی: عضو هیئت مدیره شرکت جهان ارقام پارس
سوابق تحصیلی:
 • **کارشناسی:** مهندسی کامپیوتر دانشگاه صنعتی اصفهان
 • **کارشناسی ارشد:** اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی
 • **دکتری:** دکتری حرفه‌ای اقتصاد کسب و کار دانشگاه تهران

فرهاد اینالویی فردی است 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. او در تمام طول فعالیت حرفه‌ای‌اش معتقد بوده که در هیچ مجموعه‌ای نباید بیشتر از پنج سال حضور داشته باشد؛ زیرا به نظرش یک جا ماندن، کرختی می‌آورد و او آدمی است که می‌خواهد در مسیر یادگیری باقی بماند. به اعتقاد او، مدیران باید یاد بگیرند با کارمندان‌شان 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.



نوش آفرین مؤمن واقفی

سال و محل تولد: ۱۳۵۲، تهران
سمت فعلی: معاون فناوری اطلاعات و عضو هیئت عامل بانک دی
سوابق تحصیلی:
 • **کارشناسی:** برق، گرایش مخابرات دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی
 • **کارشناسی ارشد:** مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه صنعتی امیرکبیر
 • **دکتری:** مدیریت کسب و کار دانشگاه لیون فرانسه

خدمات انفورماتیک، کاشف، سازمان تنظیم مقررات و هلدینگ فناوری اطلاعات بانک تجارت از جمله مجموعه‌هایی هستند که نوش آفرین مؤمن واقفی در آنها مشغول به کار بوده و اکنون معاون فناوری اطلاعات بانک دی است. او معتقد است زنان برای حضور در بازار کار با موانع زیادی مواجه‌اند که کار را برای آنها سخت می‌کند و کلیشه‌های ذهنی افراد به شکلی است که زنان را در سمت‌های مدیریتی ارشد سازمان به سختی می‌پذیرند و گرچه امروز این تفکرات تبعیض آمیز تا حد زیادی در جامعه تعدیل شده، اما هنوز به وضعیتی نرسیده‌ایم که بتوانیم از شایسته‌سالاری فارغ از جنسیت صحبت کنیم.



مسعود وکیلینیا

سال و محل تولد: ۱۳۶۲، تبریز
سمت فعلی: مدیرعامل شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا
سوابق تحصیلی:
 • **کارشناسی:** مهندسی صنایع دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی
 • **کارشناسی ارشد:** مدیریت اجرایی دانشگاه تهران

مسعود وکیلینیا، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی از دانشگاه تهران است که در سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۶۰ در تبریز به دنیا آمده و در سن کم به دلیل شغل پدرش به تهران مهاجرت کرده و بعد از اتمام دوره کارشناسی‌اش در رشته مهندسی صنایع، وارد بازار کار و فعالیت در صنایعی مانند خودرو، نفت و گاز، فناوری اطلاعات، تلکام و در نهایت مالی شده است. او که تجربه حضور در شرکت‌های گوناگون را دارد، در حال حاضر مدیرعامل هلدینگ ارتباط فرداست و می‌گوید تمام تلاشش را می‌کند تا این هلدینگ مسیر رشد خود را با سرعت بیشتری طی کند. او تعهد و تخصص را مکمل یکدیگر می‌داند و معتقد است مدیران باید با تمرکز بر مختصات و ویژگی‌های سازمان تحت نظارت خود آن را مدیریت کنند.

مهرتراکتس



ASAE.TARAKTESH.IR

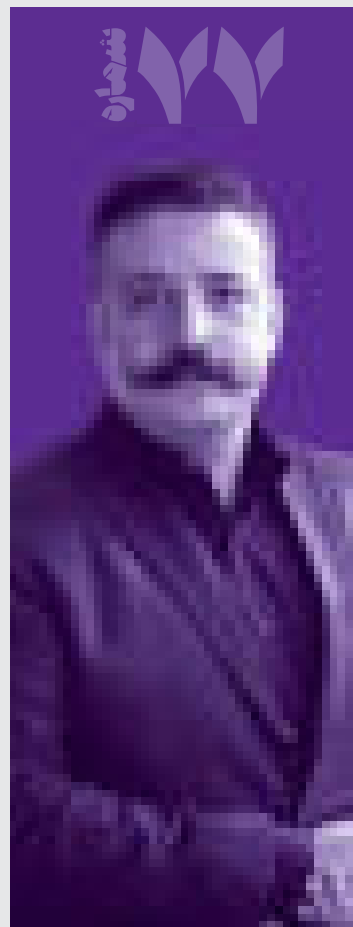
ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



حسام مقصودلو

سال و محل تولد: ۱۳۵۹، گنبد کاووس
سمت فعلی: عضو هیئت مدیره هلدینگ فناوری و نوآوری بانک تجارت (تفتا)
سوابق تحصیلی:
 ● کارشناسی: مهندسی مکانیک دانشگاه صنعتی شریف
 ● کارشناسی ارشد: MBA (گرایش بازاریابی) دانشگاه تهران

حسام مقصودلو که دارای مدرک کارشناسی مهندسی مکانیک است، به گفته خودش بعد از مدتی به فناوری اطلاعات علاقه مند می شود و به این نتیجه می رسد که مهندس مکانیک بودن او را خوشحال نمی کند. پس تصمیم می گیرد وارد حوزه های کاری مرتبط با فناوری اطلاعات شود. کارت هوشمند سلامت تأمین اجتماعی، مزایده اپراتور سوم، تجهیز تاکسی های جزیره کیش به دستگاه کارت خوان، بلیت الکترونیک (نظیر من کارت در مشهد) در شهرهای مختلف کشور، تهران من و شهری، از جمله پروژه های مهم مقصودلو در این سال ها بوده و او حالا با عضویت در هیئت مدیره تفتا بر آن است تا به کمک دیگرانی که در این بانک مشغول به کارند، به دیجیتالی و هوشمند کردن خدمات این شرکت کمک کند.



میثم رجبی

سال و محل تولد: ۱۳۶۱، تهران
سمت فعلی: مدیرعامل شرکت رادین
سوابق تحصیلی:
 ● کارشناسی: برق دانشگاه صنعتی شریف
 ● کارشناسی ارشد: MBA دانشگاه مالک اشتر
دکتری: سیاست گذاری دانشگاه تهران

میثم رجبی یک دهه شصتی متولد تهران است که در خانواده ای طبقه متوسطی بزرگ شده و به هدایت آنها در مقطع کارشناسی، مهندسی برق خوانده و سال ها بعد به این نتیجه رسیده است که باید به سراغ علاقه اش برود. پس وارد حوزه علوم انسانی می شود و در دو مقطع کارشناسی ارشد و دکتری به ترتیب مدیریت و سیاست گذاری می خواند. رجبی فعالیت حرفه ای خود را از سطح کارشناسی در یک شرکت نفت و گاز آغاز می کند، اما طولی نمی کشد که از آنجا بیرون می آید و با ورود به شرکت فخیم، قدم به مسیر تازه ای می گذارد که در نهایت به مدیرعاملی شرکت رادین ختم می شود. رجبی معتقد است داشتن تیم خوب، تفکر راهبردی و از همه مهم تر عشق به حرفه خود، مهم ترین عواملی اند که از یک فرد عادی، یک مدیر خوب می سازند.



احمد میردامادی

سال و محل تولد: ۱۳۴۸، اصفهان
سمت فعلی: عضو هیئت مدیره هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر
سوابق تحصیلی:
 ● کارشناسی: مهندسی الکترونیک دانشگاه صنعتی اصفهان
 ● کارشناسی ارشد: مهندسی کامپیوتر (نرم افزار) دانشگاه صنعتی امیرکبیر

احمد میردامادی جزو معدود مدیران صنعت بانکی کشور است که تجربه فعالیت در چند صنعت گوناگون هواپیمایی، بانکی و پرداخت، تجارت الکترونیک و حمل و نقل ایران را دارد و از آن دسته مدیرانی است که اهل کتاب، موسیقی و مشتاق همیشگی گپ و گفت های ادبی و هنری است. میردامادی در صنعت هواپیمایی، آمادئوس را مستقر می کند؛ به بانک پارسیان می رود و در طراحی و استقرار شبکه های آنلاین مشارکت می کند؛ کارت بلیت شهر تهران را خلق می کند؛ باعث توسعه شرکت پرداخت نوین می شود و در نهایت پس از حضور در بانک ایران زمین و همراهی در پایه گذاری هلدینگ فناوری آن و بعد از آن تأسیس کنسرسیوم بانکداری باز سنباد به بانک شهر می رود تا به فرایند دیجیتالی شدن آن کمک کند.



۱۴۰۲ و
چالش‌های
صنعت فین‌تک

تنظیم‌گری



در بخش «تنظیم‌گری» عصر تراکنش هر ماه به سراغ یکی از حوزه‌های فناوری‌های مالی کشور می‌رویم و در گفت‌وگو با مدیران، متخصصان و فعالان آن حوزه‌ها به بررسی چالش‌ها و راهکارهای احتمالی می‌پردازیم. در یک سال گذشته در این بخش از عصر تراکنش به موضوعات و حوزه‌های مختلفی نظیر اصلاح نظام کار مزد، رمنارز، امنیت در سازمان‌ها، بانکداری باز، تجمیع و جوه پرداخت یارها، سندباکس، الکترونیکی کردن عوارض آزادراهی، بانکداری هوشمند و وضعیت بودجه تخصیص داده شده برای توسعه فناوری اطلاعات در بانک‌ها پرداختیم؛ حوزه‌ها و موضوعاتی که در کشور با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند. بنا بر صحبت‌های فعالانی که در یک سال گذشته با آنها گفت‌وگو کردیم، رگولاتوری و مدیریت منابع انسانی دو مورد از چالش‌هایی بوده که عموم کسب‌وکارها با آنها مواجه بوده و هستند. صحبت کردن درباره این چالش‌ها و تلاش برای پیدا کردن راهکارهایی که به حل آنها منتهی شود، آن قدر مهم است که ما در ویژه‌نامه پایان سال ماهنامه عصر تراکنش بر آن شدیم مروری اجمالی بر تمام گزارش‌هایی داشته باشیم که در یک سال گذشته درباره بحث‌های مربوط به تنظیم‌گری نوشته‌ایم؛ گزارش‌هایی که مسائل و چالش‌های صنعت فناوری‌های مالی را از زبان کسب‌وکارها روایت کرده‌اند و در جست‌وجوی راه‌حل‌هایی بوده‌اند تا روند توسعه فناوری‌های مالی در کشور سرعت گیرد. جزئیات این گزارش‌ها را در صفحات پیش رو می‌توانید بخوانید.

اصلاح نظام کارمزد از رؤیا تا واقعیت

اصلاح نظام کارمزد، یکی از موضوعات چالش برانگیزی است که در چند سال گذشته فعالان صنعت بانکداری و پرداخت کشور بر آن تأکید می کردند و معتقد بودند اگر این نظام اصلاح نشود، نه تنها توسعه این صنایع به تعویق می افتد، بلکه باعث به خطر افتادن بقای آنها نیز می شود. رگولاتور سال ها این اقدام را به بعد موکول کرده بود، اما در روزهای پایانی سال ۱۴۰۱ بود که مهران محرمیان، معاون فناوری های نوین بانک مرکزی، اعلام کرد اصلاح نظام کارمزد در اولویت بانک مرکزی قرار گرفته و در سال ۱۴۰۲ عملیاتی می شود. در بخش «تنظیم گری» شماره های ۶۹ و ۷۴ ماهنامه عصر تراکنش، یک بار زمانی که کلاف سردرگم اصلاح نظام کارمزد در حال باز شدن بود و بار دیگر نیز سه ماه بعد از اجرایی شدن طرح اصلاح نظام کارمزد، به ضرورت این اقدام و عملکرد آن پرداختیم. کارشناسان و فعالان شبکه پرداخت کشور نظریات متفاوتی نسبت به نحوه اجرا و کلیت طرح اصلاح نظام کارمزد دارند و معتقدند این طرح نیازمند اصلاحات زیادی در اصول پایه ای، از جمله مبلغ کارمزدهاست. برخی معتقدند کارمزدهای تعیین شده پاسخگوی هزینه ارائه خدمات شبکه پرداخت نیست؛ بنابراین به توسعه نمی انجامد. علاوه بر این کارشناسان در گفت و گو با عصر تراکنش، شبکه بانک و پرداخت کشور را بسیار درهم تنیده توصیف می کنند و این درهم تنیدگی را یکی از دلایل اصلی عدم اثربخشی طرح اصلاح نظام کارمزد می دانند. در ادامه گزارشی از این گفت و گوها را می خوانید.



عصر تراکنش



۲۷۸

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

◀ دلایل غیراقتصادی عدم اصلاح نظام کارمزد

علی اکبر فراهانی، مدیرعامل سابق شرکت آسان پرداخت پرشین، یکی از مهم ترین علل تعلل رگولاتور در زمینه اصلاح نظام کارمزد را پیچیدگی های لایه ای در ساختار ذی نفعان می داند و می گوید که شاپرک به عنوان متولی صنعت پرداخت باید در مقام پاسخگو علت تأخیر در اصلاح کارمزد را توضیح دهد. او توضیح می دهد: «تعلل و تأخیر پیش آمده در اتخاذ این تصمیم خود به عامل تعلل بیشتر تبدیل شده و می توان گفت روزبه روز دشواری و چالش های نهاد رگولاتور را بیشتر می کند. از این منظر عقلانی ترین تصمیم عدم تعلل بیشتر و اصلاح ساختار کارمزد تراکنش به شیوه ای است که همه ظرفیت های صنعت را شکوفا کند.»

◀ سه عامل تأثیرگذار در چگونگی عملیاتی شدن اصلاح نظام کارمزد

بنا بر صحبت های حسام مقصودلو، عضو هیئت مدیره تفتا، چالش نظام کارمزد از سه منظر قابل بررسی و تحلیل است. او این سه وجه را این طور تشریح می کند: «۱. رگولاتور و سیاست گذار که تعیین کننده قوانین و مقررات کارمزد در صنعت پرداخت اند. آنچه در این زمینه پررنگ است، نگاه سیاست گذاران حوزه بانکی کشور به صنعت پرداخت است. براساس بررسی های صورت گرفته، فعالان صنعت پرداخت در مجموع اعتقاد دارند که تا وقتی تغییر نگاه متولیان و سیاست گذاران به صنعت پرداخت و جذابیت این صنعت با اختصاص پاداش خدمات به ارائه دهنده صورت نگیرد، نمی توان جایگاه مناسبی را برای صنعت پرداخت در اقتصاد انتظار داشت؛ ۲. بانک های ارائه دهنده کارت های بانکی یکی دیگر از بازیگران این صنعت اند که می کوشند تا آنجا که ممکن است از پرداخت کارمزد سر باز زنند. همین نکته باعث شده این دسته از بازیگران به دنبال استفاده از خدمات به صورت رایگان باشند و از تعیین نشدن کارمزد برای این خدمت نفع ببرند و ۳. دریافت کننده خدمت درگاه پرداخت (پذیرنده) که به دریافت خدمات رایگان تمایل دارد و در بازار رقابتی موجود، از نداشتن تعرفه یا کارمزد



مشخص برای پرداخت استقبال می‌کند و آن را به نفع خود می‌داند.»

◀ از بازنگری در نرخ‌ها تا تعامل بیشتر بانک‌ها با اکوسیستم

داود محمدبیگی، کارشناس بانکی و پرداخت، نیز توضیح می‌دهد که تغییر قانون و افزایش اختیار بانک‌ها برای تعیین نرخ در شرایطی که دغدغه دولت عدم افزایش قیمت‌هاست، اگر نگوییم دست‌نیافتنی، بسیار مشکل است؛ بنابراین با فرض پذیرش شرایط فعلی، بانک مرکزی ناگزیر از تعیین قیمت خدمات برای بانک‌ها مانند سال‌های گذشته است، ولی باید تلاش خود را بر افزایش سالانه و در حد تورم کالا و خدمات متمرکز کند. به نظر او، برخی اقدامات می‌تواند شرایط را بهبود بخشد: «بازنگری مجدد و افزایش نرخ‌های فعلی خدمات بانکی ریالی و ارزی و الکترونیک حداقل به میزان رشد کالا و خدمات، اعطای اجازه به بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت برای اخذ هزینه پرداختی ایشان بابت خدماتی که از سایر نهادها و دستگاه‌ها دریافت می‌کنند (هزینه پیامک، پست و...)، جداسازی خدمت قبض و شارژ در خدمات کارتی و اخذ هزینه خرید شارژ از مشتری و تشویق مشتری‌بان به پرداخت قبض با کیف پول یا برداشت مستقیم با هدف کاهش هزینه‌های شبکه کارتی و تسهیل پرداخت‌های مبتنی بر حساب از طریق شرکت‌های ثالث و تشویق بانک‌ها به تعامل با آنها.»

◀ لزوم مستقل شدن PSPها

محمد مهدی فاطمیان، رئیس انجمن فین تک و مدیرعامل زیبال، ضمن موافقت کلی با مفهوم تغییر نظام کارمزد و استقبال از این تغییر رویه در بانک مرکزی بعد از سال‌ها انتظار با بیان اینکه یک نقد موضوعی مهم به طرح اصلاح نظام کارمزد وارد است، توضیح می‌دهد: «تا زمانی که شبکه بانکی سهام‌دار شبکه پرداخت کشور است؛ به این معنی که بانک‌ها دارای بیش از ۵۰ درصد سهام شرکت‌های PSP هستند و از سمت دیگر شبکه بانکی هنوز در ساختار کارمزدی باید به شبکه پرداخت کارمزد پرداخت کند، شبکه پرداخت و نظام کارمزدی با وجود همه طرح‌ها و تلاش‌های روبه‌جلو اصلاح نخواهد شد. تعامل شرکت‌ها با پذیرندگان و اتفاق‌هایی که در پی آن در جامعه می‌افتد، نویدبخش اصلاح ساختار شبکه پرداخت کشور نیستند.»

◀ نادیده گرفتن رقم خالص عدد کارمزدها

به عقیده حمید بنائیان، معاون فناوری اطلاعات بانک آینده، نکته مهمی که بسیاری از تحلیلگران و کارشناسان هنگام بررسی طرح اصلاح نظام کارمزد از آن صرف‌نظر می‌کنند، رقم خالص عدد کارمزدها و سهم آنها در هزینه‌ها و سود کسب و کارهاست. او در این باره می‌گوید: «اگر از گردش مالی کسب و کارها و حاشیه سودشان حتی در کسب و کارهایی نظیر نانوايي که یارانه‌های بسیاری از دولت می‌گیرند، درصد بگیریم، می‌بینیم مبالغی که برای کارمزد در نظر گرفته شده، سهم بسیار پایینی است. اگر نیاز به بحث کارشناسی باشد، باید جایگاه ارزش افزوده خدمات شبکه پرداخت را هم در نظر گرفت. البته می‌توان از برخی اصناف خاص هم با توجه به شرایط جامعه تا برقراری شرایط ایدئال تر صرف‌نظر کرد، اما ادامه این طرح و تغییر اعداد کارمزد باید

برای مابقی اصناف به صورت همگانی اتفاق بیفتد.»

◀ فرهنگ‌سازی و ایجاد بستر مناسب برای اجرای آن

مظاهر مرجانی، رئیس کمیسیون نرم افزارهای فروشگاه‌های سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران و مدیرعامل شرکت نرم افزار حسابداری پارمیس، نیز معتقد است طرح اصلاح نظام کارمزد ناخودآگاه بر شبکه پرداخت تأثیر می‌گذارد و این تأثیر از جانب کسب و کارها و حوزه‌های گوناگون متفاوت خواهد بود: «زمانی که صحبت از نظام کارمزد است چند بازیگر نقش پررنگی خواهند داشت. اولین بازیگر پذیرندگان هستند. دستگاه‌های پذیرنده‌ای که تراکنش‌های بالا و به تبع آن قدرت چانه‌زنی دارند، نگرانی خاصی از بابت کارمزد نخواهند داشت؛ زیرا می‌توانند با استفاده از قدرت چانه‌زنی خود و مانور بر گردش مالی بالا به هر شکلی کارمزد پرداختی را پس بگیرند.»

یکی از انتقادات مظاهر مرجانی به نوعی به فرهنگ‌سازی و ایجاد بستر مناسب برای اجرای آن مرتبط است. او معتقد است اجرای طرح اصلاح نظام کارمزد با موضوع مالیات از دستگاه‌های کارت خوان هم‌زمان شد و عملاً بسیاری از کسب و کارها برداشت پول را به‌عنوان مالیات می‌شناسند. به گفته مرجانی، شاید اگر این هم‌زمانی رخ نمی‌داد، جامعه نسبت به کارمزدها دید مثبت‌تری داشت.

◀ اصلاح نظام کارمزد به معنی رفع مشکل نیست

علی چهارلنگی، مدیرعامل شرکت فن آوری اطلاعات خوارزمی، نیز توضیح می‌دهد که طرح اصلاح نظام کارمزد حتی در سطح تسکین نیز ناتوان از تأمین حداقل‌های ضروری بانک‌ها بوده است. او می‌گوید: «با چنین شکاف گسترده‌ای میان سهم کارمزد از مجموع منابع درآمدها (۵ درصد)، عملاً نباید این طرح را اصلاح به معنی رفع مشکل دانست و از آن توقع داشت که در رویکرد و برنامه‌ریزی بانکداران کشور تغییر چشمگیری پدید آورد. نکته دیگر آن است که واقعی‌سازی کارمزد، بخش لازم، اما ناکافی از راه‌حل توسعه صنعت بانکداری و پرداخت کشور است. نمی‌توان یک‌شبه این بسته راه‌حل را پیاده کرد، اما مسکوت گذاشتن یا اجرای قطره‌ای آن نیز چیزی جز پاک کردن صورت مسئله نیست.»

مهرتراکتس

تنظیم‌گری

۲۷۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
حلی اکبر فراهانی
حسام محمودلو
داود محمدبیگی
محمد مهدی فاطمیان
محمد سنائیان
مظاهر مرجانی
حلی سهیل‌لنگی



علل گند پیش رفتن پروژه الکترونیکی کردن عوارض آزادراه ها بررسی شد

فقدان رویکرد توسعه گرایی در سازمان ها

سال ۱۳۹۱ در راستای تحول دیجیتال، الکترونیکی کردن پرداخت عوارض آزادراه ها کلید خورد؛ پروژه ای که اجرای آن ذی نفعان زیادی داشت، از بیمه و پلیس گرفته تا وزارت راه و در نهایت مردم. حالا نزدیک ۱۱ سال از آغاز این پروژه می گذرد و از آزادراه های کشور فقط ۱۵ آزادراه به این پروژه متصل شده اند و پرداخت عوارض در آنها به صورت الکترونیکی انجام می شود. در بخش تنظیم گری شماره ۷۰ عصر تراکنش به چالش ها و علل گند پیش رفتن پروژه الکترونیکی کردن پرداخت عوارض آزادراه ها پرداختیم. طبق اعلام وزارت راه، تاکنون بیمه و پلیس، به ویژه بیمه ها همکاری صددردی در این زمینه نداشته اند. البته پیگیری از شرکت های بیمه در این زمینه نیز نشان می دهد که ضعف زیرساخت و تحمیل هزینه های اضافی باعث شده آنها از اجرای این قانون امتناع کنند. این در حالی است که وزارت راه باید از طریق شرکت سامانه پرداخت های نوین در آزادراه های کشور یا سایر شرکت هایی که به منظور عملیاتی کردن اخذ الکترونیکی عوارض با شرکت های احداث، نگهداری و بهره برداری آزادراه های کشور یا سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای قرارداد منعقد کرده اند، بستری لازم استعلامات برخط وضعیت بدهی متقاضیان از سامانه ها یا برنامه های کاربردی را برای شرکت های بیمه فراهم کنند. در ادامه گفت و گوی عصر تراکنش را با دست اندرکاران و مجریان این طرح می خوانید.



و تمام صنایع درگیرش هستند. در نتیجه در یک سیستم بیمار، نمی توان توقع داشت خرده سیستم های سالم و کارآمد وجود داشته باشند. همه چیز زنجیره وار و سیستماتیک به یکدیگر متصل می شوند، بر یکدیگر اثر می گذارند و از یکدیگر تأثیر می پذیرند.»

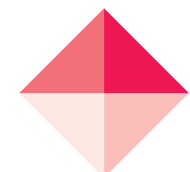
صنعت بیمه، اولویت را به صدور بیمه شخص ثالث داده است

تعامل ناکافی و نادرست با سازمان هایی مانند بیمه و فرآیند دیگر چالش های الکترونیکی کردن عوارض آزادراه های کشور است که عباس اربابی، قائم مقام شرکت سپندار، به آن اشاره می کند. او تأکید می کند: «بیمه تاکنون هیچ قدمی برای بهبود وضعیت وصول عوارض برنداشته است؛ در قانون بودجه سال های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ نوشته شده که شرکت های بیمه موظف اند پیش از صدور بیمه نامه شخص ثالث از وضعیت بدهی عوارض آزادراهی استعلام کنند و تا پیش از تسویه آن، بیمه نامه صادر نشود. اما روح حاکم بر صنعت بیمه کشور به شکلی است که قانون بیمه اولویت را به صدور بیمه شخصی ثالث داده است. در واقع بین قانون بودجه و قوانین بیمه تعارض وجود دارد و نیازمند تنقیح است.» به گفته اربابی یکی از چالش ها این است که عوامل درگیر در ETC بسیارند و اگر قرار باشد عملکرد سپندار بررسی شود، باید توجه داشت که این طرح بدون بلوغ همه حوزه های مرتبط با

در نظر نگرفتن حقوق و منافع همه ذی نفعان

مجید رضا ضیائی، مدیرعامل شرکت سپندار، تأمین مالی ناکافی، عدم فرهنگ سازی مناسب و در نظر نگرفتن حقوق و منافع همه ذی نفعان را از جمله علل کاهش سرعت پروژه ETC کردن آزادراه ها می داند. او با اشاره به اینکه برای بررسی این موضوع باید به هدف گذاری، عملکرد و وضعیت شرکت هایی که با این مفهوم سروکار دارند، توجه کرد، می گوید: «من برای تحلیل وضعیت و عملکرد یک بنگاه از الگوی زیست چرخ کمک می گیرم و بررسی می کنم تا ببینم مشکل این چرخه ذاتی است یا عرضی و اگر عرضی است آن را متناسب به طول عمرش می کنم؛ طبیعی است که پدیده های مختلف با طول عمرهای مختلف، توان و ویژگی های متفاوتی دارند. برای من پرسش از چرایی بالغ نشدن ETC مقدم بر بررسی عملکرد بنگاه است و می خواهم به این سؤال پاسخ دهم.» به گفته ضیائی بنگاه ها پدیده هایی برساختی اند که بدون در نظر گرفتن زمان و مکانی که در آن به وجود آمده اند، نمی توان درباره شان صحبت کرد: «تلقی ما این بود که بنگاه مان مدت زمانی یک ساله به بلوغ برسد، اما مجموعه عوامل مؤثر در تولد این بنگاه که با هدف ساخت آن کردیم آزادراه های کشور فعالیت می کند، رشد و توسعه پیدا نکرد؛ این عوامل هم فناوریانه و هم فرهنگی بودند. علت بالغ نشدن آن در این حوزه نیز فقدان رویکرد توسعه گرایی است که به روح حاکم بر جامعه برمی گردد»

عصر تراکنش



۲۸

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



آن مانند صنعت پرداخت، زیرساخت‌های ارتباطی، قانون‌گذاری، سرویس‌های حاکمیتی و امثالهم ممکن نیست. او می‌گوید برای آزادراه‌های در حال بهره‌وری به صرفه نیست که برای الکترونیکی شدن یا پیش بگذارند، زیرا عموماً قدیمی و فرسوده‌اند و اولویت آنها ترمیم آزادراه و ارتقای آسفالت است؛ بنابراین اقتصاد آزادراه بیمار است. اربابی ایجاد اعتماد بین دولت-ملت و ذی‌نفعان آزادراهی را راه‌حلی برای سرعت گرفتن پروژه سیندار معرفی می‌کند و معتقد است در کنار امور فناورانه و زیرساختی که انجام می‌شود، باید به مسائل فرهنگی نیز توجه کرد تا استقبال عمومی برای پیشبرد و توسعه چنین طرح‌هایی افزایش یابد. به نظر او بخش خصوصی از دولت می‌ترسد و برای اینکه کمتر کنترل شود، علاقه‌ای به الکترونیکی کردن روال‌های کسب‌وکاری‌اش نشان نمی‌دهد و مردم نیز برای پرداخت عوارضشان مقاومت می‌کنند.

◀ مقاومت سرمایه‌گذاران ادامه دارد

عباس بیات سرمدی، مدیرکل بهره‌برداری از آزادراه‌های کشور، گند پیش رفتن پروژه پرداخت الکترونیکی عوارض آزادراه‌ها را در فرار سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری در این حوزه به دلیل سودآور نبودن، امتناع و عدم همکاری شرکت‌های بیمه در الزام مردم به پرداخت عوارض و استقبال نکردن مردم از این طرح می‌داند. او با بیان اینکه از آزادراه‌های قابل تردد کشور تاکنون حدود ۱۴ تا ۱۵ آزادراه به شبکه اخذ عوارض الکترونیکی متصل شده است، می‌گوید: «اجرای این طرح به صورت جدی از سال ۱۳۹۷ در قالب یک فراخوان آغاز و به شرکت سیندار واگذار شد. اجرای این طرح تاکنون به درازا کشیده و دلیل آن عدم همکاری ذی‌نفعان این طرح، از مردم گرفته تا سرمایه‌گذاران، است. البته در اجرای این طرح پیشرفت‌های قابل ملاحظه‌ای داشته‌ایم، اما به حد قابل قبولی نرسیده‌ایم و مردم از پرداخت عوارض به صورت الکترونیکی استقبال نمی‌کنند. علاوه بر این، در تبصره ۱۸ بند اول قانون بودجه سال ۱۴۰۱، پلیس و بیمه مکلف شدند در اجرای این طرح همکاری داشته باشند، اما تاکنون همکاری صددرصدی آنها، به‌ویژه از سمت شرکت‌های بیمه را شاهد نبوده‌ایم.» وصول ۱۱۵۰ میلیارد تومان پرداخت عوارض به صورت الکترونیکی از سال ۱۳۹۸ تاکنون، آمار است که بیات ارائه می‌دهد و می‌گوید: «پاربرسی‌های انجام شده میزان وصولی از عوارض الکترونیکی پایین است و عمده عوارض به صورت دستی پرداخت می‌شود و کماکان مقاومت از سمت سرمایه‌گذاران اصلی وجود دارد؛ اما وزارت راه همچنان پیگیر این موضوع از نهادهای مختلف است تا نوافس اجرای این طرح رفع و در سال ۱۴۰۲، اجرای این طرح نهایی شود.»

◀ عدم تضمین بازگشت سرمایه

سیامک خاوری، مدیرعامل سابق ناواکو، نیز به بررسی

علل کند پیش رفتن پروژه عوارض الکترونیکی آزادراهی در چند سال اخیر می‌پردازد و درباره عدم رغبت سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در ETC می‌گوید: «یکی از دلایل مهم در این باره عدم تضمین بازگشت سرمایه از محل اخذ عوارض بزرگراهی برای سرمایه‌گذار این بخش است. موضوع بازگشت سرمایه از این محل نیازمند پشتوانه حاکمیتی و وضع قوانین حمایتی بود که خوشبختانه این مهم با همت وزارت راه و شهرسازی در قالب قانون بودجه سال ۱۴۰۱ و سپس در قانون بودجه سال ۱۴۰۲ از طریق پیش‌بینی خرید دین و ظرفیت بسیار مناسب شرکت‌های بیمه و همچنین پلیس محقق شد. همچنین موضوع فرهنگ‌سازی، تسهیل در پرداخت عوارض از طریق ابزارهای پرداخت متنوع و مکانیسم‌های تشویقی برای ذی‌نفعان طرح می‌تواند به پرداخت کامل و به موقع عوارض کمک کند.»

◀ تمام زیرساخت‌ها باید برای بهره‌بردار راه مهیا باشد

بنا بر صحبت‌های سعید حاج‌هاشمی، مدیرعامل شرکت کیان افق هیرید، موضوع توسعه پرداخت الکترونیک در عوارض آزادراهی در حال حاضر مسئله‌ای فناوری محور یا چالشی محدود به صنعت فین‌تک نیست، بلکه این موضوع را می‌توان چالشی حاکمیتی و بین‌دستگاهی دانست. او می‌گوید: «من به‌عنوان فعال صنف فناوری اطلاعات و فین‌تک، با صدای بلند می‌گویم که حق با بهره‌بردار راه است. برای اینکه بتوان موضوع را کاملاً واکاوی کرد، لازم است درباره مسائل، شرایط و پیچیدگی‌های پرداخت الکترونیک عوارض آزادراهی در آزادراه‌هایی که به صورت ETC فعالیت می‌کنند، جزئیات بیشتری را مرور کنیم.» به عقیده او، برای اینکه این طرح به سرانجام برسد، اولاً باید تمام زیرساخت‌های لازم در همه بخش‌های حاکمیت برای وصول مبالغ عوارض، اعم از فرهنگ‌سازی دسترسی ثبت تخلف، ایجاد گلوگاه‌های وصول مرتبط و... به‌طور رایگان برای بهره‌بردار راه مهیا شود یا یک صندوق یا نهاد یا بیمه پرداخت صددرصدی و در لحظه مبالغ عوارض را برعهده گیرد.

در غیر این صورت، در اصل بهره‌برداران راه و سرمایه‌گذاران آن در موضوعات هزینه‌ای شریک و از موضوعات درآمدی خارج شده‌اند. او می‌گوید: «ثانیاً باید مجهز کردن راه به تجهیزات ETC دلیل پروتکل‌های خاصی به بهره‌برداران راه سپرده شود و ایشان در کار کردن با پیمانکاران و استفاده از سوتیج‌های تسویه مختار باشند؛ زیرا موضوع اصلی، پرداخت الکترونیکی درآمد آنها است و در تمام ارکان و جزئیات وصول، بایستی خود آنها درگیر باشند.»



اربابی ایجاد اعتماد بین دولت-ملت و ذی‌نفعان آزادراهی را راه‌حلی برای سرعت گرفتن پروژه سیندار معرفی می‌کند و معتقد است در کنار امور فناورانه و زیرساختی که انجام می‌شود، باید به مسائل فرهنگی نیز توجه کرد تا استقبال عمومی برای پیشبرد و توسعه چنین طرح‌هایی افزایش یابد



آیا پروژه‌های سندباکس بانک مرکزی و بازار سرمایه کشور موفقیت آمیز بودند؟

سندباکس، حلال تمام مشکلات رگولاتوری نیست

سندباکس‌های بازار سرمایه و بانک مرکزی به ترتیب از مهرماه ۱۴۰۰ و تیرماه ۱۴۰۱ فعالیت خود را به‌طور رسمی آغاز کرده‌اند، اما تاکنون شاهد خروجی ملموسی از این دو سندباکس در صنایع مالی کشور نبوده‌ایم. بسیاری از فعالان این حوزه معتقدند که سندباکس در ایران پدیده‌ای نوظهور است و بسیاری از کسب‌وکارها آن را نمی‌شناسند و برخی نیز رویکرد مثبتی نسبت به آن ندارند. علاوه بر این حاکمیت و رگولاتور نیز شناخت درستی از فلسفه شکل‌گیری آن و کارکرد اصلی‌اش ندارند و بر این باور است که سندباکس نیز مشابه مسیرهای رگولاتوری‌های سنتی دیگر است. به همین دلیل در بخش «تنظیم‌گری» شماره ۷۱ ماهنامه عصر تراکنش به سراغ بازیگران این حوزه رفتیم و علل ناکارآمدی و کندپیش رفتن پروژه‌های سندباکس صنایع مالی کشور را بررسی کردیم و از آنها پرسیدیم آیا سندباکس بانک مرکزی و بازار سرمایه در صنایع مالی کشور یک پروژه شکست‌خورده است یا خیر؟ در ادامه گفت‌وگوی ما با علی عبدالهی، مدیرعامل سابق شرکت ملی انفورماتیک؛ محمدحسین ابراهیم‌خان، عضو کارگروه فراسندباکس وزارت اقتصاد؛ حمید حسن‌آبادی، کارشناس حوزه فناوری‌های مالی و تنظیم‌گری؛ سعید احمدی‌پویا، مدیرعامل سابق ققنوس؛ سجاد موحد، مدیرعامل مرکز مالی ایران و صادق فرامرزی، نماینده سابق نصر تهران در کمیته سندباکس بانک مرکزی را می‌خوانید.



عصر تراکنش



۲۸۲

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

◀ نبود تجارب مشابه در سطح کشور

علی عبدالهی، مدیرعامل سابق شرکت ملی انفورماتیک معتقد است چه بخواهیم، چه نخواهیم هر روز کسب‌وکارهایی با مدل‌های جدید وارد بازار می‌شوند که در برخورد با این کسب‌وکارها سه راه بیشتر نداریم؛ آنها را نادیده بگیریم، سد راهشان شویم و مانند بعضی از حوزه‌هایی که در این چند سال دیدیم، فعالیتشان را غیرقانونی اعلام کنیم، یا اینکه این نوآوری‌ها را مورد تنظیم‌گری هوشمندانه قرار دهیم.

او می‌گوید: «راه‌اندازی محیط‌های آزمون در بخش‌های مختلف به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در تسهیل استفاده از نوآوری‌ها، اقدامی ضروری است.» عبدالهی درباره دستاوردهای سندباکس بانک مرکزی می‌گوید: «طرح‌های متقاضی ورود به سندباکس و همچنین طرح‌های پذیرفته‌شده، ارزیابی مثبتی از حضور خود در سندباکس بانک مرکزی دارند و نسبت به نتایج آن امیدوارند. به نظر می‌رسد نبود تجارب مشابه در سطح کشور توقع از سندباکس را بالا برده، در حالی که رویکرد سندباکس برای بازیگرانش رویکردی مبتنی بر آموزش، آزمون و درنهایت بهبود مستمر است. اگر از این زاویه به عملکرد یک‌ساله سندباکس بانک مرکزی نگاه کنیم، عملکرد قابل‌قبولی داشته است. علاوه بر این، طراحی و نظام‌مند کردن سندباکس

از پایه، توسعه زیرساخت‌های فنی و به‌روزرسانی مستمر پایگاه خبری و دانشی آن برای ارتقای بلوغ بازیگران، توسعه روش‌ها و ابزارهای لازم در مرحله اجرا و برگزاری موفق دو دوره فراخوان، نتایج و دستاوردهای ارزشمندی‌اند که در سال اول اجرای این پروژه به دست آمده است.»

◀ کسب‌وکارهای متقاضی نباید بزرگ باشند

محمدحسین ابراهیم‌خان، عضو کارگروه فراسندباکس وزارت اقتصاد، معتقد است نباید از سندباکس این توقع را داشت که تمام مشکلات رگولاتوری کشور را حل کند؛ در همه‌جای دنیا کسب‌وکارهایی که بالغ شده‌اند و کاربران زیادی دارند، وارد سندباکس نمی‌شوند و وارد کردن چنین کسب‌وکارهایی به سندباکس عملی نیست، او در این باره بیان می‌کند: «کسب‌وکارهایی که



متقاضی ورود به سندباکس هستند نباید خیلی بزرگ یا در حد ایده روی کاغذ باشند، بلکه باید برای کاربران و بازدیدکنندگان آن قابل پذیرش و رصد باشند. در نتیجه سندباکس‌ها این قابلیت را دارند که بخشی از مشکلات رگولاتوری کشورها را حل کنند و برای سایر مشکلات باید به دنبال ابزارها و راه‌حل‌های دیگری بود. در واقع، برای رفع تمام مشکلات رگولاتوری مان نیازمند مسیرها و ابزارهای موازی هستیم که در کنار هم به حل چالش‌ها و رفع موانع بپردازند.»

◀ از نبود رویکرد اکوسیستمی تا تحریم‌ها

حمید حسن‌آبادی، کارشناس حوزه فناوری‌های مالی و تنظیم‌گری، بر این باور است که پروژه سندباکس‌های بازار سرمایه و بانک مرکزی شکست نخورده و برای قضاوت عملکرد آنها زود است. او در این باره می‌گوید: «سندباکس در ایران پدیده‌ای نوظهور و وارداتی است و تا تحقق مأموریتی که برای آن طراحی شده، راه زیادی پیش رو دارد. همچنین استاندارد و رویه خاصی برای نحوه عملکرد موفق سندباکس‌ها در دنیا وجود ندارد و ما نمی‌دانیم باید براساس کدام الگو جلو برویم تا بیشترین آورده را برای ما داشته باشد. هیچ مستنداتی وجود ندارد که ما از روی آنها متوجه شویم باید چگونه عمل کنیم و یکی از علل اصلی این فقدان، تحریم است. علاوه بر این، با نبود رویکرد اکوسیستمی در کشور مواجهیم و افراد فکر می‌کنند سندباکس‌ها توان حل تمام مشکلات رگولاتوری کشور را دارند، در حالی که این‌طور نیست و سندباکس فقط یکی از راهکارهایی است که می‌تواند در زمینه بررسی و رفع مشکلات رگولاتوری کمک‌کننده باشد.»

◀ غیرقابل تصور بودن آینده رگولاتوری بدون سندباکس

به نظر سعید احمدی‌پویا، مدیرعامل سابق ققنوس، برای اینکه بتوان از امکان‌های موجود در فلسفه وجودی سندباکس استفاده حداکثری کرد، رگولاتور باید یک شورای مشورتی و راهبری، متشکل از کسب‌وکارهای نوآور بازار داشته باشد. او در اهمیت

وجود این شورا بیان می‌کند: «چنین شورایی می‌تواند به رگولاتور برای شناخت کسب‌وکارها کمک کند؛ اعضای یک صنف دلسوزتر از رگولاتور هستند و برای اینکه کسب‌وکاری تداوم پیدا کند، تلاش مضاعفی می‌کنند. علاوه بر این، دغدغه‌های رگولاتور را نیز می‌شناسند و می‌توانند ابزارهای رگولاتوری درستی را پیشنهاد دهند.» احمدی‌پویا درباره آینده سندباکس‌های ایران می‌گوید: «آینده رگولاتوری به سندباکس گره خورده و اگر رگولاتور به سمت مدل حاکمیت خوب برود، می‌تواند از راهکار سندباکس برای توسعه کسب‌وکارها و قانونی شدنشان استفاده کند.»

◀ برای اظهارنظر زود است

سجاد موحد، مدیرعامل مرکز مالی ایران، در پاسخ به این سؤال که آیا می‌توان گفت سندباکس بازار سرمایه یک پروژه شکست‌خورده در کشور است، می‌گوید: «تجربه‌های جهانی نشان داده که سندباکس‌های نظارتی تاکنون در جهت رفع نیازهای اکثر کسب‌وکارها نسبتاً موفق عمل کرده‌اند و از نظر ساختاری نیز انعطاف‌پذیر بوده‌اند و قدرت تطبیق بالایی دارند. سندباکس‌ها معمولاً به‌عنوان اولین گام جهت نظارت، ارائه پشتیبانی، مشاوره و راهنمایی ایجاد می‌شوند. البته باید در نظر داشت که این دسته از رویکردهای نظارتی پدیده‌ای نسبتاً نوظهور است و از سال ۲۰۱۵ پا به عرصه گذاشته‌اند.»

به این ترتیب، برای نتیجه‌گیری قطعی کمی زود است، هرچند شواهد دال بر موفقیت سندباکس‌ها در اکثر کشورها بوده است. با این حال به‌طور خاص اظهارنظر درباره موفقیت یا عدم موفقیت در حوزه سندباکس بازار سرمایه کشور شاید کمی عجولانه باشد. با توجه به اینکه تا قبل از ایجاد سندباکس بازار سرمایه، بررسی و به اجرا رسیدن طرح‌های نوآورانه در این بازار مستلزم گذراندن فرایندی پیچیده بوده، موفقیت این محیط را نیز باید نسبت به آن فرایند ارزیابی کرد. اگر فرایند به اجرا رسیدن هر طرح را به دو بخش بررسی تخصصی و دریافت مجوز نهایی تقسیم‌بندی کنیم، می‌توان اذعان کرد که فرایند بررسی اولیه و تخصصی طرح‌های واصله کاملاً موفقیت‌آمیز بوده است.»

◀ تحقق تنظیم‌گری از دریچه نوآوری

صادق فرامرزی، نماینده سابق سازمان نصر تهران در کمیته سندباکس بانک مرکزی، با اشاره به اینکه سندباکس رگولاتوری به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا محصولات‌شان را در محیطی کنترل‌شده، آزمایش کنند، می‌گوید: «در حقیقت سندباکس نقطه تماسی بین صنعت و رگولاتور فراهم می‌کند تا همدیگر را بهتر بشناسند، درک صحیحی از ریسک‌ها پیدا کنند و در یک محیط رگولاتوری امن بر توسعه نوآوری نظارت داشته باشند. از طرف دیگر سندباکس به رگولاتورها این امکان را می‌دهد که قوانین خود را تعدیل کنند؛ چراکه بعضی از فناوری‌ها به‌راحتی با چهارچوب‌های موجود هم‌خوانی ندارند. به عبارتی سندباکس برای رگولاتورها نوعی فرصت یادگیری به وجود می‌آورد تا بتوانند هنگام رویارویی با مدل‌های کسب‌وکار نوین نقش خود را بهتر ایفا کنند.» به عقیده او، تنظیم‌گری از دریچه نوآوری تحقق می‌یابد. ♦

مهرتراکتس

تنظیم‌گری

۲۸۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
حلی محمدلهی
محمدحسین ابراهیم‌شان
حمید حسینی‌آبادی
سعید احمدی‌پویا
سجاد موحد
صادق فرامرزی



در گفت و گو با فعالان بانکداری باز درباره وضعیت، چالش‌ها و چشم‌انداز پیش روی این حوزه در کشور مطرح شد

دومینوی بی‌پایان

سیاست‌گذاری‌های غیراصولی

بسیاری از فعالان حوزه بانکداری باز در کشور بر این باورند که تصمیمات رگولاتور و آماده نبودن بانک‌ها برای استفاده از پتانسیل‌های بانکداری باز از عمده دلایلی است که استفاده حداکثری از امکان‌های این حوزه را به تعویق انداخته است. در واقع، ذهنیت بانک‌ها با ورود پارادایم‌های جدید، تغییر چندانی نکرده و هنوز بر آن اند تا تمام سرویس‌های خود را در داخل دیوارهای امن بانک تولید کنند و برون‌سپاری برای آنها معنی ندارد. علاوه بر این رگولاتور نیز با تصمیمات واپس‌گرایانه خود در توسعه کسب و کارهای مربوط به این حوزه، مداخله می‌کند. با وجود این، فعالان حوزه بانکداری باز بر این باورند که گرچه روند توسعه این مقوله با کندی و پذیرش محدود بانک‌ها همراه است، اما آینده‌ای روشن در انتظارشان است. آنها همچنین توسعه این حوزه را در گرو آمادگی بانک‌ها و تنظیم‌گری این حوزه می‌دانند. در بخش «تنظیم‌گری» شماره ۷۲ ماهنامه عصر تراکنش، در گفت‌وگو با الینا ملکان، مدیر محصول و عملیات فینوتک؛ مصطفی طهماسبی، مدیرعامل سنباد؛ همایون محبوبی، مدیرعامل فراپوم؛ احمد میردامادی، عضو هیئت‌مدیره هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر؛ حمید بنائیان، معاون بانکداری الکترونیک بانک آینده و نجمه نوذر، مؤلف و پژوهشگر فناوری‌های نوین بانکی به وضعیت بانکداری باز، چالش‌های این حوزه در کشور و آینده آن پرداختیم.



عصر تراکنش



۲۸۴

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

رگولاتوری اصلی‌ترین عامل عقب‌ماندگی بانکداری باز در ایران

طبق صحبت‌های الینا ملکان، مدیر محصول و عملیات فینوتک، گرچه بانکداری باز در ایران شکل گرفته، اما رشد آن آهسته و ناکافی بوده است. او در این باره می‌گوید: «بانک‌ها دلیل کُند پیش رفتن پروژه بانکداری باز در ایران نیستند؛ چند سال پیش وقتی با بانک‌ها از بانکداری باز صحبت می‌کردیم، نسبت به چابکی و چیرایی آن بی‌اطلاع بودند و برخی بانک‌ها حتی اسم آن را هم نشنیده بودند، اما در حال حاضر وضعیت طوری تغییر کرده که میزان آشنایی بانک‌ها با این مفهوم بیشتر و مقاوم‌تر در برابر پذیرش آن کمتر شده است. در نتیجه برای پاسخ به این سؤال که چرا با کندی روندهای بانکداری باز در ایران مواجهیم،

باید به دنبال دلایل دیگری بود؛ رگولاتوری اصلی‌ترین عامل عقب‌ماندگی بانکداری باز در ایران است و با محدودیت‌هایی که اعمال می‌کند، مانع رشد و توسعه این حوزه می‌شود. روحیه انحصارگرایی موجود در کشور باعث شده خروجی‌های بانکداری باز در ایران، آن‌طور که باید اثرگذار نباشد. در مجموع وقتی از بانکداری باز صحبت می‌کنیم، منظورمان این است که دسترس‌پذیری به داده‌ها باید باز باشد، اما بانک مرکزی همواره بر آن است تا با تجمیع روندها و ابزارها زمام امور را به دست بگیرد.»

لزوم توجه به اقتصاد مشارکتی همکارمحور

مصطفی طهماسبی، مدیرعامل سنباد، بیان می‌کند که اقتصاد دیجیتال ایران اسیر دومینوی بی‌پایان سیاست‌گذاری‌های غیراصولی است. او توضیح می‌دهد برای گذر از وضعیت موجود باید به ایجاد اقتصاد مشارکتی همکارمحور اهمیت بیشتری داد و به دنبال ارائه قانون مرجعی بود که توانایی‌های لازم برای رشد و توسعه اکوسیستم را داشته باشد. او در واقع فهم این نکته را بدیهی می‌داند



که رشد پایدار در گرو تحقق منافع جمعی است؛ هرچند که در ایران به آن توجه نمی‌شود. طهماسبی در این باره می‌گوید: «این در حالی است که کشورهای اروپایی چنین اهمیتی را درک کرده‌اند و در حوزه بانکداری باز با گذر از استاندارد PSD2 به سمت استفاده از PSD3 رفته‌اند و ما همچنان درگیر تدوین قوانین در این حوزه‌هاییم.»

او روند توسعه بانکداری باز در کشور را مثبت، اما کند می‌داند و در این باره می‌گوید: «عملکرد بانک‌ها نسبت به روندی که داشته‌اند، مثبت بوده و این تصمیمات رگولاتوری بوده که سرعت توسعه بانکداری باز در کشور را کاهش داده است. با توجه به مؤلفه‌های فرهنگی موجود در جامعه، امکان‌های بسیاری برای توسعه بانکداری باز وجود دارد و می‌توان چشم‌انداز روشنی را برای آینده آن متصور شد.»

◀ بانکداری باز، ذهنیت و رویکرد باز می‌خواهد

به گفته همایون محبوبی، مدیرعامل فراپوم، ما در ایران نزدیک به ۱۰ سال است که در حال تجربه بانکداری باز هستیم و اگرچه اتفاق‌های مثبت و روبه‌جلویی افتاده، اما این اتفاق‌ها آن‌طور که باید و شاید کافی نبوده تا ما بتوانیم از توسعه یافتن و مقیاس‌پذیر شدن بانکداری باز در ایران صحبت کنیم؛ در نتیجه می‌توان اظهار کرد که تاکنون آن‌طور که توقع داشتیم از ظرفیت‌های بانکداری باز در کشور استفاده نشده است. او معتقد است آماده نبودن بانک‌ها یکی از علل بی‌اثر شدن خروجی‌های بانکداری باز در ایران است. او در این باره می‌گوید: «برای به ثمر رسیدن خروجی‌های بانکداری باز در کشور لازم است زیرساخت‌های فنی، کسب‌وکاری و فرایندی آن در بانک‌ها به وجود آید که در ایران اتفاق نیفتاده و بانک‌ها در مقابل پذیرش نوآوری مقاومت می‌کنند و باید به این باور برسند که بانکداری باز، ذهنیت و رویکرد باز هم می‌خواهد. از طرفی شرایط کسب‌وکاری، اکوسیستم و اقتصاد کلان کشور وضعیت نابسامانی دارد و این مسئله روی توسعه بخش‌های مختلف تأثیر می‌گذارد.»

◀ هیچ‌کس مالک همه‌چیز نیست

احمد میردامادی، عضو هیئت‌مدیره هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر، معتقد است که این روزها صحبت از فناوری‌های باز است، اما این باب یک پیش‌زمینه مهم دارد و آن «تعامل» است. ریشه این ماجرا اصلاً در بخش‌های فناورانه نیست، بلکه در سیاستی است که باید در اندیشه و گفتار و کردار و در پذیرش حق دیگران حاکم شود و التزام به این اصل که هیچ‌کس مالک همه‌چیز نیست، بلکه در جهان اطلاعات (مثل جهان واقعی) هرکس دارایی و حقی دارد و باید حقوق دیگران را به رسمیت شناخت و محترم دانست. اگر این اصل را نه در ظاهر که در بنیاد وجودی بپذیریم، آن‌گاه فناوری‌های باز از جمله بانکداری باز معنا می‌یابد. او توضیح می‌دهد: «مبنای بانکداری باز ایجاد حلقه مبادله در فضای بانکداری باز کشور است و گرچه تلاش‌های خوبی برای ایجاد هم‌زیستی مسالمت‌آمیز بر پایه برد همگانی میان بانک‌ها شکل گرفته، اما همان عدم التزام سنتی که تعامل را

دشوار کرده، مانع جریان یافتن این امر شده است.»

◀ مانع اجرایی بازدارنده‌ای وجود ندارد

به گفته حمید بنائیان، معاون بانکداری الکترونیک بانک آینده، امروز نه تنها مانع اجرایی بازدارنده‌ای در حوزه بانکداری باز و توسعه نقش و جایگاه آن از منظر بازیگران ذی‌ربط وجود ندارد، بلکه با توجه به اهمیت اصلاح نظام درآمدی بانک‌ها و نیز درآمدهای کارمندی، فرصتی طلایی برای فعالان این حوزه در تعامل با بانک‌ها فراهم است. ضمن آنکه نگاهی به فضای کسب‌وکاری حوزه مذکور نشان‌دهنده رشد سریع شرکت‌های فعال در این حوزه در تعامل با شبکه بانکی است. نام‌های آشنایی مانند فینوتک، سنباد، فراپوم و... که به‌ویژه طی دو سال اخیر موفق به دستیابی به اهداف کمی و کیفی در حوزه بانکداری باز شده‌اند، می‌تواند امیدبخش دستیابی به جایگاه مناسب بانکداری باز در نظام بانکی کشور و چشم‌انداز اقتصاد دیجیتال باشد.

◀ از فقدان استانداردها تا بسته بودن فضا

در این عصر قلعه‌ها باید دروازه‌های خود را باز کرده و پل‌های متحرک خود را پایین بیاورند و در عین حال راه‌های جدیدی برای دفاع در برابر مهمانان ناخواسته بیابند. بانکداری نیز یکی از قلعه‌های بزرگ است که با اولویت استراتژیک درهای خود را در کشورهای توسعه‌یافته مانند کشورهای اروپایی باز کرده و راهکارهایی را برای پارادوکس امنیتی برقرار کرده است. در ایران ولی درهای قلعه، نیمه‌باز و چالش‌های متعددی سد راه است.

نجمه نوذر، مؤلف و پژوهشگر فناوری‌های نوین بانکی با اشاره به این موضوع می‌گوید: «فقدان استاندارد مشخص، کاربری مبهم سندباکس رگولاتوری بانک مرکزی، سیاست‌گذاری نامناسب برای مالکیت داده‌های مشتریان، فضای بسته برای ارائه ایده، عدم تسهیلگری برای اخذ مجوزها، مشخص نبودن مدل کسب‌وکار فین‌تک‌ها، عدم آمادگی بانک‌ها و فقدان فرهنگ‌سازی و آموزش کافی از جمله مواردی هستند که توسعه بانکداری باز در ایران را با مشکل مواجه کرده‌اند.»

مهرتراکتس

تنظیم‌گری

۲۸۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
الیناملکن
مصطفی طهماسبی
همایون محبوبی
احمد میردامادی
حمید بنائیان
نجمه نوذر



بررسی چالش ایجاد شده میان بانک مرکزی و پرداخت یارها از دو دیدگاه متفاوت

تدوین چهارچوب ارائه API؛ توسعه یا تحدید؟

مبارزه با پول شویی و فرار مالیاتی و امکان ردیابی پول از دغدغه‌های بانک‌های مرکزی سراسر دنیا به عنوان تنظیم‌گران پولی است. بهار سال ۱۴۰۲ بانک مرکزی ایران نیز در بخشنامه‌ای تحت عنوان «شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی اشخاص» در چهار فصل به مواردی از جمله آستانه‌های مجاز برداشت از حساب‌های متعلق به اشخاص حقوقی به صورت غیر حضوری و الزامات ناظر بر اعطای مجوز دسترسی به حساب‌های متعلق به اشخاص حقوقی از طریق رابط برنامه‌نویسی کاربردی (API) پرداخت؛ دستورالعملی که به ایجاد برخی محدودیت‌ها نظیر عملیات تجمیع و جوه برای پرداخت یارها منجر شد و انتقادات شرکت‌های فعال در حوزه پرداخت یاری را به همراه داشت. این در حالی است که بانک مرکزی به عنوان تنظیم‌گر حوزه پرداخت معتقد است این بخشنامه با دید مبتنی بر توسعه ابلاغ شده و برای اولین بار چهارچوبی برای ارائه API تدوین کرده است. در بخش تنظیم‌گری شماره ۷۳ عصر تراکنش چالش ایجاد شده میان بانک مرکزی و پرداخت یارها را از دو دیدگاه متفاوت بررسی کردیم.



از بین رفتن ماهیت پرداخت یاری

به عقیده مهدی عبادی، مدیرعامل و نمدار بانک مرکزی علاقه‌مند است که ماهیت پرداخت یاری از بین برود. او درباره انتظارات خود از رگولاتور بیان می‌کند: «بازار دارای نیازهایی است؛ بنابراین کسب و کارهایی برای رفع این نیاز ایجاد می‌شود. کاری که در دنیا در این باره انجام می‌شود، این است که رگولاتور با توجه به نیاز بازار و همچنین با توجه به نوآوری‌هایی که کسب و کارها برای رفع آن به بازار عرضه می‌کنند، قانون گذاری می‌کند. دغدغه اصلی بانک مرکزی مبارزه با پول شویی است؛ بنابراین باید استانداردهایی تدوین شود که به جای ممنوعیت کامل یک سرویس، چهارچوب مشخصی برای ارائه آن توسط کسب و کارها ایجاد شود.»

عملیات تجمیع و جوه؛ لازمه ارائه سرویس تسویه

محمد مهدی شریعتمدار، مدیرعامل جیبیت، درباره تأثیر ممنوعیت تجمیع و جوه برای شرکت‌های پرداخت یاری نیز می‌گوید که ممنوعیت‌هایی از این دست، به ویژه بخشنامه اخیر بانک مرکزی مبنی بر ممنوعیت عملیات تجمیع و جوه برای شرکت‌های پرداخت یاری، این حوزه را بسیار ضعیف می‌کند. او می‌گوید: «پیش‌تر پرداخت یارها دارای مزایایی رقابتی نظیر سهولت ارائه درگاه پرداخت اینترنتی بودند که این مزایا هم با اجبار دریافت اینماد و برخی مسائل مالیاتی از بین رفت، سپس PSP ها هم وارد بازار شدند و به ارائه خدمات آنلاین پرداختند؛ در نتیجه

پرداخت یارها این بازار را از دست دادند. عملیات تجمیع و جوه لازمه ارائه سرویس تسویه است و با اعمال ممنوعیت تجمیع و جوه و تغییراتی که سامانه جامع پذیرندگان شاپرک در حال انجام آنهاست، ارائه سرویس‌ها به مرور متوقف می‌شود. با ادامه این روند احتمالاً بخش‌هایی از حوزه پرداخت یاری در کشور عملاً از بین می‌رود.»

ممنوع کردن نوآوری

طبق صحبت‌های فرزاد مقدم، مدیرعامل تسکا یکی از نگرانی‌های رگولاتور درباره عملیات تجمیع و جوه توسط پرداخت یارها، به اصطلاح گم شدن رد پول و موضوع فرار مالیاتی است. به اعتقاد مقدم مهم‌ترین وظیفه تنظیم‌گران در دنیا این است که با تدوین چهارچوب‌های مشخص و ابلاغ آن به شرکت‌های فناور و در ادامه نظارت بر پایبندی شرکت‌ها به این چهارچوب‌ها از درستی روند انجام کار اطمینان حاصل کنند؛ نه اینکه عملیاتی را که

عصر تراکنش



۲۸۶

ASRAE TAAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



تأثیر بسزایی بر حیات نوآوری در شرکت‌های فناوری دارد، به‌طور کامل ممنوع کنند. او بیان می‌کند: «احتمال دارد حتی بعد از این ممنوعیت‌ها هم شرکت‌هایی نظیر تسکا بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند، اما دیگر در خدمات ارائه‌شده آنها به مشتریان خلاقیت و نوآوری چندان وجود نخواهد داشت.» به گفته مدیرعامل تسکا، به نظر می‌رسد رگولاتور تمایل دارد به جای ارائه راهکارهای مناسب برای کنترل ریسک‌های حوزه نوآوری، خدمات گوناگون را ممنوع کند.

◀ لزوم الگوبرداری از رگولاتورهای موفق جهان

احمدرضا منصور، مدیرعامل پی‌پینگ، با بیان اینکه تقریباً تمام کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک، رگولاتور را مهم‌ترین چالش و حتی مانع در مسیر رشد و توسعه کسب‌وکار خود می‌دانند، می‌گوید حیات و توسعه این کسب‌وکارها به نحوی به عملکرد نهاد قانون‌گذار گره خورده و ادامه روند کنونی، حیات این صنعت را تهدید می‌کند. او درباره انتظارات پی‌پینگ به‌عنوان یکی از پرداخت‌یارهای حاضر در بازار می‌گوید: «انتظارات ما از رگولاتور در الگوبرداری از رگولاتورهای موفق دنیا خلاصه می‌شود؛ کشورهایی که توانسته‌اند بستری حاصل‌خیز برای رشد فین‌تکی‌ها تدارک ببینند. بررسی چنین رگولاتورهایی به ما نشان می‌دهد که آنها نه تنها نوآوری را پذیرفته‌اند، بلکه در تلاش برای ترویج آن هستند. افق نگاه کشورهای توسعه‌یافته به داخل کشورهایشان محدود نمی‌شود، آنها وسعتی به اندازه اقتصاد آزاد جهانی را در نظر می‌گیرند. در چنین فضایی سبقت از سایر کشورهای پیشرو به ایجاد نوآوری بستگی دارد. این افق نگاه به ذهنیتی انجامیده که نوآوری را یک ارزش می‌داند و آن را تهدید به حساب نمی‌آورد و رگولاتورها به‌عنوان بخشی از اکوسیستم تلاش می‌کنند پایه‌پای نوآوری حرکت کنند، نه اینکه خود به عاملی برای گرفتن شتاب توسعه تبدیل شوند.»

◀ جلوگیری از عمیق‌تر شدن اقیانوس قرمز پرداخت

امید آفاجانی، مدیر ارشد بازاریابی ارتباط فردا،

معتقد است طبق آخرین آمار منتشرشده توسط شاپرک در خردادماه ۱۴۰۲، از ۴٫۲ میلیارد تراکنش در شبکه پرداخت، فقط ۲۲۵ میلیون تراکنش، یعنی چیزی معادل ۵٫۵ درصد از تراکنش‌ها اینترنتی هستند و از طرف دیگر علاوه‌بر فعالیت ۱۲ شرکت PSP، ۶۳ بازیگر دیگر با نام پرداخت‌یار در شبکه پرداخت الکترونیک کشور با یکدیگر رقابت می‌کنند. او در این باره توضیح می‌دهد: «با وجود چنین آماری انتظار می‌رود با توجه به اینکه شرایط رقابت و جذب مشتری برای این ۷۵ بازیگر و فعال در این صنعت به شیوه‌ای یکسان و برابر تعریف نشده، نهاد رگولاتور برای جلوگیری از عمیق‌تر شدن این اقیانوس قرمز و با در نظر گرفتن راهکارهای نوآورانه‌ای که پرداخت‌یارها در ارائه سرویس‌های خود به مشتریان‌شان به کار بسته‌اند، هر نوع فعالیت در حوزه تراکنش‌های اینترنتی را فقط و فقط به آنها بسپارد تا شاهد مرگ خاموش پرداخت‌یاری در صنعت پرداخت کشور نباشیم.»

◀ زیست پرداخت‌یارها؛ بی‌اهمیت‌ترین موضوع برای رگولاتور

به گفته حمیدرضا ترابیان، بنیان‌گذار و مدیرعامل شرکت تجارت الکترونیک رایبید ایرانیان، بزرگ‌ترین مشکل رگولاتور در ایران، فقدان رویکرد کسب‌وکاری به اتفاق‌ها و روندهای اکوسیستم است که باعث شده در تعریف مسئله و ارائه راه‌حل‌ها هیچ توجهی به دغدغه‌ها و منافع بازیگران اصلی این اکوسیستم، خصوصاً پرداخت‌یارها نداشته باشد. او در این باره می‌گوید: «رگولاتوری در مواجهه با مسائل و مشکلاتی که پرداخت‌یارها با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند، فقط به این می‌اندیشد که چگونه دغدغه‌های نهادهای بالادستی را در کمترین زمان و با کمترین هزینه برطرف کند و تا اندازه‌ای هم به منافع شرکت‌های PSP که از بازیگران اصلی و بزرگ این اکوسیستم هستند، توجه کند.

در این میان بی‌اهمیت‌ترین موضوع برای او، زیست شرکت‌های پرداخت‌یار است؛ شرکت‌هایی که طی چند سال گذشته با نوآوری روزافزون، دانش به‌روز و سرعت بالایشان در اجرای ایده‌های خود، نقش مهمی را در خلق هوایی تازه در فضای راکد، سمنی، محبوس و فرسوده صنعت پرداخت الکترونیک کشور ایفا کرده‌اند، اما به دلیل تصمیم‌های اشتباه و عجولانه رگولاتور در حال فروپاشی و حذف از اکوسیستم هستند.»

◀ به دنبال محدود کردن پرداخت‌یارها نبوده‌ایم

محمدرضا مانی‌یکتا، مدیر اداره نظارت بر نظام‌های پرداخت بانک مرکزی، با بیان اینکه هدف بانک مرکزی از ضوابطی که برای تجمیع وجوه طرح کرده، محدود کردن پرداخت‌یارها نبوده و اتفاقاً با تعیین این ضوابط به‌نوعی فرصت ایجاد کرده، توضیح می‌دهد: «پیش از تدوین ضوابط مربوط به آستانه برداشت غیرحضوری اشخاص حقوقی هیچ الزامی برای ارائه API‌های مربوط به برداشت وجه نقد از حساب توسط شبکه بانکی وجود نداشت و ما با تدوین ضوابط مذکور این الزام را ایجاد کردیم که اشخاص حقوقی در مدل‌های مختلف کسب‌وکاری از این ظرفیت بهره ببرند و از بانک API دریافت کنند. حتی برای پرداخت‌یارها هم فرصت خوبی فراهم شده که بتوانند این خدمت را به بسیاری از مدل‌های متنوع کسب‌وکاری و اشخاص حقوقی، فراتر از حوزه رمزارز و بازارهای محدود، ارائه دهند.»

عصر تراکنش

تنظیم‌گری

۲۸۷

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
مهدی عبادی
محمد مهدی شریعتمدار
فرزاد مقدم
احمدرضا منصور
امید آفاجانی
حمیدرضا ترابیان
محمدرضا مانی‌یکتا



گفت‌وگو با متخصصان و فعالان صنعت بانکی و پرداخت درباره وضعیت امنیت و ارتقای سطح آن در صنایع مالی کشور

ضرورت تدوین و تصویب قوانین توسعه دهنده

پارادایم‌های بانکداری و پرداخت در سراسر جهان تغییر کرده و این چرخش پارادایمی به سمت وسوایی رفته که شاهد گذار از شیوه‌های سنتی انجام امور بانکی و پرداخت به شیوه‌های مدرن و دیجیتال هستیم. در این پارادایم جدید، حفاظت از داده‌های مشتریان و ایجاد بستری امن برای انجام امور مالی آنها یکی از مسائل اساسی و چالش‌برانگیزی است که همواره محل بحث و بررسی متخصصان امنیت شبکه بوده است. به عقیده فعالان این حوزه، نظام بانکی و پرداخت هر کشور یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین نقاط بدنه اقتصاد آن کشور است که اگر با بحران امنیت مواجه شود، می‌تواند علاوه بر از بین بردن منابع مالی اشخاص درگیر در شبکه، بحران‌های امنیتی ملی و کشوری نیز ایجاد کند. شهر یورماه ۱۴۰۲ را می‌توان ماه هک و نشت اطلاعات سازمان‌های دولتی و خصوصی دانست؛ ماهی که در آن اپلیکیشن به‌نما، اپلیکیشن هف‌هشتاد، ۱۸ شرکت بیمه، تپسی، سازمان ثبت احوال و وزارت علوم هک شدند و هکرها ادعا کردند که به اطلاعات کاربران این سازمان‌ها دسترسی دارند. به همین دلیل در بخش «تنظیم‌گری» شماره ۷۵ ماهنامه عصر تراکنش به سراغ فعالان و کارشناسان این حوزه رفتیم تا با آنها درباره وضعیت امنیت صنعت بانکی و پرداخت کشور و دلیل هک کسب‌وکارهای مختلف صحبت کنیم.



عصر تراکنش



۲۸۸

ASAEETRAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

نقش بخش خصوصی در توسعه امنیت سایبری

حمیدرضا ولی‌زاده، 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 می‌برد. او در این باره می‌گوید: «به دلیل وجود برخی الزامات امنیتی از سوی نهادهای بالادستی در صنعت بانکی و پرداخت، وضعیت امنیت سایبری در این صنعت نسبت به سایر صنایع بهتر است. با وجود این هنوز هم برای ارتقای سطح امنیت صنعت بانکی و پرداخت کشور جای کار زیادی وجود دارد.»

او با اشاره به توانایی بخش خصوصی در توسعه امنیت سایبری در صنایع مختلف اظهار می‌کند که با توجه به اینکه بخش خصوصی هیچ کرسی حقوقی در نهادهای تصمیم‌گیرنده و شورای عالی فضای مجازی ندارد، ممکن است نتواند آن‌طور که باید سهم خود در توسعه امنیت سایبری را برعهده بگیرد: «شرکت‌های خصوصی موتور محرکه و پیشرو در امور توسعه عملیاتی هستند، اما این انرژی و انگیزه به دلیل وجود محدودیت‌های مختلف دچار اتلاف و هدررفت شده است.»

خلأ قانونی در زمینه امنیت سایبری

پویا پوراعظم، رئیس اداره ریسک و تطبیق بانکداری دیجیتال بانک خاورمیانه، اصلی‌ترین اقدام برای ارتقای سطح امنیت سایبری در کشور، از جمله صنعت بانکی و پرداخت را تدوین و تصویب قوانین توسعه‌دهنده می‌داند و در این باره اظهار می‌کند: «ما با خلأ قانونی در زمینه امنیت سایبری مواجهیم و 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. برای مثال افشای اطلاعات در یک سازمان باید به جرمه 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 می کند که این خلأ قانونی به عدم پاسخگویی سازمان ها در قبال افشای اطلاعات کاربرانشان منجر می شود: «برای مثال همین اواخر شاهد هک و افشای اطلاعات کاربران برخی از پلتفرم های 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 می شود نیز باید تدابیری اندیشید و برنامه های بازدارنده، تشویق کننده، آموزش محور و فرهنگی ایجاد کرد تا کمتر شاهد چنین اتفاقاتی باشیم.»

◀ وظیفه مهم و سنگین واحد امنیت

بنا بر صحبت های هاشم راز، مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، ریسک هایی که صنعت بانکی و پرداخت کشور را تهدید می کنند، گستره وسیعی دارند. این ریسک ها شامل مسائل اقتصادی و نوسان های نرخ ارز، مسائل اجتماعی و سیاسی، مسائل فنی و موارد مربوط به تخلفات احتمالی ناشی از مسائل فرهنگی و اجتماعی می شود. او در این باره می گوید: «خسارت هایی که تمام این موارد می تواند به ذی نفعان صنعت پرداخت الکترونیک وارد کند، در نگاه اول به از دست دادن پول اشخاص برمی گردد که ما آن را خسارات مشهود می نامیم، اما گاهی دامنه این خسارت ها که غالباً قابل رؤیت هم نیستند، فراتر از هدر رفتن پول شده و حتی به مسئله ملی و کشوری تبدیل می شود. از این رو واحد امنیت در صنعت پرداخت وظیفه بسیار مهم و سنگینی در راستای پیاده سازی استانداردها، ارائه سیاست ها و دستورالعمل ها دارد؛ زیرا تعلل در تصمیم گیری ها و همچنین تدوین و پیاده سازی یک طرح به شکل شتاب زده و کارشناسی نشده، ممکن است برای بخش بزرگی از ذی نفعان مشکل و خسارت به بار آورد یا کل یک کسب و کار را مختل کند.»

◀ قانون تجارت الکترونیک و صیانت از داده ها

محمدجعفر نعناکار، حقوقدان نیز به بررسی ابعاد حقوقی هک های اخیر می پردازد و در این باره توضیح می دهد: «از زمان انتشار پایگاه های حیاتی اطلاعاتی

توسط شورای عالی فضای مجازی، شاهد هک های دقیقی هستیم. قانون تجارت الکترونیک در باره مسائل مرتبط با حمله سایبری صحبت کرده است. طبق ماده ۶۵ این قانون، باید از تمامی اسناد تجارت الکترونیک صیانت شود. زمانی که ابعاد هک گسترده باشد و میلیون ها اطلاعات منتشر شده باشد، باید مدعی العموم یعنی دادستانی به این قضیه ورود و در صورت خسارت، مطالبه جبران خسارت کند. البته اشخاص حقیقی و حقوقی هم می توانند شخصاً اقامه دعوی کنند.»

◀ ضرورت تاب آوری سایبری برای سیستم ها

اسماعیل باقری اصل، مدیر امنیت شرکت پرداخت الکترونیک سداد، نیز معتقد است که نگرش سنتی توسعه امنیت، مبتنی بر شناخت و رفع آسیب پذیری های شناخته شده است که این نگرش، تضمین کننده کاهش یا رفع مخاطرات ناشی از تهدیدات ناشناخته یا مبتنی بر نفوذ و حضور مهاجمان و متخصصان در زیرساخت های حساس و حیاتی نیست.

بر این اساس رویکرد تلفیق امنیت فعال با دفاع پیش کنشانه و بهبود تاب آوری سایبری بسیار مؤثرتر خواهد بود. او در ادامه توضیح می دهد: «تاب آوری سایبری توانایی پیش بینی، دفاع، بازیابی از بحران و سازگاری با شرایط نامساعد، تنش ها و حملات در زیرساخت و سامانه های سایبری یک سازمان است که به عنوان یک ویژگی ضروری برای سیستم ها 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 سازمان های بزرگ و کوچک را به سمت خود سوق داده تا بتوانند با بهره مندی از سازکارهای معرفی شده و پیاده سازی مفاهیم و اصول تاب آوری، تداوم کسب و کار و امنیت خود را حفظ کنند.»

◀ مصون بودن کاربر در مقابل افشای داده ها

بنا بر صحبت های شاهین نورصالحی، پژوهشگر آسمانی آبی، یکی از روش های مناسب برای افزایش امنیت سایبری صنایع استفاده از الگوی ایمن بر مبنای طراحی است. او در این باره بیان می کند: «در این رویکرد مسئله باید تغییر کند؛ یعنی مسئله از «هکر نباید به داده ها دسترسی داشته باشد» به «کاربر باید در مقابل هر نوع افشای داده سهوی یا عمدی مصون باشد» تبدیل شود و 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 میحث «اعتماد بر مبنای آزمون» اهمیت بالایی دارد؛ زیرا 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، تمام 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.»

ممبر تراکتس

تنظیم گری

۲۸۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

به ترتیب از راست به چپ:
حمیدرضا ولی زاده
پویا پورعظم
هاشم راز
محمدجعفر نعناکار
شاهین نورصالحی
اسماعیل باقری اصل



نوآوری؛ گره گاه اصلی توسعه صنعت بانکی

صنعت بانکی کشور که در سال های گذشته در تلاش برای رفتن به سمت تحول دیجیتال و در ادامه آن، به دنبال تحقق بانکداری دیجیتالی بود، اخیراً مفهوم بانکداری هوشمند را به دال مرکزی گفتمان خود تبدیل کرده است؛ تا جایی که موضوع دهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام های پرداخت نیز به «گذار به بانکداری هوشمند» اختصاص یافته بود و تقریباً در تمام سخنرانی ها و پنل ها به چابکی، چرایی و اهمیت هوشمند شدن صنعت بانکی کشور پرداخته شد. فعالان صنعت بانکی کشور، در حالی رؤیای هوشمند شدن بانک هایشان را در سر دارند که بنا بر گفته برخی از مدیران، بانک ها هنوز حتی آن طور که باید و شاید دیجیتال نشده اند و چالش ها و مقاومت ها برای توسعه فرم های جدید بانکداری در ایران ادامه دارد. در بخش «تنظیم گری» شماره ۷۶ عصر تراکنش بر آن شدیم نگاهی به عملکرد صنعت بانکی کشور در شش ماه اول سال ۱۴۰۲ داشته باشیم و به این موضوع بپردازیم که اولویت ها، چالش ها و دستاوردهای این صنعت در این بازه زمانی، چه مواردی بودند و آیا این صنعت آماده رفتن به سمت بانکداری هوشمند هست یا خیر. زهرا میرحسینی، معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک پاسارگاد؛ فرهاد اینالویی، عضو هیئت مدیره شرکت جهان ارقام پارس؛ نوش آفرین مؤمن واقفی، معاون فناوری اطلاعات بانک دی؛ علی چهارلنگی، مدیرعامل شرکت فناوری اطلاعات خوارزمی و مرتضی ترک تیریزی، رئیس هیئت مدیره بانک تجارت در این گزارش به بررسی عملکرد صنعت بانکی کشور در نیم سال اول ۱۴۰۲ پرداخته اند.



عصر تراکنش



۲۹۰

ASAEETARAHHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

◀ لزوم افزایش ظرفیت های هوش مصنوعی در بانک ها

بنا بر صحبت های زهرا میرحسینی، معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک پاسارگاد، این طور به نظر می رسد که اولویت های صنعت بانکی کشور در شش ماه اول سال ۱۴۰۲، اجرای پروژه های مرتبط با سامانه های حاکمیتی بانک مرکزی با محوریت موضوعاتی نظیر امنیت، دیجیتالی کردن، تداوم کسب و کار، واسطه گری مالی، کاهش هزینه های ارائه خدمات و درآمدزایی بوده است. او در این باره می گوید: «با وجود این، لازم است شرایطی فراهم شود که نظام بانکی کشور علاوه بر این موارد، رفته رفته به اهمیت کلان داده و تحلیل داده محور و هوشمندی کسب و کار واقف شود که لازمه این مهم افزایش ظرفیت های هوش مصنوعی در بانک ها است.»

به باور میرحسینی، صنعت بانکی کشور در نیم سال اول

۱۴۰۲ با چالش هایی نیز مواجه بوده است؛ از جمله: تحریم، تورم، کاهش ارزش پول ملی، مسائل مربوط به نقدینگی و محدودیت ناشی از رشد دارایی ها در نظام بانکی، کمبود سرمایه انسانی متخصص و افزایش نرخ مهاجرت، تعدد و پیچیدگی پروژه های حاکمیتی و زمان بندی های ابلاغ آنها. به گفته او، نوآوری در صنعت بانکی از یک انتخاب به یک الزام انکارناپذیر تبدیل شده و به نوعی، شرط تعیین کننده برای بقا و موفقیت بانک ها محسوب می شود. به همین دلیل همواره رقابت برای تحقیق، توسعه و تجاری سازی محصولات نوین بانکی با استفاده از فناوری های روز دیجیتالی، در دستور کار بانک ها قرار داشته است.

◀ نوآوری؛ از عناصر کمتر توجه شده

فرهاد اینالویی، عضو هیئت مدیره شرکت جهان ارقام پارس، معتقد است در سال ۱۴۰۲ با توجه به فشاری که دولت ها به بانک ها آوردند و با توجه به افزایش هزینه تمام شده پول، ابزارهای زیادی از سمت بانک ها ارائه نشده و این فین تک ها بوده اند که تمام تلاش خود را در راستای پوشش این ضعف کرده اند. او در این باره می گوید: «در این راستا می توان از BNPL ها به عنوان یکی از نمونه های موفق توسعه ابزارهای فراگیری مالی در کشور نام برد.»



اینالویی بیان می‌کند که نوآوری یکی از عناصر کمتر مورد توجه قرار گرفته صنعت است. او توضیح می‌دهد: «دلایل این موضوع هم مشخص است؛ بسته بودن سیستم‌های بانکی و عدم توجه آنها به فین‌تک‌ها از جمله اصلی‌ترین عواملی است که نوآوری در صنعت بانکی را به مقوله‌ای حاشیه‌ای تبدیل کرده است. هزینه‌های تولید محصولات جدید در بانک‌ها به شدت بالا رفته و استفاده از فناوری و نوآوری می‌تواند به کاهش هزینه‌ها کمک کند. نوآوری از بیرون بانک‌ها وارد می‌شود و نیاز به سرمایه‌گذاری واقعی و توجه به پتانسیل‌های بیرونی دارد.» یکی از اتفاق‌های مهمی که در نیمه اول سال ۱۴۰۲ افتاده، اصلاح نظام کارمزد بوده که بنا بر صحبت‌های اینالویی باید قوت بگیرد و ادامه پیدا کند. او در این باره اظهار می‌کند: «این طور به نظر می‌رسد که فاز اول طرح اصلاح نظام کارمزد نتایج خوبی داشته است. توقع ما از رگولاتور این است که فازهای بعدی این طرح را به سرعت اجرایی کند و پیشنهاد من این است که بخشی از کارمزد را از دارنده کارت بگیرند.»

توسعه لندتک‌ها؛ تنها تجربه موفق سال ۱۴۰۲

نوش آفرین مؤمن واقفی، معاون فناوری اطلاعات بانک دی، نیز با بیان اینکه در شش ماه اول سال ۱۴۰۲، شاید در عمل اتفاق‌های بزرگی را شاهد نبودیم، می‌گوید: «اما در این دوره، روند بارزی در خرید اقساطی مبتنی بر اعتبار، BNPL، اعتباردهی و اعطای تسهیلات یا اعتبار بر مبنای توثیق دارایی‌هایی غیر از ملک (سهام، توکن، ...) داشته‌ایم. اکوسیستم اخیراً به ضرورت طراحی مدل‌های کسب و کار در بانک‌ها بر اساس زنجیره‌ای از خدمات بانکی و پرداخت، خدمات بیمه، خدمات لیزینگ، خدمات صراف‌ی یا سرمایه‌گذاری واقف شده و مدیریت ثروت محور تفکر مدیریت کلان بانک‌های پیشرو قرار گرفته است. بانک‌ها عموماً در کنار هلدینگ‌های فناوری و مالی در طراحی اکوسیستمی از زنجیره‌ذی‌نفعان در این حوزه‌ها شامل کارگزاری، بیمه و... به مفهوم اعتباردهی، تسهیلات و خرید اعتباری توجه کرده‌اند و به‌طور خلاصه، در شش ماه اول سال ابزارهای فراگیری مالی در حوزه اعتبار و تسهیلات خرد در مسیر ریل‌گذاری اولیه قرار گرفته است. هرچند به دلیل کندی تصمیم‌گیری‌ها، چهارچوب پیچیده نظارت بر بانک‌ها و عدم ریسک‌پذیری‌شان، بسیاری از لندتک‌ها در مقایسه

با بانک‌ها عملکرد بهتری داشته‌اند.» او اظهار می‌کند: «تنها تجربه موفق که در صنعت دیده می‌شود، یکی ورود لندتک‌ها است و دیگری استفاده از خلأ موجود در عدم توسعه‌پذیری کافی کارت‌های اعتباری در مقایسه با کارت دبیت.»

نوآوری در زمینه مدل‌های کسب و کار

بنا بر صحبت‌های علی چهارلنگی، مدیرعامل شرکت فناوری اطلاعات خوارزمی، در نیمه اول سال ۱۴۰۲ نوآوری‌های زیادی را شاهد بوده‌ایم. به نظر او، مهم‌ترین نوآوری‌ها نه در زمینه محصولات فناورانه، بلکه در زمینه مدل‌های کسب و کار بوده که البته فقط در اکوسیستم اقتصاد دیجیتال قابل ظهور است: «تحریم‌ها، عدم تعامل ارگانیک بانک‌ها و کسب و کارها با جهان خارج و شرایط اقتصادی داخلی از جمله علل اصلی ایجاد چالش در صنعت بانکی کشور هستند. از دیدگاه تغییر در مدل‌های کسب و کار، مشارکت بانک‌های ایرانی با فین‌تک‌ها که بازیگران نوظهور فناوری‌های مالی هستند، نشان از این دارد که بانک‌های ایرانی دیگر خود را حکم‌فرمای تمام‌عیار این صنعت در نظر نمی‌گیرند و این مسئله را فهمیده‌اند که اگر با کسب و کارهای جدید فناوری‌های مالی مشارکت نکنند، آینده روشنی نخواهند داشت. از مصداق‌های این روند مشارکت جویی می‌توان به همکاری بانک تجارت با دیجی‌پی و همکاری بانک سامان با آزکی‌وام اشاره کرد. یکی دیگر از روندهای حاکم بر صنعت بانکی کشور در نیم‌سال اول سال جاری، انتقال منبع درآمد اصلی از ساختار تسهیلاتی به ساختار خدماتی و کارمزدی و به دست آوردن سود از محل ارائه خدمات به مشتریان بانک‌هاست. بانک‌های صادرات، ملی و تجارت سال‌هاست که در پی این مسئله هستند و در نیمه اول سال ۱۴۰۲ در مسیر تحقق آن قدم برداشته‌اند.»

بانک‌ها دستشان به لحاظ مباحث قانونی باز نیست

به عقیده مرتضی ترک تبری، رئیس هیئت‌مدیره بانک تجارت، شش ماه اول سال ۱۴۰۲ در صنعت بانکی کشور به رفع چالش‌هایی گذشت که اساساً نباید وجود داشته باشند. او در این باره می‌گوید: «برای مثال بانک‌ها درگیر این بودند که برای سرویس پیامک خود کارمزد بگیرند و حرف حسابشان هم این بود که وقتی مشتری را دریافت می‌کند، باید هزینه آن را بپردازد تا در بلندمدت نظام بانکی کشور ورشکست نشود. حفظ امنیت و ارتقای زیرساخت‌های سخت‌افزاری نیاز به منابع مالی دارد که بخشی از آن باید از سمت کارمزدها تأمین شود و در همه‌جای دنیا نیز همین‌طور است. یکی دیگر از چالش‌های ما به GSB و PGSB برمی‌گردد که سازمان‌ها باید به آن متصل شوند و مقوله‌ای دست‌وپاگیر و عملاً گارایی چندانی برای بانک‌ها ندارد و بیشتر به درد نظام‌هایی مانند آموزش و پرورش، تربیت بدنی و وزارت صنعت می‌خورد. توثیق سهام، برات الکترونیکی و TSP نیز انرژی زیادی از بانک‌ها گرفته و هنوز هم به نتیجه نهایی نرسیده است. از طرفی سال‌هاست فعالان حوزه بانکداری و پرداخت و بازیگران نوآور در این حوزه، منتظر به رسمیت شناختن فین‌تک‌ها، ارائه مجوز رسمی فعالیت توسط رگولاتور به آنها و در کل ایجاد نظامی هوشمند برای نظارت و پاسخگویی به این بازیگران است. چند سال است که از ایجاد پارادایم بانکداری باز گذشته، اما همچنان در ایران از منظر قانون‌گذاری در این حوزه، اقدامی تأثیرگذار صورت نگرفته و هر از چندگاهی به صورت موردی برای آن یک تصمیم جدید گرفته می‌شود.» او نوآوری را گره‌گاه اصلی توسعه صنعت بانکی می‌داند و بر این باور است که با اقدامات ابتکاری بانک‌ها می‌توانند از آن عبور کنند. ♦

مهرتراکتس

تنظیم‌گری

۲۹۱

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
زهرامیرحسینی
فرهاد اینالویی
نوش آفرین مؤمن واقفی
علی چهارلنگی
مرتضی ترک تبری



فعلان درباره چالش های فعالیت کسب و کارهای رمزارزی و لزوم همکاری با لندتک ها در کشور می گویند

آینده در گرو تصمیمات رگولاتور است

گسترش و توسعه فناوری بلاکچین و رمزارزها در ایران و جهان، حاکی از آن است که موج رمزارزها جریانی است که آینده ما را در بر می گیرد و طبیعی است که این جریان بسیاری از گفتمان ها، پارادایم ها و قواعد بازی در صنایع مالی را دگرگون کند. در این تغییر و تحولات نیز قطعاً هر کشوری که هوشیارانه و هوشمندانه به ایفای نقش بپردازد، فرصتی استثنایی برای توسعه صنایع مالی خود به دست می آورد. با وجود این، حوزه رمزارز در ایران در فضایی خاکستری به سر می برد و فعالیت این حوزه در کشور با چالش های رگولاتوری مواجه است که برطرف شدن آنها بخش بزرگی از مشکلات توسعه این حوزه را برطرف می کند. لزوم هم افزایی میان لندتک ها و رمزارزها، چالش های فعالیت صرافی های رمزارز و بررسی خلأهای صنعت رمزارز و بلاکچین ایران از موضوعاتی هستند که در بخش «تنظیم گری» شماره ۷۷ عصر تراکنش به آنها پرداخته ایم. کارشناسان و مدیران حوزه رمزارز کشور معتقدند سیر صعودی تورم و توسعه ناهمگام ابزارهای فراگیری مالی در ایران باعث کاهش قدرت خرید مردم و فقیرتر شدن آنها شده و با توجه به استقبال آنها از لندتک ها و ظرفیت هایی که رمزارزها دارند، می توان بین این دو حوزه پل زد و بستر دریافت اعتبار و وام را برای مردم هموار کرد. با این حال، چهارچوب خاصی برای چنین فعالیت هایی در کشور وجود ندارد. در ادامه گفت و گوهای انجام شده در این باره را می خوانید.



چالش های موجود منشأ رمزارزی ندارند

کسب و کارهای حوزه های مختلف در یک سال گذشته، روزهای سختی را پشت سر گذاشته اند و با چالش های زیادی مواجه بوده اند که برخی از آنها بین تمام کسب و کارها مشترک و برخی دیگر مختص کسب و کارهای خاصی بوده است. سعید عبادتی، مدیرعامل اکسیتو، در این باره می گوید: «کسب و کارهای حوزه اقتصاد دیجیتال در شش ماه دوم سال ۱۴۰۱ با چالش هایی نظیر مشکلات مربوط به اینترنت، کاهش دسترسی افراد به پلتفرم ها و مهاجرت نیروی انسانی متخصص مواجه بوده است. عدم برخورد نهادهای مسئول با حساب های اجاره ای و فیشینگ نیز باعث افزایش فشارهای پلیس فتا روی کسب و کارهای رمزارزی شده است. این مسائل و موارد مشابه، کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال و رمزارزی کشور را در ارائه خدمات به کاربرانشان با چالش های گوناگونی دچار کرده است که اساساً منشأ رمزارزی ندارند.» پیش بینی او برای چالش های احتمالی سال ۱۴۰۳ این است که کسب و کارها با بحران جذب و نگهداشت نیروی انسانی مواجه می شوند، زیرا با موج گسترده مهاجرت نخبگان مواجهیم و این مسئله دسترسی به نیروهای انسانی ماهر و شایسته در کشور را پیچیده تر می کند و کسب و کارهای مختلف را به چالش می کشد.

محدود شدن زمین بازی

به باور محمد حکیم، مدیرعامل رمزینکس، نیز بخش بزرگی از مشکلات فعالیت در

حوزه رمزارزها با تغییر نحوه نگرش و کردار نهاد متولی برطرف می شود و این مسئله مهمی است که باید به آن پرداخت: «درواقع، نهاد متولی باید رفتار خود را با نگرش توسعه تنظیم کند و نگرش مبتنی بر تهدید خود را کنار بگذارد، زیرا همین تغییر می تواند به رفع بسیاری از چالش ها و موانع پیش روی کسب و کارهای رمزارزی منتهی شود.» حکیمی در ادامه می گوید: «چالش مهاجرت نیروی انسانی مسئله ای جدی و چندوجهی است که ریشه در عوامل متعددی دارد که به نظر من برخی از آنها را می توان برطرف کرد، اما این موضوع باعث شده زمین بازی ما محدود بماند. ضمن اینکه، بنا بر گمانه زنی ها و نوع نگرشی که نهادهای متولی دارند، ممکن است در سال ۱۴۰۳ با تنگناهای رگولاتوری سخت تر و بیشتری مواجه باشیم.»

کاهش سقف واریزهای درگاه های اینترنتی

بنا بر صحبت های احسان مطلبی، مدیرعامل

عصر تراکنش



۲۹۲

ASAE.TRAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



سرمایکس، محدودیت در دسترسی به اینترنت، تصمیم‌های سلیقه‌ای رگولاتور، تورم و کم کردن سقف پرداخت درگاه‌های بانکی از جمله چالش‌هایی اند که در سال گذشته باعث اختلال در کار صرافی‌های رمزارزی شده‌اند. او در این باره توضیح می‌دهد: «بزرگ‌ترین مشکل مادر سالی که گذشت به محدودیت‌های مربوط به اینترنت برمی‌گردد. مشاغل رمزارزی به‌ناچار باید با خارج از کشور ارتباط داشته باشند و محدود شدن دسترسی افراد به اینترنت باعث دشوار شدن این اقدام می‌شود. محدودیت‌های پرداختی نیز یکی دیگر از چالش‌هایی است که به آن دچار شده‌ایم. تقلیل سقف پرداخت درگاه‌های بانکی از صد میلیون تومان به ۲۵ میلیون تومان برای هر کد ملی که هیچ توضیحی برای انتخاب این رقم و دلایل کاهش آن هم داده نشد، باعث به تعویق افتادن توسعه کسب‌وکارهای رمزارزی می‌شود. چالش بعدی نیز به دستورها و تصمیم‌های سلیقه‌ای نهادها و افراد مختلف برمی‌گردد.»

◀ تأثیر تورم بر مخارج صرافی‌ها

به گفته مسعود ملک محمدی، مدیرعامل صرافی تبدیل، نیز تحلیل‌ها حاکی از آن است که در سال آینده نرخ تورم بالای مواجه خواهیم بود و این افزایش سریع قیمت‌ها، تأثیر مستقیمی بر مخارج صرافی‌های رمزارزی خواهد داشت؛ مخارجی که خودش را در دو بخش پرداخت دستمزد کارکنان و تأمین زیرساخت‌ها به رخ می‌کشد. او مهاجرت نیروی انسانی متخصص را یکی از چالش‌هایی می‌داند که در سال ۱۴۰۳ فزونی می‌یابد و در این باره اظهار می‌کند: «مهاجرت جوانان متخصص ادامه خواهد داشت و این مسئله به کند شدن روند پیشرفت صرافی‌های رمزارز منتهی خواهد شد. خروج نیروی کار ماهر از یک شرکت به این معنا است که باید آن وقت و انرژی را که می‌بایست برای توسعه خدمات هزینه کنند، به جذب و تعلیم نیروهای جدید که عموماً کم تجربه‌اند و تخصص کمتری دارند، اختصاص دهند و این یعنی به تعویق افتادن توسعه.»

◀ نرخ نکل بانک‌ها صفر خواهد شد

اقتصاد ایران در وضعیتی است که بخش زیادی از مردم در تأمین نیازهای روزمره خود با مشکل مواجه‌اند و تقریباً هیچ پس‌اندازی ندارند. فرهاد فلاح، مدیرعامل

آبان‌تتر، با اشاره به این مسئله درباره اهمیت همکاری کسب‌وکارهای لندتکی و رمزارزی می‌گوید: «مردم می‌خواهند از پس زندگی روزمره‌شان برآیند و در کنار آن بتوانند مقداری از درآمد خود را پس‌انداز و سرمایه‌گذاری کنند. پلتفرم‌های رمزارزی می‌توانند بستری برای سرمایه‌گذاری باشند، اما همه ما می‌دانیم که خرید و فروش رمزارز در ایران ناممکن است و این مشکل به اقتصاد جامعه لطمه می‌زند، زیرا اشکال سرمایه‌گذاری در دنیا تغییر کرده و ما هم اگر می‌خواهیم هم‌سوا با دنیا پیشرفت کنیم، باید در برابر پذیرش ایده‌های نو منعطف باشیم. یکی از اتفاق‌هایی که باعث افزایش قدرت خرید مردم و برگرداندن مقوله سرمایه‌گذاری به سبک زندگی آنها می‌شود، همکاری میان لندتکی‌ها و رمزارزی‌ها است که به بخش بزرگی از جامعه، در برطرف کردن نیازهای اولیه‌شان کمک می‌کند.»

◀ حمایت از سرمایه‌گذاری‌های داخلی

به گفته علی جهانی، هم‌بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره بیت‌پین، در حال حاضر بازار رمزارزها یکی از قطب‌های اصلی سرمایه‌گذاری مردم است. در شرایطی که بازار بورس رونق چندانی ندارد و بازار و ملک و خودرو نیز تقریباً راکد است، بخش بزرگی از پول نقد جامعه به سمت بازار رمزارز سوق داده شده است. او می‌گوید: «حمایت از سرمایه‌گذارهای داخلی در چنین وضعیتی منجر به عدم خروج سرمایه از کشور شده و نقش مهمی را در کنترل نرخ ارز ایفا می‌کند. در واقع، وام‌دهی به دارندگان رمزارز یکی از روش‌هایی است که آنها را مجاب خواهد کرد سرمایه‌هایشان را در داخل مرزهای کشور نگه دارند. این مسئله به حدی مهم است که می‌تواند به ضرورتی برای توسعه همکاری بین لندتک‌ها و رمزارزها تبدیل شود.»

◀ تعیین چهارچوب برای همکاری رمزارزها و لندتک‌ها

به گفته محمدصادق آزادانی، رئیس کمیسیون لندتک نصر تهران، نحوه همکاری بازیگران اکوسیستم با یکدیگر مسئله مهمی است که نباید از آن غافل ماند. او در این باره بیان می‌کند: «همکاری بازیگران اکوسیستم با یکدیگر می‌تواند شاخصی مهم برای سنجش موفقیت آن تلقی شود، اما این موفقیت در صورتی حاصل می‌شود که چهارچوب‌ها و مرزهای همکاری بین این کسب‌وکارها مشخص و تعریف شده باشد. این مرزبندی به این معنا است که هر کسب‌وکاری باید در زمینه تخصصی خودش فعالیت کند و همکاری آن با دیگران باعث ارتقای سطح سرویس‌ها، کیفیت خدمات و خلق ارزش در کسب‌وکارها شود و اگر این طور نباشد این همکاری‌ها به مدل کسب‌وکاری شرکت‌ها لطمه می‌زند.»

◀ تسهیل ورود سرمایه‌گذاران خرد

محمد طهرانی، کارشناس بلاکچین و اقتصاد توکن، نیز معتقد است انجماد املاک و سرمایه‌های غیرمنقول بانک‌ها و عدم استفاده مولد از آنها در چرخه اقتصادی از یک سو بر عرضه مسکن‌های موجود برای اجاره و خرید تأثیر گذاشته و از سوی دیگر با انجماد منابع بانک، توانایی آنها را در صدور تسهیلات خرید و ساخت مسکن محدود کرده است. کاهش سرمایه‌گذاری روی بخش املاک باعث رکود در ساخت‌وساز مسکن می‌شود. او درباره راه برون‌رفت از این مشکل می‌گوید: «تنها راه برون‌رفت از مشکلات و حرکت به سوی تعالی، استفاده از ابزارهای نوآورانه است. امیدوارم با همکاری همه ذی‌نفعان صنعت ساختمان در توسعه توکن املاک، این فناوری علاوه بر تسهیل ورود سرمایه‌گذاران خرد به این حوزه، منجر به تسهیلگری در زنجیره تأمین صنعت ساختمان نیز بشود.»

مهرتراکتس

تنظیم‌گری

۲۹۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

به ترتیب از راست به چپ:
مسعود ملک محمدی
احسان مطلبی
فرهاد فلاح
علی جهانی
محمدصادق آزادانی
محمد طهرانی



میزان بودجه بانک‌ها در بخش فناوری اطلاعات چقدر است و چه تأثیری در نوآوری بانک‌ها دارد؟

مسئله فقط بودجه نیست

خلق ارزش در کسب و کار صنعت بانکداری رابطه مستقیمی با توسعه و تقویت فناوری اطلاعات در این صنعت دارد و از طرف دیگر میزان هزینه‌کرد در بخش فناوری اطلاعات تأثیر مستقیمی بر سودآوری دارد. به نحوی که طبق نتایج مطالعه مؤسسه گارتنر، در ازای تخصیص هر ۵ درصد از بودجه کل به بخش فناوری اطلاعات، سود حاصله در حوزه بانکداری تا ۲۴ درصد افزایش می‌یابد. در این میان سؤال این است که در ایران سهم بخش فناوری اطلاعات از بودجه بانک‌ها چقدر است؟ به همین منظور در بخش «تنظیم‌گری» شماره ۷۸ عصر تراکنش به سراغ فرهاد بهمنی، عضو اجرایی هیئت‌مدیره و معاون فناوری اطلاعات پست‌بانک؛ مجید جعفریان، معاون فناوری اطلاعات بانک سرمایه؛ رسول لطفی آذر، معاون فناوری اطلاعات بانک ملت؛ محمد صادقی، مدیرعامل شرکت بهسازان ملت؛ حسام حبیب‌اله، معاون فناوری اطلاعات بانک شهر؛ احمد سلمانی آرنی، مدیرعامل هلدینگ بهپویان هوشمند امید، مصطفی امینی، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره شرکت گسترش فناوری‌های نوین بانک کشاورزی و حمید کردبچه، مدیرعامل شرکت ناواکو رفتیم تا نگاهی به بودجه اختصاص یافته به بخش فناوری اطلاعات در بانک‌ها داشته باشیم و از تأثیر آن بر نوآوری صحبت کنیم.



کافی نبودن بودجه اختصاص یافته

فرهاد بهمنی، عضو اجرایی هیئت‌مدیره و معاون فناوری اطلاعات پست‌بانک، با اشاره به بودجه فناوری اطلاعات این بانک توضیح می‌دهد که اگر در پست‌بانک، هر دو بودجه سرمایه‌ای و جاری (فقط بخش مالی و اداری) را در نظر بگیریم، بودجه اختصاص یافته حدوداً رقمی معادل با ۲۰ درصد به نسبت کل است: «من فکر می‌کنم برای توسعه و حرکت به سمت اهداف بالاتر این رقم حداقل باید به ۴۰ درصد برسد، زیرا به نظر می‌رسد رقم فعلی کفاف بخش فناوری اطلاعات در بانک را نمی‌دهد، همچنین در بحث امنیت و زیرساخت‌های آن هنوز راهی بسیار طولانی در پیش است و کار زیادی در کشور انجام نشده است.» بهمنی معتقد است بین سرمایه‌گذاری در فناوری و سودآوری در بانک ارتباطی مستقیم وجود دارد و تجربه سال‌ها نگهداری و به‌روزرسانی سامانه‌ها و زیرساخت‌ها این موضوع را نشان می‌دهد. در برخی از مقالات مرتبط قید شده است که صرف هزینه ۵ درصدی در فناوری، سودآوری را تا ۲۰ درصد افزایش می‌دهد. او با بیان این موارد می‌گوید: «پس بین سرمایه‌گذاری در بخش فناوری اطلاعات و سودآوری، ارتباط مستقیمی وجود دارد، ولی چالش‌ها و مشکلاتی مانند دیدگاه نادرست مدیریتی باعث می‌شود برخی مدیران صرف هزینه در فناوری اطلاعات را صرفاً نوعی هزینه بدانند، نه سرمایه‌گذاری. این مدیران ارتباط مستقیم بین سودآوری و فناوری را نمی‌بینند و فکر نمی‌کنند که اگر فناوری نباشد هیچ کدام از سودآوری‌ها وجود نخواهد داشت.»

اجتناب‌ناپذیر بودن بازنگری در تخصیص بودجه فناوری اطلاعات

مجید جعفریان، معاون فناوری اطلاعات بانک سرمایه، معتقد است الگوی مصرف بودجه در حوزه فناوری اطلاعات در حال تغییر است؛ به عبارتی بانک‌های کشور، توسعه یافته

در حال تعریف الگوی جدیدی برای مصرف بودجه‌شان در این زمینه‌اند. اگر این الگوی جدید در بانک‌های کشور ما نیز اجرا شود، قطعاً بودجه بیشتری لازم خواهد بود: «اگر بخواهیم کسب و کار بانک را تغییر دهیم و به بانک به چشم یک سازمان فناوری اطلاعاتی که سرویس‌های بانکی ارائه می‌دهد نگاه کنیم، فعلی پاسخگو نخواهد بود. اکنون دیدگاه معمول، براساس همان نگرش بانکداری سنتی است. فرض کنید همان خدماتی که در بانکداری سنتی به مشتریان ارائه می‌شود الکترونیکی شود. در این شرایط، نوع نگاه ما تغییر چندانی نکرده است، لذا در راستای حرکت به سمت تحول دیجیتال، بازنگری در تخصیص بودجه فناوری اطلاعات اجتناب‌ناپذیر است.»

تحریم و افزایش قیمت دلار؛ بزرگ‌ترین چالش

رسول لطفی آذر، معاون فناوری اطلاعات بانک ملت، نیز با اشاره به نسبت بودجه فناوری اطلاعات این بانک به کل آن، توضیح می‌دهد: «پیش‌بینی دریافت بودجه بخش فناوری اطلاعات نسبت به هزینه‌کرد در سال‌های مختلف از بانک متفاوت بوده است، اما هیچ‌گاه مشکل محدودیتی در دریافت بودجه نداشتیم. بزرگ‌ترین

عصر تراکنش



۲۹۴

ASAEETRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



محدودیت ما در بخش فناوری اطلاعات تحریم‌هاست. تحریم‌ها و افزایش قیمت دلار باعث می‌شود تأمین‌کنندگان با ضرر مواجه شوند و اغلب خریدهای بانک با صرف زمان طولانی و هزینه و جریمه‌های سنگین برای بازیگران تمام شود. خیلی مواقع تنگنای تحریمی و افزایش قیمت دلار، باعث شده کالاها و تجهیزاتی که حتی بانک روی آنها سرمایه‌گذاری کرده و بودجه هم برای آنها دارد، تأمین نشوند.» به گفته لطفی آذر، مسئله سرویس‌های بخش فناوری اطلاعات حیاتی است و با زندگی مردم در پیوند است. پس در نهایت نمی‌توان هزینه نکرد: «ما در شرایطی نیستیم که بانک بخواهد در هزینه‌های زیرساختی‌اش کوتاهی کند. با توجه به لزوم تداوم کسب و کار، بعید می‌دانم بانکی باشد که ریسک را بپذیرد و در خرید تجهیزات به دلیل نداشتن منابع کوتاهی کند.»

◀ فناوری بهره‌وری منابع انسانی را افزایش می‌دهد

بخش قابل توجهی از هزینه‌های بانک‌ها مربوط به حوزه منابع انسانی است. بنابراین اگر از ابزارهای فناورانه استفاده کنیم، بهره‌وری را در حوزه منابع انسانی به شدت ارتقا می‌دهیم. حسام حبیب‌اله، معاون فناوری اطلاعات بانک شهر، با بیان این موضوع می‌گوید: «هرچه بانک به ابزارهای فناوری اطلاعات مجهز شود احتمال سهم گرفتن و بزرگ شدنش افزایش می‌یابد. در نگاه سنتی بانکداری، بزرگ شدن بانک یعنی افزایش نیرو و تعداد شعب، اما رویکرد نوین بانکداری این‌طور نیست. با وجود اینکه هنوز نگاه بانکداری سنتی در کشور حاکم است، ولی در آینده تعداد شعب و نیرو ملاک نخواهد بود و ابزارها و زیرساخت‌های فناوری اطلاعات هستند که می‌توانند باعث بزرگ شدن سهم بازار بانک در بازه زمانی کوتاه‌تر و با هزینه کمتر شوند و تعداد مشتریان را افزایش دهند. این اتفاق فقط و فقط از مسیر فناوری اطلاعات محقق می‌شود. ضمن اینکه در همین مسیر است که استفاده از روندهایی مثل هوش مصنوعی در حوزه نوآوری باعث شخصی‌سازی بهتر خدمات و محصولات برای مشتریان می‌شود.»

◀ ناترازی بانک‌ها و سرمایه‌گذاری‌های نادرست

محمد صادقی، مدیرعامل بهسازان ملت، نیز با اشاره به اینکه ناترازی بانک‌ها و سرمایه‌گذاری‌های نادرست و بدون بازگشت و بدون نتیجه گذشته، عامل اصلی عدم سرمایه‌گذاری مناسب در این بخش است، می‌گوید: «کم بودن بودجه در بخش فناوری اطلاعات تأثیر زیادی در عدم نوآوری دارد. سرمایه‌گذاری روی فناوری، به شکلی است که پاسخ‌دهی و رسیدن به نقطه باردهی آن دو یا سه سال زمان می‌برد. اکنون شاهد رکود شدیدی در نوآوری‌های الزامی در نظام بانکی هستیم. صنعت بانکداری همواره از سایر صنایع جلوتر بوده، اما این فاصله در حال کمتر شدن است، زیرا سرمایه‌گذاری مناسبی در این بخش انجام نشده است. البته این‌طور نیست که بانک‌ها عامدانه نخواهند سرمایه‌گذاری کنند، بلکه ممکن است امکان سرمایه‌گذاری لازم را نداشته باشند، یکی از ادله محکم این است که هزینه‌های لازم برای حوزه فناوری ارزشمندی است، اما درآمد بانک‌ها ریال محور است.»

◀ از تحریم و نبود زیرساخت تا نوسانات قراردادهای

به عقیده احمد سلمانی آرانی، مدیرعامل هلدینگ بهپویان هوشمند امید، مشکل فقط بودجه نیست، بلکه سازکار تأمین و تجهیز خدمات زیرساخت و تجهیزات نیز مسئله

است: «در شرایط کنونی موانع بیرونی، مثل تحریم‌ها و نوساناتی که در قراردادهای ایجاد می‌شود، باعث شده نتوانیم در نرخ ارز و برخی گارانتی‌ها به رقم دقیق برسیم. همچنین موضوع سازکار و تشریفات سخت و پیچیده مطابق با تمام آیین‌نامه‌های یکی دیگر از این موانع است. معمولاً هزینه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات را در ردیف تشریفات قرار می‌دهند. این موضوع بسیار آسیب‌زننده است و در نهایت باعث می‌شود تهیه خدمت یا تجهیزاتی که ضروری است آن قدر طول بکشد که دیگر آن کالا یا خدمت درخواستی به کار نیاید. پس موضوع تأمین هم بسیار مهم است. البته بانک‌ها برای اینکه فرایند را تسهیل، و تکالیفشان را اجرا کنند شرکت‌هایی ایجاد و سازکاری طراحی کرده‌اند، اما باز هم کافی نیست. من راهکار را در این می‌بینم که وزارت اقتصاد و بانک مرکزی، دستگاه‌های نظارتی ذی‌ربط، به‌ویژه افتا و پدافند غیرعامل، مسیر را باز کنند تا بتوان به ابزار، امکانات، سخت‌افزار و شبکه برای انجام اقدامات امنیتی نظارتی و سامانه‌ها و سرویس‌هایی که رگولاتور به بانک ابلاغ می‌کند، دسترسی داشت.»

◀ نقایص شش‌گانه بودجه‌ریزی فاوای بانک‌های ایرانی

بنا بر صحبت‌های مصطفی امینی، مدیرعامل شرکت گسترش فناوری‌های نوین در سال‌های اخیر، بانک‌های ایرانی به اهمیت سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات برای بهبود کارایی عملیاتی، تجربه مشتری و افزایش توان رقابت خود پی برده‌اند. در نتیجه، به نسبت گذشته میزان بیشتری از بودجه خود را به طرح‌های فناوری اطلاعات و پروژه‌های تحول دیجیتال اختصاص داده‌اند. او در این باره توضیح می‌دهد: «این طرح‌ها ممکن است ارتقای سیستم‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، اجرای اقدامات امنیت سایبری، توسعه راهکارهای بانکداری دیجیتال و ارتقای قابلیت تجزیه و تحلیل داده‌ها را دربرگیرد، اما واقعیت این است که این رشد بودجه با توقع جامعه و صنایع از بانک‌ها برای نقش آفرینی در حوزه تأمین مالی چابک در زنجیره‌های ارزش و توسعه اقتصاد دیجیتال سازگاری ندارد. از جمله نقایص بودجه‌ریزی فاوای اکثر بانک‌های ایرانی می‌توان به تخصیص ناقص، دیر هنگام و ناکافی بودجه، ضعف در همسویی استراتژیک، ارزیابی ناکافی ریسک‌ها، کمبود و محدودیت در تخصص، عادت به رویکرد بالا به پایین در بودجه‌ریزی و افراط در استفاده از تکنیک‌های کلاسیک برنامه‌ریزی بودجه اشاره کرد.»

مهرتراکتس

تنظیم‌گری

۲۹۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

به ترتیب از راست به چپ:
فرهاد بهمنی
مجید جعفریان
رسول لطفی آذر
حسام حبیب‌اله
محمد صادقی
احمد سلمانی آرانی
مصطفی امینی



Jan 9

روز جهانی نوآوری و فناوری

روز جهانی نوآوری و فناوری

رویدادهای راه‌کار در سال ۱۴۰۳

خردادماه

سومین رویداد رگ تک ایران

شهریورماه

دومین رویداد برندکارفرمایی

نیمه اول سال

رویداد تحول، نوآوری و بهره‌وری

نیمه اول سال

رویداد لندتک ایران

دی ماه

چهارمین رویداد ۹ ژانویه

عصرانه راه‌کار

وهمکاری در برگزاری بزرگ‌ترین رویداد فناوری و نوآوری ایران (اینوتکس ۲۰۲۴)

رویدادهای راه‌کار با سخنرانی‌های کلیدی الهام‌بخش، پنل‌های تعاملی، میزگردهای جذاب و موارد دیگر، جایی است که کارشناسان صنعت و رهبران فکری برای گفت‌وگوهای راهبردی در مورد آخرین روندها و پیشرفت‌ها، در طیف گسترده‌ای از خدمات حرفه‌ای گرد هم می‌آیند.

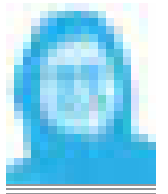


از سقوط
سیلیکون ولی تا
صعود سم آلمن

جهان

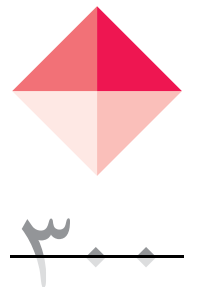


آخرین شماره سال ۱۴۰۲ ماهنامه عصر تراکنش را اختصاص دادیم به آنچه در شماره‌های پیشین گذشت و نگاهی اجمالی به اتفاق‌های یک سال گذشته جهان داشتیم. اولین شماره سال ۱۴۰۲ عصر تراکنش با سقوط بانک سیلیکون ولی و آخرین شماره آن نیز با انتخاب سم آلتمن به عنوان مدیر سال توسط مجله تایم، هم‌زمان شدند. همین دو اتفاق در ابتدا و پایان سال به خوبی فراز و فرود فناوری را در یک سال گذشته نشان می‌دهند. افزون بر این، استارت‌آپ‌های فین‌تکی و مشکلات عدیده اکوسیستم فین‌تک هم از چشمان دور نماند. کمبود نقدینگی و مشتری در سال ۲۰۲۳ دامنه فین‌تک‌ها را گرفته بود. موج جدید دیجیتالی شدن و تغییر در سیستم‌های پرداخت دنیا هم از دیگر موضوعاتی بود که سال گذشته جزئیاتشان را بررسی کردیم. همچنین در سالی که گذشت نگاه ویژه‌ای به حوزه هوش مصنوعی داشتیم و از جوانب مختلف به این فناوری پرداختیم و از فرصت‌ها، چالش‌ها، نقاط قوت و ضعف آن گفتیم. در یکی از شماره‌ها، کتاب «فناوری در سال ۲۰۲۴» هاروارد بیزینس ریویو را مفصلاً بررسی کردیم و رقابت بر ساختن سوپر اپ در خاور میانه نیز پرونده دیگری بود که در سال گذشته آن را موشکافی کردیم و درس‌های آموزنده‌ای از تجربیات گذشته به خوانندگان ارائه دادیم.



راضیه مینایی

عصر تراکنش



ASAE.TARANHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



جهان از دریچه نگاه عصر تراکنش در سالی که گذشت

دور و نزدیک فناوری بهره‌وری در سال ۱۴۰۲

فرانسیس بیکن در سال ۱۶۲۰ در کتاب «نوارغنون» می‌گوید انسان در جریان هبوطش قدرتش را بر خلقت از دست داد و جبران این خسارت تنها با علم و فن امکان‌پذیر است. این فیلسوف انگلیسی بر این باور بود که دانش علمی، انسان را به جایگاهی همچون سیطره بر طبیعت می‌رساند. تا قرن‌ها نوشته‌های بیکن را چیزی جز رؤیای پردازی نمی‌دانستند. هرچند در سال ۱۹۶۰، پیش‌بینی او دیگر خیال‌پردازانه به نظر نمی‌رسید. از زمان انتشار اولین نسخه مجله تایم در سال ۱۹۲۷، تقریباً همیشه یک نفر، آن هم اغلب یک رهبر سیاسی یا چهره جهانی یا یکی از مدیران صنعتی آمریکا، به‌عنوان مرد سال برگزیده می‌شد، ولی در ۱۹۶۰، این مجله به جای یک نفر، مجموعه‌ای از افراد را شایسته این عنوان دانست. این مجله پانزده نفر از دانشمندان آمریکایی را به دلیل دستاوردهای چشمگیرشان در طیفی از حوزه‌ها انتخاب کرد. به گزارش تایم، بالاخره نوبت به پیروزی علم و فناوری رسیده بود. در سال ۱۹۶۰، مجله تایم از آن‌رو دانشمندان را «مردان سال» خواند که پیشرفت‌های بی‌سابقه دانش، از طریق کاربردهای عملی جدید، همه‌چیز را درباره هستی انسان تغییر داده بود و ظرفیت‌های بالقوه برای پیشرفت بیشتر نامحدود به نظر می‌آمد. دبیران تایم درباره این اتفاق نوشتند: «جهان ۳۴۰ سال پس از «نوارغنون»، بسیار بیشتر از ۵۷۰۰۰ سال پیش از آن، تغییرات علمی به خود دیده است.» دقیقاً هر سالی که می‌گذرد سرعت تغییرات علمی و ظهور فناوری‌های نو بیشتر می‌شود. سال گذشته نیز برای صنعت فناوری پرماجرا و پرهیاهو بود و اتفاقات تلخ‌وشیرین زیادی در این صنعت رخ داد. عصر تراکنش نیز همچون سال‌های گذشته، در هر شماره صفحاتی را به فناوری در جهان اختصاص داد و مهم‌ترین رویدادهای این صنعت را در جای‌جای جهان موشکافانه بررسی کرد. در آخرین شماره سال نیز مروری داشتیم بر هر آنچه در این یک سال در صنعت فناوری پیش آمد و اتفاقات این یک سال را به‌طور خلاصه بررسی کردیم.



سقوط بانک سیلیکون ولی

دهم مارس بود که خبر سقوط آزاد بانک سیلیکون ولی لرزه‌ای بر بیکر بانک‌های آمریکایی انداخت. بانکی که سال ۱۹۸۳ راه‌اندازی شد تا به نیازهای صنایع فناوری پاسخ دهد و یکی از قدرتمندترین موتورهای اقتصادی جهان بود، در اوایل مارس ۲۰۲۳ متحمل زیان بزرگی در برخی از سرمایه‌گذاری‌های شرکت مادرش، یعنی SVB Financial Group شد. در پی پیچیدن این خبر، سپرده‌گذاران به بانک سیلیکون ولی هجوم بردند و خواستند که ۴۲ میلیارد دلار پول را یک‌روزه از بانک بیرون بکشند. پوشش بیمه‌ای هم از بسیاری از کسب‌وکارها دردی دوانکرد، زیرا برخی مدیران بیش از چهل میلیارد دلار در این بانک سپرده داشتند. پول بسیاری از وی‌سی‌ها هم قفل شده بود و خلاصه سپرده‌گذاران بانک سیلیکون ولی، جهنم واقعی را به چشم خود دیدند. این بانک بین فعالان سیلیکون ولی بسیار محبوب بود و تقریباً تمام آنها پولشان را در بانک سیلیکون ولی نگه می‌داشتند، زیرا به مشتریانش خدمات ویژه‌ای ارائه می‌داد و پذیرای همه کسب‌وکارها حتی استارت‌آپ‌های بدون درآمد بود، اما پول زیاد این بانک دامن‌گیرش شد. بانک سیلیکون ولی با سپرده‌های فراوانش اوراق قرضه خریده بود؛ اوراقی که سررسیدهای طولانی و بازده‌های کمی داشتند. این ترکیب وقتی خطرناک شد که فدرال رزرو نرخ بهره به‌را به‌شدت و به‌طور ناگهانی افزایش داد.

فروپاشی ناگهانی بانک سیلیکون ولی جرقه‌ای بود که ریسک‌های سیستم بانکداری را عیان کرد. قوانین سرمایه‌آمریکا بیشتر بانک‌ها را به کاهش قیمت اوراق قرضه‌ای که قصد دارند تا زمان سررسید نگهداری کنند، ملزم نمی‌کند. فقط بانک‌های بسیار بزرگ باید ارزش همه اوراق قرضه‌ای را تعدیل کنند که برای معامله در دسترس دارند، اما همان‌طور که بانک سیلیکون ولی تجربه کرد، اگر وضعیت بانکی متزلزل شود و به اجبار اوراق قرضه بفروشد، زیان‌های شناسایی نشده واقعی می‌شوند. این اتفاق زنگ خطری بود تا رگولاتورهای سرتاسر دنیا نظامی ایجاد کنند که ریسک‌های ناشی از افزایش نرخ‌های بهره را شناسایی کنند.

استارت‌آپ‌های فین‌تکی؛ در انتظار پول و مشتری

به‌کما رفتن سهام بازار عرضه‌های اولیه سهام و سقوط ۶۰ درصدی سهام فین‌تک نسبت به روزهای اوجش و توقف تأمین مالی، ما را بر آن داشت تا در هفتادمین شماره عصر تراکنش به بررسی استارت‌آپ‌های فین‌تکی که در انتظار مشتری و پول نشسته‌اند، بپردازیم. شرکت‌های فین‌تکی طی سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ توانستند در ۲۸ عرضه اولیه سهام، بالغ بر ۱۰ میلیارد دلار سرمایه جذب کنند. افزون بر این، در سال ۲۰۲۰ شرکت‌های فین‌تکی توانستند بیش از ۱۴۰ میلیارد دلار در ۵۰۴۷۴ دور تأمین مالی جذب بودجه داشته باشند، اما در سه‌ماهه چهارم سال ۲۰۲۲ بودجه فین‌تک‌ها به حدود یازده میلیارد دلار کاهش یافت که پایین‌ترین حد از سال ۲۰۱۸ است.

همچنین یک نظرسنجی انجام شده از ۴۵۰ استارت‌آپ که در مراحل اولیه خود بودند نشان می‌دهد که موجودی پول ۸۱ درصد این استارت‌آپ‌ها کمتر از یک سال دوام داشته است. فورس نیز در همین راستا پژوهشی انجام داده و آن دسته از استارت‌آپ‌های فین‌تکی را بررسی کرده که فاقد مدل کسب‌وکار درست‌اند و صرفاً به دلیل عدم رسیدن به سودآوری بی‌پول مانده‌اند. به نظر می‌رسد که این فین‌تک‌ها به دلیل مشکلات مالی در آینده‌ای نه‌چندان دور به فروش می‌رسند یا از بین می‌روند. همچنین برخی معتقدند در پشت درهای بسته، مذاکرات زیادی برای ادغام و اکتساب در جریان است.

شاید هیچ دسته‌ای از فین‌تک‌ها را نتوان به اندازه نئوبانک‌ها در دسرساز دانست. مانع بزرگ پیش روی نئوبانک‌ها این است که در واقع بانک نیستند. از آنجا که این پلتفرم‌ها فاقد اساسنامه بانکی‌اند، اگر بخواهند به مشتریان وام اعطا کنند باید به بانک‌های دیگر کارمزد بپردازند یا برای تأمین وام‌های خود سرمایه پیدا کنند که همین امر هم‌گران تمام می‌شود. در واقع نئوبانک‌ها، مدل تجاری معیوبی دارند و با کمبود مشتری دست‌وپنجه نرم می‌کنند. به‌طور کلی بسیاری از ارائه‌دهندگان خدمات بانکداری به بن‌بست رسیده‌اند. تعدد ارائه‌دهندگان بانکداری، مضیق‌ه مالی و پایبندی به چهارچوب‌های رگولاتوری از مشکلاتی است که این دست شرکت‌ها با آن درگیرند. بسیاری از مشکلات، نه فقط این ارائه‌دهندگان که سایر اعضای اکوسیستم فین‌تک را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند.

تحول سیستم‌های پرداخت

موج جدید دیجیتالی شدن در حال تغییر دادن سیستم‌های پرداخت دنیا است. به همین دلیل در شماره هفتادویکم عصر تراکنش از ابعاد مختلف به تغییر و تحولات سیستم‌های پرداخت جهانی پرداختیم. مهم‌ترین بعد این تغییر بزرگ، نبرد بر سر سیستم‌های پرداخت در سراسر دنیا است. در واقع سیستم‌های مختلفی در سراسر جهان در حوزه پرداخت در حال ظهورند. تمام این سیستم‌ها پیامدهای بزرگی برای روابط بین پول و دولت‌ها دارند. برخی دولت‌ها ممکن است از دیجیتال فایننس برای کنترل مردمشان استفاده کنند. برخی نیز از دیجیتال فایننس برای کاهش وابستگی به غرب بهره می‌برند. برخی نیز گسترش پلتفرم‌های پرداخت دیجیتال را به معنای از دست رفتن نفوذ مالی‌شان می‌دانند. به هر حال پلتفرم‌های پرداخت دیجیتال مدرن به‌وضوح نظم قدیمی را به چالش می‌کشند. یکی از تغییراتی که در سیستم‌های پرداخت به وجود آمده، ظهور رابط پرداخت یکپارچه (UPI) است. UPI پلتفرمی است که امکان انتقال رایگان و سریع حساب‌به‌حساب را با استفاده از برنامه‌های فناوری فراهم می‌کند. PI در حال جلب توجه سراسر جهان به خود است و هند از کشورهای پیش‌تاز در رقابت استفاده از این سیستم پرداخت است. در سال ۲۰۲۲ بیش از یک تریلیون دلار تراکنش از طریق پلتفرم ادهارو (پلتفرم UPI هند) انجام شد که معادل یک سوم تولید ناخالص داخلی این کشور است.

UPI نه تنها مشوق رقابت بین فین‌تک‌ها و بانک‌ها در این کشور است، بلکه هزینه صفر آن رشد اقتصادی را نیز تقویت می‌کند. درست است که UPI یک سیستم پرداخت کامل نیست و مشکلاتی دارد، اما بهبود واضحی در پول نقد است. هند با این سیستم توانسته مدل پرداخت جایگزینی ایجاد کند و امیدوار است که UPI به‌طور گسترده در خارج از هند پذیرفته شود و رقابت جدیدی برای غول‌های بانک/کارت ایجاد کند. تغییر دیگر، انعطاف بانک‌ها و شبکه‌های کارتی در مقابله با این تحول دیجیتالی است. بانک‌ها و شبکه‌های کارت، به‌ویژه در آمریکا انعطاف‌پذیرند. سرعت پذیرش فناوری در بانک‌های فعلی بالا رفته و کارت‌ها توانسته‌اند از طریق پاداش‌های جذاب مشتریان خود را حفظ کنند. هزینه این پاداش‌ها از طریق کارمزد تأمین می‌شود که عمدتاً محل بحث و درگیری است. در واقع همه از کارمزد شاک‌ای‌اند، با این حال باز هم خرده‌فروشان از پذیرفتن کارت منصرف نمی‌شوند. مسئله بعدی رمزارزها هستند و نقشی که می‌توانند و شاید هم نمی‌توانند در سیستم پرداخت ایفا کنند. در ابتدای ظهور این دارایی‌های دیجیتال به نظر می‌آمد که کل سیستم مالی زیر تیغ تهدید آنها قرار گرفته است، اما بعد از مدتی با افت اعتماد عمومی به رمزارزها، تب‌وتاب آنها تا حدودی فروکش کرد. هرچند هنوز هم در برخی شهرها و کشورهای دنیا شور و اشتیاق برای این سکه‌ها زیاد است، اما به اعتقاد بسیاری از متخصصان و فعالان این حوزه، کریپتو سیستم مالی جهانی را بازسازی نخواهد کرد، زیرا ثابت کرده که نه کارآمد است و نه از مقررات

عصر تراکنش

جهان

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

مصون است. در عوض بانک‌های مرکزی شاید بتوانند نامزد بهتری برای تحول دیجیتال باشند. در واقع بانک‌های مرکزی با عرضه ارزهای دیجیتال به دنبال جست‌وجوی راه‌هایی برای دست‌نزدن کنترل بر سیستم‌های مالی‌شان هستند. در حال حاضر ۱۱۴ کشور که بیش از ۹۵ درصد تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهند اکنون CBDCها را راه‌اندازی کرده‌اند یا در حال بررسی آنها هستند، اما این روند به قدری کند پیش می‌رود که فقط حدود ۱۰ کشور به طور کامل CBDCشان را عرضه کرده‌اند.

بخش «جهان» شماره‌های ۷۲ تا ۷۵ عصر تراکنش به «هوش مصنوعی» اختصاص یافت و به این موضوع از دریچه‌های مختلف نگاه انداخت. در این چهار شماره به ترس و هیجان در این حوزه، دستیابی به تحول دیجیتال و ارزش آفرینی به کمک هوش مصنوعی، مسئله داده‌ها، تجاری‌سازی و ادغام هوش مصنوعی در کسب‌وکارها پرداختیم.



واقعیت این است که دستیابی به تحول دیجیتال و ارزش آفرینی از آن به کمک هوش مصنوعی، یک پروژه ویژه نیست که سازمان‌ها بتوانند به راحتی بخشی از نیرو، انرژی و زیرساخت‌های خود را به آن اختصاص دهند. دستیابی به این هدف زمانی امکان‌پذیر است که کل سازمان قادر به ارائه نوآوری دیجیتال باشد و برای تحقق این امر نیز داشتن مجموعه کاملی از قابلیت‌ها الزامی است. چنانچه فقط ۲۵ درصد شرکت‌های بزرگی که برنامه‌های تحول دیجیتال و هوش مصنوعی را در دست اجرا دارند، توانسته‌اند به صرفه‌جویی در هزینه‌های مدنظرشان دست یابند. این اعداد و ارقام نشان می‌دهند تا زمانی که رهبران کسب‌وکارها درباره ارزش آفرینی تحولات دیجیتال و هوش مصنوعی متقاعد نشده باشند و درباره نحوه دستیابی به این تحولات دیجیتال و ارزش آفرینی از طریق آن به اطمینان نرسند، بعید است تن به تغییرات سخت و طاقت‌فرسا و زمان‌بر دهند، اما واقعیت این است که برای رسیدن به ارزش آفرینی تن دادن به این مسائل ضروری است.

در شماره هفتاد و سوم عصر تراکنش به معرفی و بررسی معیار فینالتا پرداختیم که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا ببینند تحولات دیجیتال و فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی کجا و چگونه قادر به ارزش آفرینی هستند. مک‌کنزی با استفاده از این معیار و بررسی عملکرد هشتاد بانک جهانی نتیجه گرفت که رهبران دیجیتال، ارزش آفرینی به مراتب بیشتری نسبت به دیگران داشته‌اند؛ ارزشی که با خلق فرایندها و تحولاتی حاصل شده که اغلب کپی‌کردنشان دشوار است. درست است که این پژوهش و نتایج آن صرفاً بر صنعت بانکداری متمرکز بوده، اما

می‌توان نتایج و دستاوردهای آن را به هر صنعت دیگری تعمیم داد. برای مثال، قابلیت‌هایی که در این تحقیق برای پیشی گرفتن از رقبای ارائه می‌شود در هر صنعتی کاربردی هستند. ایجاد نقشه راه‌های تحول جاه‌طلبانه و متمرکز، ساختن ویترونی از استعدادها، دیجیتال با کیفیت با تغییر سبک مدیریت برخی از قابلیت‌های مذکور هستند. این قابلیت‌ها به تمام صنایع نشان می‌دهد که برای موفقیت، چیزی که تمایز و ارزش آفرینی ایجاد می‌کند، فناوری نیست، بلکه قابلیت‌ها و مدل‌های عملیاتی هستند که تجارب مشتری را بهبود می‌بخشند، پاداش‌های مالی به ارمغان می‌آورند و هزینه‌های واحد را کاهش می‌دهند.

هوش مصنوعی با وجود مزیت‌هایش برای شرکت‌ها در دسرها و مجازات‌های زیادی نیز در پی دارد. این دسرها و مجازات‌ها عمدتاً مربوط به داده‌ها و تأمین، فقدان امنیت در ذخیره‌سازی و نحوه گمنام‌سازی و آماده‌سازی آنها است. راه‌حل این مشکلات، اختصاص واحد ویژه‌ای برای ارزیابی پروژه‌ها و داده‌های افراد در شرکت‌ها است. این واحد باید در ارزیابی‌هایش به پنج مسئله اصلی در امنیت داده‌ها یعنی منشأ داده‌ها، کاربردی که داده‌ها برای آن استفاده می‌شوند، حفاظت از داده‌ها، نحوه حفظ حریم خصوصی ارائه‌دهندگان داده و نحوه آماده‌سازی داده‌ها برای استفاده تمرکز کند.

اولین مسئله منشأ داده‌ها است. شرکت‌ها باید هم درباره داده‌هایی که می‌خواهند جمع‌آوری کنند و هم داده‌هایی که دارند، منشأ را در نظر بگیرند. بسیاری از شرکت‌ها پیوسته داده‌های تاریک جمع می‌کنند. داده‌های تاریک به ندرت استفاده می‌شوند، اغلب فراموش می‌شوند و گاهی حتی ناشناخته‌اند. درباره کاربرد داده‌ها هم باید توجه داشت که در بافت شرکتی، داده‌هایی که برای کاربردی خاص با رضایت نمونه انسانی جمع‌آوری شده‌اند، اغلب بعدتر برای



عصر تراکنش



۳۰۲

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

کاربرد دیگری استفاده می‌شوند که به اطلاع ارائه‌دهندگان داده نرسیده است. در نتیجه شرکت‌ها در بهره‌برداری از داده‌های موجود باید بررسی کنند که آیا کسب رضایت بیشتر نیاز است یا خیر.

مسئله آخری که شرکت‌ها باید به آن توجه داشته باشند آماده‌سازی داده‌ها است. شرکت‌ها باید از خود بپرسند که داده‌ها برای تحلیل چطور آماده می‌شوند؟ صحت و دقت آنها چطور تأیید می‌شود یا اگر نیاز بود، چطور اصلاح می‌شوند؟ مجموعه‌های داده ناکامل و متغیرهای جامانده چطور مدیریت می‌شوند؟ داده‌های جامانده، نادرست و پرت می‌توانند تأثیر چشمگیری روی کیفیت تحلیل آماری بگذارند، اما کیفیت داده‌ها اغلب پایین است.

یکی دیگر از مباحثی که در سال گذشته در حوزه هوش مصنوعی تکرار می‌شد، بحث استفاده از ظرفیت‌های این فناوری در



صنایع گوناگون به ویژه در صنعت فناوری‌های مالی بود. در واقع استفاده از هوش مصنوعی برای جمع‌آوری داده‌های مشتریان و تجزیه و تحلیل آنها به ایده جدید کسب‌وکارها تبدیل شده تا بتوانند سفر مشتری را در هر نقطه تماس برند با مشتری تنظیم کنند.

به عبارت دیگر تصور شرکت‌ها مبنی بر اینکه هوش مصنوعی ابزاری برای خلق فناوری است، از بین رفته و شرکت‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که برای استفاده از پتانسیل‌های هوش مصنوعی و دستیابی به نوآوری باید این فناوری را با یک زمینه تجاری خاص ادغام کنند.

به بیان ساده‌تر وقتی شرکت‌ها روی ادغام منابع و تحول فرایندها متمرکز می‌شوند، آنچه را از هوش مصنوعی می‌خواهند بهتر درک می‌کنند و راحت‌تر هم به آن دست می‌یابند. در این رویکرد، شرکت‌ها داده‌های خود را در نظر می‌گیرند و براساس این داده‌ها فناوری مختص به خود را طراحی می‌کنند و دارای یک دارایی ارزشمند رقابتی می‌شوند. به این ترتیب، سایر بخش‌های مجموعه نیز ملزم به فراهم آوردن داده‌های بیشتر می‌شوند. در این روند به مرور زمان سیستم هوش مصنوعی شرکت را تغذیه و تقویت می‌کند و مسیری پیش روی آن می‌گذارد که به موفقیت منتهی خواهد شد.

باید توجه داشت که هوش مصنوعی فقط ۱۰ درصد ادغام را تشکیل می‌دهد. ۹۰ درصد این فرایندها، آزمایش‌ها و استعدادها هستند. این سه مورد همچون سوخت برای هوش مصنوعی عمل می‌کنند و به بهبود، فعال‌تر شدن و آگاه‌سازی بیشتر این فناوری منجر می‌شوند. در واقع هدف از ادغام هوش مصنوعی شخصی‌سازی است. هوش مصنوعی در حقیقت یک ابزار برای رسیدن به شخصی‌سازی است که ساختار استراتژیک یک شرکت را تشکیل می‌دهد. آنچه 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 شود و بهبود یابد. در شماره هفتاد و ششم عصر تراکنش نگاهی داشتیم

به کتاب «فناوری در سال ۲۰۲۴» هاروارد بیزینس ریویو، این کتاب مجموعه‌ای از بهترین مقالات HBR درباره فناوری‌های پیشرفته، مدل‌های کسب‌وکار و نوآوری‌های جدید است. یکی از فناوری‌هایی که در این کتاب به آن پرداخته شده، وب ۳.۰ است. وب ۳.۰ تغییر چشمگیری در نحوه فعالیت شرکت‌های دیجیتال ایجاد می‌کند. ضمن اینکه توانایی کاربران در جابه‌جایی داده‌هایشان بین پلتفرم‌ها فشارهای رقابتی جدیدی به وجود می‌آورد و به‌روزرسانی استراتژی کسب‌وکار را ضروری می‌کند. همچنین، وب ۳.۰ با مدیریت دارایی‌های دیجیتال در دفاتر کل عمومی و در نتیجه ایجاد شفافیت و اعتبارسنجی بدون اتکا به واسطه، هزینه‌های ایجاد اعتماد نزد کاربر را کاهش می‌دهد. افزون بر این، وب ۳.۰ تشکیل جامعه را برای شرکت‌های جدید آسان‌تر می‌کند و به پلتفرم‌های تثبیت‌شده این امکان را می‌دهد که از طریق شبکه‌های محتوایی مبتنی بر بلاکچین، مالکیت داده‌ها را به کاربران واگذار کنند. به این ترتیب می‌تواند اینترنت ارزشمندتری ایجاد کند. فناوری پیشرفته مهم دیگر برای کسب‌وکارها از دید این کتاب، فناوری هوش مصنوعی مولد است که ناگهان برای بخش گسترده‌تری از جامعه مفید شده است. توانایی تولید لحظه‌ای متن و کد درخواستی به افراد امکان انجام کار بیشتر با سرعتی بیشتر از همیشه را می‌دهد. توانایی هوش مصنوعی مولد در پاسخ‌گویی به بازخورد و اصلاح کار خودش باعث می‌شود پتانسیل چشمگیری برای کار تلفیقی انسان و هوش مصنوعی وجود داشته باشد. متاورس، فناوری دیگری است که در کتاب «فناوری در سال ۲۰۲۴» بررسی شده است. این کتاب معتقد است که جهان دیجیتال را باید مكملي برای جهان فیزیکی دید. شرکت‌ها باید استراتژی‌های مکانی‌شان را طوری تدوین کنند تا از ابرشهرهایی که به مراکز استعداد و نوآوری تبدیل شده‌اند و همچنین از فرصت‌های جدید ناشی از متاورس بیشتر بهره‌برند.

رقابت بر ساختن سوپر اپ در خاورمیانه داغ‌تر شده است، اما این کار مستلزم نگاهی به گذشته و سرگذشت دیگر سوپر اپ‌ها در این منطقه است. کارشناسان معتقدند دلیل غالب نشدن برخی سوپر اپ‌ها، ماندن روی چت، در خاورمیانه درسی آموزنده برای کسانی است که قصد دارند سوپر اپ راه‌اندازی کنند. به اعتقاد آنها چون فضای پیام‌رسانی به سرعت تغییر می‌کند، پلتفرم‌های پیام‌رسان برای موفق شدن باید با نیازها و ترجیحات کاربران همخوانی داشته باشند. وی چت یک شاهراه برای ارتباطات اجتماعی و حرفه‌ای محسوب می‌شود که به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی مردم تبدیل شده است. وی چت اکنون با رقم تحسین‌برانگیز ۱.۳۰۹ میلیارد کاربر فعال ماهانه پنجمین اپ پرکاربر رسانه‌های اجتماعی جهان است. هرچند بیشتر کاربران وی چت چینی هستند، این پلتفرم در کشورهای دیگر مثل ایالات متحده، اندونزی، ویتنام و مالزی نیز کاربر دارد که ایالات متحده بیشترین کاربر را در میان این کشورها دارد، اما چرا بر خلاف کل جهان، وی چت در خاورمیانه غالب نیست؟

وی چت در زمان ورود با چالش‌هایی مثل استفاده محدود، نیاز به استفاده از وی‌پی‌ان‌ها، ممنوعیت‌ها و نگرانی‌ها درباره شهرت چین به سوءمدیریت داده‌ها روبه‌رو بود. همچنین عوامل رگولاتوری در خاورمیانه، مثل رگولیشن‌های رسانه‌های اجتماعی، حریم خصوصی داده، محدودیت‌های محتوا و تماس‌های اینترنتی می‌توانند برای شرکت‌هایی مثل وی چت مشکل تطبیق ایجاد کنند. به علاوه، یکی از دلایل اصلی غیبت وی چت در بازار خاورمیانه نگاه مصرف‌کنندگان خاورمیانه‌ای به این پیام‌رسان است. مصرف‌کننده عادی در خاورمیانه وی چت را نه «سوپر اپ» یا سیستم عامل، عنوانی که وی چت در چین و آسیا برای خودش تبلیغ می‌کند، بلکه اپی ارتباطی و رقابتی برای واتساپ می‌بیند. افزون بر این عوامل فرهنگی و اجتماعی نیز احتمالاً بر تصمیم وی چت درباره گسترش در خاورمیانه تأثیر گذاشته‌اند. اغلب مردم خاورمیانه بیشتر رسانه‌ها و سرگرمی‌های اروپایی و آمریکایی را مصرف می‌کنند. اساساً ارزش سوپر اپ در توانایی آنها در عمل کردن به‌عنوان مرکزی برای همه نیازهای مصرف‌کننده است. کاربران برای بهره‌بردن از این قابلیت باید بتوانند در اپ چت، هم خرید کنند و هم از خدمات بهره‌گیرند و مهم‌تر از همه در آن تراکنش مالی انجام دهند یا پول نگهداری کنند، اما خاورمیانه در پذیرش کامل مفهوم سوپر اپ با مانع بزرگی روبه‌رو است؛ نبود چهارچوبی مستحکم برای تراکنش‌ها و فعالیت‌های مالی در این اپ‌ها. در واقع شرکت‌هایی می‌توانند در این فضا موفق شوند که تجربه‌ای روان و یکپارچه در خدمات و کانال‌های مختلف ارائه دهند و درک بهتری از نیازهای مصرف‌کنندگان این منطقه داشته

سودای سوپر اپ در سر خاورمیانه‌ای‌ها

باشند. افزون بر این، سوپر اپ‌های موفق در سطح جهان با دولت‌ها مشارکت می‌کنند و در مواجهه با چالش‌های رگولاتوری و تطبیق با ذی‌نفعان، از جمله دولت‌ها، ارتباطاتی قوی می‌سازند؛ این ارتباط در عبور از موانع و ایجاد اعتماد نزد کاربر کلیدی است. از طرف دیگر تأمین امنیت تراکنش‌های کاربران اهمیت بسیار زیادی برای سوپر اپ‌ها دارد. مسئله دیگر جلب اعتماد سرمایه‌گذاران است که وی چت به دلیل تبعیت از قوانین حریم خصوصی داده‌چین نتوانست در این امر موفق باشد. در نتیجه، کسانی که قصد راه‌اندازی سوپر اپ را در فضای اکوسیستم خاورمیانه دارند باید بدانند برای موفق شدن باید اعتماد سرمایه‌گذاران، رگولاتورها، دولت و عموم مردم را به دست آورند.

همان‌طور که در ابتدا اشاره شد مجله تایم از سال ۱۹۶۰ در انتخاب شخصیت سال خود نگاه ویژه‌ای به فعالان حوزه فناوری داشته است. چنانچه تایم در سال ۲۰۲۳، سم آلتمن، مدیرعامل OpenAI و

سازنده چت جی‌پی‌تی را مدیر سال معرفی کرد. دقیقاً این انتخاب در راستای سیاست تایم بود و نشان از پیروزی علم و فناوری داشت. آلتمن، شخصیت و رهبر برجسته هوش مصنوعی، در تمام صنایع و حوزه‌ها تحول آفرید.

شاید پرفراز و فرودترین سالی که یک فرد می‌تواند تجربه کند سال ۲۰۲۳ بود، آن هم برای سم آلتمن. او هم‌بنیان‌گذار OpenAI است و در سال ۲۰۱۹ مدیرعامل این شرکت شد. این رهبر برجسته صنعت هوش مصنوعی و سازنده چت جی‌پی‌تی از شرکت OpenAI برکنار شد و پس از اعتراض و مخالفت سرمایه‌گذاران و کارکنان، به این شرکت بازگشت. تمام این اتفاقات طی پنج روز رخ دادند. هیئت‌مدیره OpenAI روز جمعه هفدهم نوامبر به‌طور ناگهانی تصمیم گرفت که سم آلتمن، مدیرعامل این شرکت را اخراج کند. هیئت‌مدیره اعلام کرد که سم آلتمن در ارتباط خود با هیئت‌مدیره صادق نبوده و این عدم صداقت مانع هیئت‌مدیره در انجام مسئولیت‌هایش شده است.

به گفته مدیران OpenAI، هیئت‌مدیره دلایل اخراج آلتمن را حتی در روزهای پس از خروج او هم مشخص نکرد. پس از اخراج آلتمن، تقریباً همه کارکنان OpenAI نامه‌ای تنظیم کردند و خواستار بازگشت او شدند. آنها تهدید کردند در صورت عدم بازگشت آلتمن، شرکت را ترک می‌کنند و به مایکروسافت می‌پیوندند. البته نقش مایکروسافت را نیز در بازگشت آلتمن نباید نادیده گرفت. مایکروسافت، بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار OpenAI، بعد از این اتفاق اعلام کرد که آلتمن را برای رهبری تحقیقات هوش مصنوعی به همراه رئیس سابق OpenAI، گرگ براکمن، استخدام کرده است. به هر حال آلتمن به‌صندلی مدیریت خود بازگشت و احتمالاً از این به بعد نگاه‌های بیشتری به او معطوف خواهد بود، اما آلتمن همچنان یکی از معماران اصلی فناوری بالقوه تحول آفرین و ساختار شکن هوش مصنوعی باقی خواهد ماند

سال سم آلتمن

ممبر تراکنش

جهان

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم شماره هفتاد و نهم



منتخب‌های
۱۴۰۲ ماهنامه
عصر تراکنش

راه‌نما



چهارمین سالی است که ماهنامه عصر تراکنش در بخش‌های گوناگون دست به انتخاب می‌زند و در ویژه‌نامه پایان سال خود فهرستی از منتخب‌هایش در طول یک سال را معرفی می‌کند. امسال نیز بر مبنای معرفی‌هایی که در طول سال ۱۴۰۲ در بخش‌های مختلف «مدیران»، «آپ‌ها» و «محصول» عصر تراکنش در هر شماره داشتیم، تأثیرگذارترین چهره‌ها و کسب‌وکارها و برترین اپلیکیشن‌ها و سرویس‌های مالی کشور را در ۲۲ دسته «زن فعال در صنایع مالی»، «مدیرعامل بانک»، «مدیرعامل شرکت بیمه‌ای»، «مدیرعامل کارگزاری بورس»، «مدیرعامل شرکت PSP»، «مدیرعامل شرکت لندتکی»، «مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک»، «مدیر منابع انسانی»، «مدیر روابط عمومی»، «اپلیکیشن شرکت‌های PSP»، «اپلیکیشن بانک‌های کشور»، «اپلیکیشن تحلیل بازار سرمایه»، «شرکت رگ‌تک»، «شرکت فعال در حوزه بانکداری باز»، «شرکت لندتکی»، «صرافی رمزارز»، «اپلیکیشن ارائه‌دهنده خدمات کش‌بک»، «شرکت فعال در حوزه KYC»، «نئوبانک»، «اپلیکیشن مدیریت امور مالی»، «اپلیکیشن مقایسه و فروش آنلاین بیمه» و «سخت‌افزار بانکی و پرداخت» معرفی کردیم. انتخاب هر یک از این منتخب‌ها براساس تأثیرگذاری و حضور پررنگی است که در صنعت فناوری‌های مالی کشور در یک سال گذشته داشتند. علاوه بر این، در صفحات پیش‌رو مروری داشتیم بر کتاب‌ها و مجلاتی که در طول یک سال گذشته معرفی کردیم.



نسیم بنایی
مترجم

عصر تراکنش



۳۰۶

ASAETRAKHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

مروری بر مجله های معتبر فناوری های مالی دنیا که در یک سال گذشته به بررسی آنها پرداختیم

از دنیا چه خبر؟

«دکه» یکی از بخش های ثابت و همیشگی ماهنامه عصر تراکنش است که در آن هر ماه به سراغ شش مجله معتبر حوزه فناوری های مالی در دنیا می رویم و آخرین شماره های آنها را بررسی می کنیم. برای عصر تراکنش موضوعاتی که در این مجله ها بررسی می شوند و افرادی که در آنها حضور دارند، مهم است و به همین دلیل به صورت مستمر در هر شماره مروری بر مطالب این مجلات داریم. وجود نشریات معتبری که سالیان سال است با کیفیت و به صورت تخصصی منتشر می شوند، به خوبی نشان می دهد که برخلاف تصور عموم که نشریات چاپی دیگر رونقی ندارند، آنها همچنان مخاطبان خاص خود را دارند. از جمله مجلاتی که عصر تراکنش سعی می کند هر ماه به سراغشان رود، می توان به تایم، اکونومیست، بارونز، بلومبرگ بیزینس ویک، فین تک، آمریکن بنکر، هاروارد بیزینس ریویو، فوربس، فست کمپانی، فورچون، بنکینگ تکنولوژی، نیوزویک، گاردین، وایرد، ام آی تی تکنولوژی ریویو و... اشاره کرد. در بسیاری از موارد برخی از مطالب این نشریات را در بخش «جهان» عصر تراکنش نیز ترجمه و چاپ می کنیم. بخش «دکه» عصر تراکنش در تلاش است تا مدیران صنعت فناوری های مالی کشور را از آخرین موضوعات و روندهایی که در دنیا به آنها پرداخته می شود، باخبر کند. به بهانه پایان سال، نگاهی کوتاه انداختیم به نشریاتی که در یک سال گذشته در عصر تراکنش آنها را معرفی کردیم.



**بلومبرگ
بیزینس ویک
مارس ۲۰۲۳**

بانک محبوب سیلیکون ولی دچار ورشکستگی شد و تمام پول‌هایی که سرمایه‌گذاران استارت‌آپ‌ها در آن ذخیره کرده بودند، دود هوا شد. این بانک چهل ساله به جامعه استارت‌آپی‌ها کمک می‌کرد پول خود را پس انداز کنند و به آنها وام می‌پرداخت. اما این بانک ناگهان با کمبود دویست میلیارد دلاری روبه‌رو شد و همین مسئله جرقه بحران را زد. به دنبال همین اتفاق بود که تحلیلگران نسبت به وضعیت نظام بانکی در آمریکا ابراز نگرانی کردند و گفتند این ماجرا می‌تواند سرآغاز یک سلسله‌ورشکستگی‌های بانکی در آمریکا باشد. البته اکنون به نظر می‌رسد که با اقدامات و سیاست‌های فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا، نظام بانکی این کشور از این بحران عبور کرده است.

اما اتفاقی که برای این بانک رخ داد، تمامی فعالان کسب‌وکارهای آنلاین در سیلیکون ولی را به وحشت انداخت. از آنجا که بانک سیلیکون ولی یکی از کلیدی‌ترین بانک‌ها در زمینه تأمین اعتبار و وام‌دهی به استارت‌آپ‌های فعال در سیلیکون ولی بود، بلمبرگ بیزینس ویک به این مسئله پرداخته که سقوط این بانک چطور روی وضعیت استارت‌آپ‌ها اثر گذاشته است.



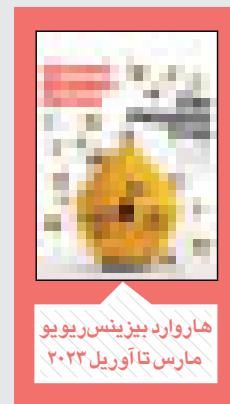
اکنونومیست
۱۸ مارس ۲۰۲۳



فین‌تک
آوریل ۲۰۲۳



فورچون
آوریل تا می ۲۰۲۳



هاروارد بیزینس ریویو
مارس تا آوریل ۲۰۲۳



بارونز
۲۰ مارس ۲۰۲۳

عمر تراکتس

دکمه

۳۰۷

اسفند ۱۴۰۳

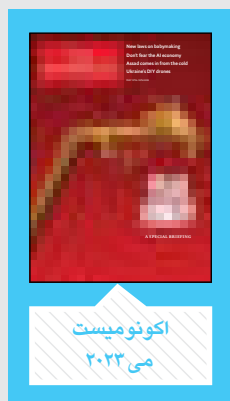
سال هفتم
شماره هفتادونهم

**فین‌تک
می ۲۰۲۳**

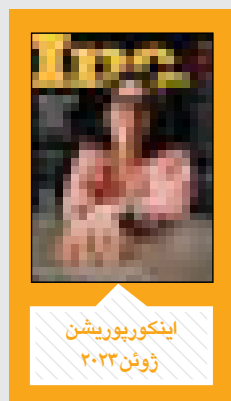
تحولات عرصه فناوری، به تغییرات بزرگی در بخش فین‌تک منجر شده است. مجله فین‌تک به همین تغییرات در بخش فناوری مالی پرداخته است. در مقاله‌ای به قلم سردبیر این نشریه، گفته شده که فناوری‌های جدید می‌توانند جبهه جدیدی برای بانک‌ها خلق کنند. یکی از مسائل جالب توجه این است که اکثر افراد فعال در عرصه فین‌تک و فناوری مالی، عمدتاً نسبت به فناوری بی‌حس می‌شوند. به عبارت ساده‌تر، آنها به قدری با فناوری در ارتباط هستند که دیگر آن را نمی‌بینند یا احساسش نمی‌کنند. به همین خاطر است که جدیدترین تحولات معمولاً از چشمشان دور می‌ماند. این همان چیزی است که مجله فین‌تک تلاش کرده به آن بپردازد. برای مثال صنعت فناوری مالی، فراموش کرده که چه پتانسیل‌هایی در صنعت بازی وجود دارد و چطور می‌توان از مسیر بازی‌سازی، به بهبود خدمات فناوری مالی کمک کرد. این فناوری کمک می‌کند حتی به دورافتاده‌ترین افراد در روستاها دسترسی پیدا کنیم.



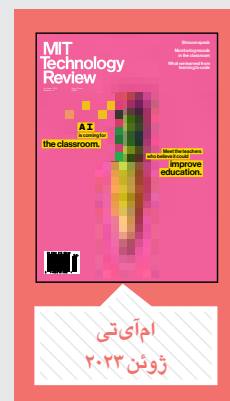
بنکیگ تکنولوژی
می ۲۰۲۳



اکنونومیست
می ۲۰۲۳



اینکوریوریشن
ژوئن ۲۰۲۳



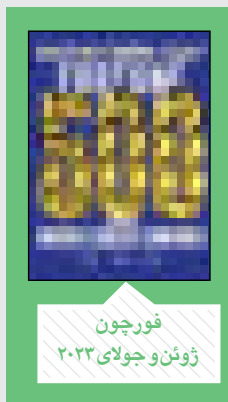
ام‌آی‌تی
ژوئن ۲۰۲۳



آمریکن بانکر
می ۲۰۲۳

اصلی ترین سوژه‌ای که نشریه فوربس در این شماره خود به آن پرداخته «زنان» است؛ البته آن دسته از زنانی که در آمریکا زندگی می‌کنند و به شکلی خودساخته توانسته‌اند به ثروت برسند. در میان این زنان؛ مدیران عامل، کارآفرینان و هنرمندان به چشم می‌خورد. فوربس به نام ۱۰۰ زنی اشاره کرده که در آمریکا به‌عنوان زنان ثروتمند خودساخته شناخته می‌شوند و توانسته‌اند علاوه بر تولید ثروت، برای دیگران هم درآمدزایی کنند. طبق گزارش فوربس مجموع ارزش ثروت این زنان در آمریکا بیش از ۱۲۴ میلیارد دلار برآورد شده است. این رقم در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال گذشته رشد ۱۲ درصدی داشته که بسیار قابل توجه است. «دایان ماری هندریکس» برای ششمین سال متوالی، رتبه نخست را در این زمینه به خود اختصاص داده است. این زن تاجر که در زمینه تهیه کنندگی فیلم هم فعالیت دارد، در ویسکانسین به دنیا آمده و اکنون نیز همان جا مشغول به کار است. هندریکس دختر یک مزرعه‌دار است که توانسته از کارگری به کارآفرینی دست پیدا کند.

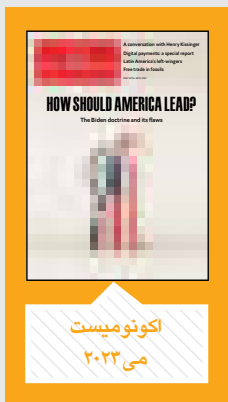
فوربس
جولای ۲۰۲۳



فورچون
ژوئن و جولای ۲۰۲۳



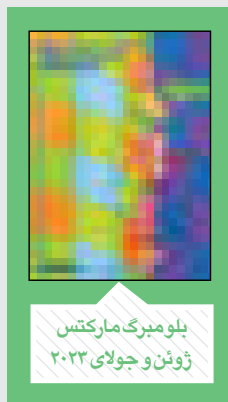
کیپلینگز
جولای ۲۰۲۳



اکونومیست
می ۲۰۲۳



آمریکن بنکر
ژوئن ۲۰۲۳



بلومبرگ مارکتس
ژوئن و جولای ۲۰۲۳

همراه‌کنش



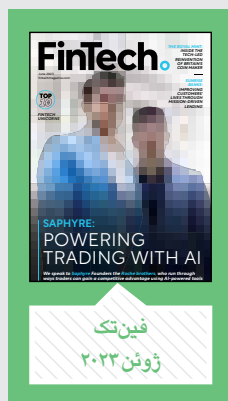
۳۰۸

ASAE TAAHONESH.IR

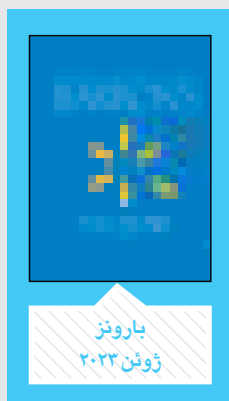
ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

مجله اکونومیست در یکی از شماره‌های تابستانی خود به مقوله هوش مصنوعی در کشور بریتانیا پرداخته است. «ریشی سوناک»، نخست‌وزیر این کشور به استقبال هوش مصنوعی رفته و برنامه‌هایی برای بریتانیایی‌ها دارد که با هوش مصنوعی به مرحله اجرا درمی‌آید. اکونومیست می‌گوید طبق برنامه‌های سوناک، البته اگر همه چیز خوب پیش برود، بریتانیا تا سال ۲۰۳۰ به یکی از ابرقدرت‌ها در زمینه هوش مصنوعی تبدیل خواهد شد. نخست‌وزیر بریتانیا به دنبال بهره‌گیری از فرصت‌هایی است که هوش مصنوعی در اختیارمان می‌گذارد. اقدامات او از همین حالا جنب و جوشی را در میان سرمایه‌گذاران ایجاد کرده است. در واقع همه سعی دارند از این فرصت بهره بگیرند. آنچه سوناک دنبال می‌کند، در وهله نخست، افزایش بهره‌وری از مسیر هوش مصنوعی است. هوش مصنوعی قابلیت‌های ویژه‌ای دارد که می‌تواند شرایط زندگی برای انسان‌ها را متحول کند. بر اساس گزارش اکونومیست، برخی اقداماتی که سوناک برای بریتانیا در نظر گرفته، نفس‌گیر است و می‌تواند با چالش‌های بسیاری همراه شود.

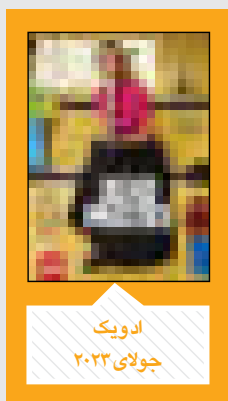
اکونومیست
ژوئن ۲۰۲۳



فین‌تک
ژوئن ۲۰۲۳



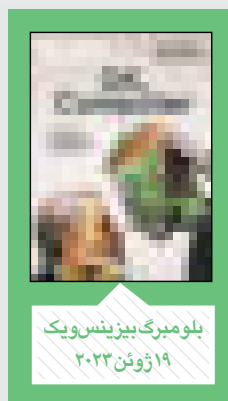
بارونز
ژوئن ۲۰۲۳



ادویک
جولای ۲۰۲۳



بنکینگ تکنولوژی
ژوئن ۲۰۲۳



بلومبرگ بیزینس ویک
۱۹ ژوئن ۲۰۲۳

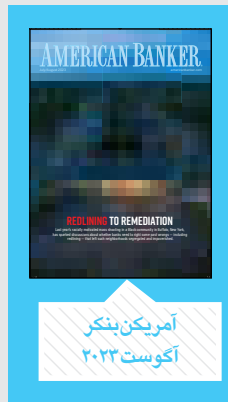


فورچون
سپتامبر ۲۰۲۳

این روزها کشورهای توسعه یافته جهان از جمله چین و آمریکا بر سر هوش مصنوعی با هم رقابت می کنند و قرار است در ادامه این رقابت ها، میزان رفاه در زندگی انسان ها افزایش پیدا کند. شرکت های بزرگ و مطرح چینی، تمرکز خود را روی هوش مصنوعی گذاشته اند و سعی دارند از طریق سرمایه گذاری در این عرصه، پیشرفتی در آن حاصل کنند. موفقیت هایی که چت جی پی تی داشته، غول های فناوری در چین را متعجب کرده و آنها را واداشته که به این میدان رقابتی هم ورود کنند. بحث در مورد چت جی پی تی، فراتر از بحث درباره یک ربات پاسخ گو است. در واقع این ربات، از هوشی فراتر از هوش انسان ها برخوردار است و به همین دلیل می تواند به بسیاری از پرسش ها، پاسخ هایی فراتر از انتظار بدهد. در حال حاضر، هوش مصنوعی به یک ابزار برای جنگ میان چین و آمریکا تبدیل شده است. خیزش چت جی پی تی در جهان و به طور ویژه در چین، جزء اصلی ترین موضوعات مجله فورچون است.



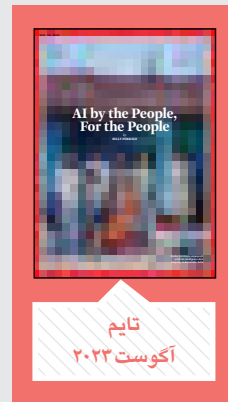
فین تک
اکتوس ۲۰۲۳



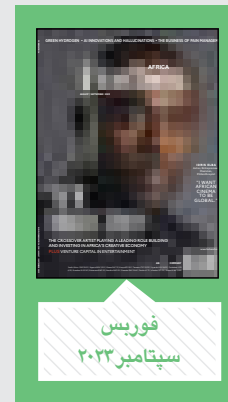
آمریکن بنکر
اکتوس ۲۰۲۳



فست کمپانی
سپتامبر ۲۰۲۳



تایم
اکتوس ۲۰۲۳



فوربس
سپتامبر ۲۰۲۳

عمر تراکتس

دکمه

۳۰۹

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

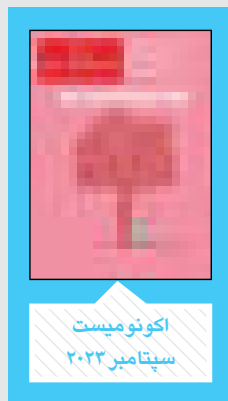


ام آی تی
اسلون
پاییز ۲۰۲۳

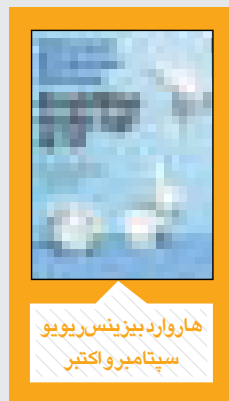
هر سازمانی در دنیای امروز، آینده خود را از طریق نوآوری می سازد؛ فرقی نمی کند این سازمان کوچک باشد یا بزرگ، اگر شاهد حضور عنصر نوآوری در آن باشیم، می توانیم به آینده اش دل ببندیم، در صورت غیاب نوآوری، خبری از پیشرفت و آینده هم نخواهد بود. گاهی نوآوری صرفاً برای یافتن بهترین و خلاقانه ترین راه ها جهت بهبود انجام و اجرای امور است، گاهی هم در مسیر یافتن راه هایی برای بهترین واکنش و پاسخ گویی به نیازهای مشتری و گاهی هم نوآوری در جهت ایجاد مدل هایی خواهد بود که به طراحی محصولات مؤثرتر ختم می شود. سازمان ها باید به گونه ای چرخه نوآوری را به اجرا در آورند که به کمک آن بتوانند ارزش آفرینی کنند. بسیاری از مواقع، افرادی که نوآوری را آغاز کرده اند، نمی دانسته اند که اقدام شان به موفقیت ختم خواهد شد یا خیر؛ با این حال، این طور قضاوت کرده اند که این اقدام نوآورانه با اقبال مشتری روبه رو خواهد شد. مجله ام آی تی اسلون گزارشی ویژه در زمینه نظام نوآوری فراهم کرده و به این مقوله پرداخته که کسب و کارها چطور می توانند نوآوری را در امور خود به اجرا در آورند.



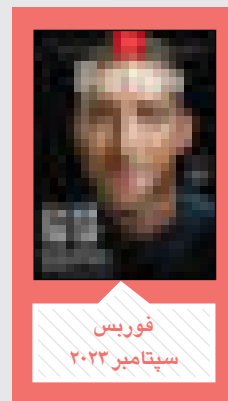
آمریکن بنکر
سپتامبر ۲۰۲۳



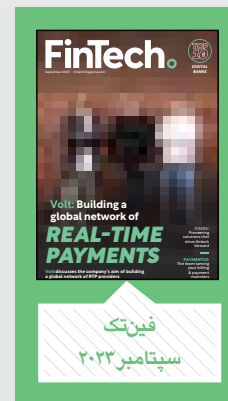
اکونومیست
سپتامبر ۲۰۲۳



هاروارد بیزینس ریویو
سپتامبر و اکتبر



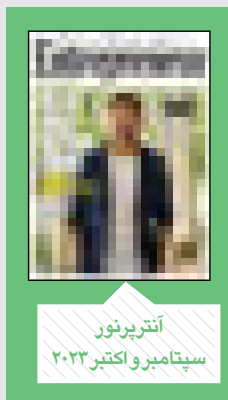
فوربس
سپتامبر ۲۰۲۳



فین تک
سپتامبر ۲۰۲۳

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

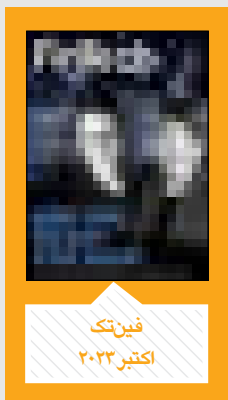
تایم
اکتبر ۲۰۲۳



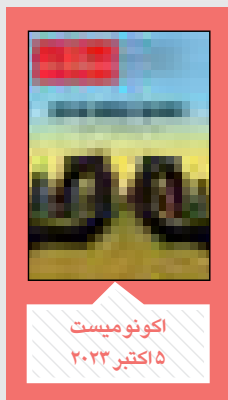
آنترپرنور
سپتامبر و اکتبر ۲۰۲۳



کیپلینگز
نوامبر ۲۰۲۳



فین تک
اکتبر ۲۰۲۳



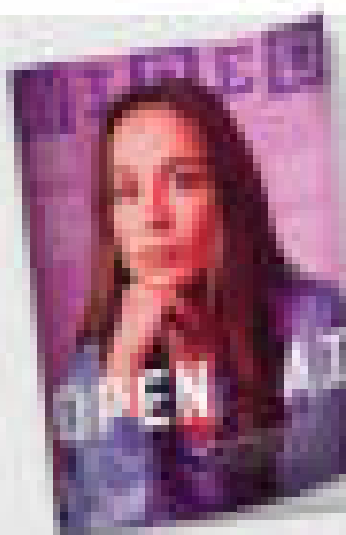
اکنون میست
۵ اکتبر ۲۰۲۳



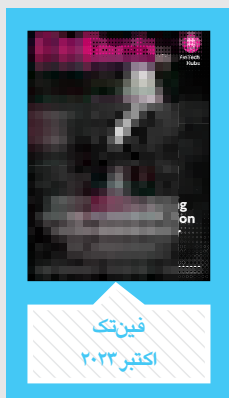
فورچون
سپتامبر و اکتبر ۲۰۲۳

مجله وایرد در آخرین شماره خود تصویر میرا موراتی، مهندس آلبانیایی الاصل ساکن آمریکا، را روی جلد خود قرار داده است. اهالی دنیای هوش مصنوعی همگی این چهره را می‌شناسند، کسی که در حال حاضر با «Open AI» شناخته می‌شود و مدیریت این شرکت را بر عهده دارد. Open AI در حقیقت یک شرکت پژوهشی غیرانتفاعی هوش مصنوعی آمریکایی است که یک هدف ویژه را دنبال می‌کند: هوش مصنوعی دوستانه. این شکل از هوش مصنوعی هدفش خدمت به بشریت است. یکی از موضوعاتی که مجله وایرد به آن پرداخته، تغییراتی است که هوش مصنوعی در آینده‌ای نه‌چندان دور در دنیای پیرامون انسان‌ها ایجاد خواهد کرد. طبق گفت‌وگویی که مجله وایرد با اعضای شرکت Open AI داشته، آنها در تلاش‌اند به کمک هوش مصنوعی، مشکلات بشری را حل کنند. یکی از آنها می‌گوید: «در حال حاضر بسیاری از افراد تصور می‌کنند دسترسی به هوش مصنوعی همان رؤیای بزرگ است، اما برای ما رؤیای بزرگ این است که به کمک این هوش مصنوعی و مجازی، مشکلات انسان‌ها را حل کنیم.»

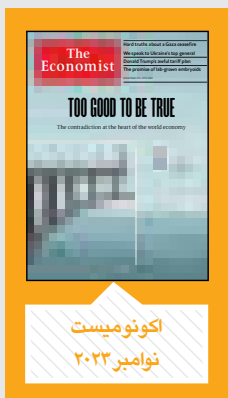
وایرد
دسامبر ۲۰۲۳



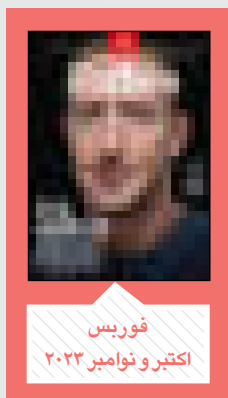
هاروارد بیزینس ریویو
نوامبر-دسامبر ۲۰۲۳



فین تک
اکتبر ۲۰۲۳



اکنون میست
نوامبر ۲۰۲۳

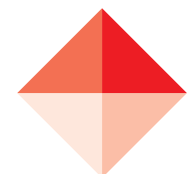


فوربس
اکتبر و نوامبر ۲۰۲۳



آنترپرنور
نوامبر ۲۰۲۳

مهرتراکتس



۳۱۰

ASARETAARAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

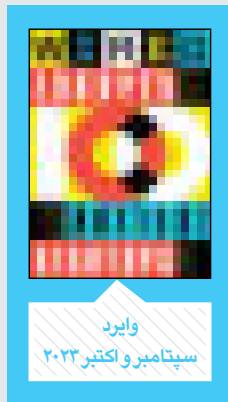
فورچون
ژانویه ۲۰۲۴



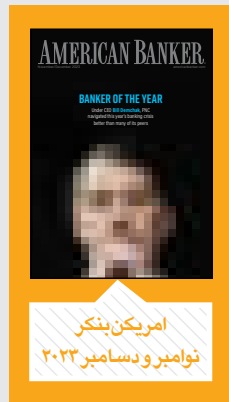
جاشوا کوشنر، سرمایه‌دار و کارآفرین، چطور توانست به ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار دست پیدا کند؟ این پرسشی است که نشریه فورچون سعی کرده از طریق گفت‌وگو با این کارآفرین موفق به آن پاسخ دهد. کوشنر با سرمایه‌گذاری‌هایی که روی شرکت‌هایی نظیر اینستاگرام، استریپ و اوپن‌ای‌آی داشت، توانست به یک میلیارد بزرگ در جهان تبدیل شود. نشریه فورچون پیش از آنکه به این شخصیت بپردازد از جان کالیسان گفته، کسی که در سال ۲۰۱۰ به کمک برادرش استارت‌آپی را راه‌اندازی کرد که یکی از بزرگ‌ترین و مطرح‌ترین استارت‌آپ‌های آمریکا شناخته می‌شد. با این حال شرکت او با نام «استریپ» که در عرصه خدمات مالی و نرم‌افزار فعالیت می‌کند، در دوران همه‌گیری کرونا دچار بحران‌هایی شد که بعداً با بالا رفتن تورم در آمریکا، تشدید هم شد. به این ترتیب شرایطی بحرانی داشت و می‌دانست که هر لحظه امکان دارد دچار بحران و ورشکستگی شود و دقیقاً در همین شرایط بود که با کوشنر آشنا شد. اصلی‌ترین توصیه کوشنر به سرمایه‌گذاران این است که به کسب‌وکار خود وفادار بمانند و برای سر پا ماندن آن، تمام تلاششان را بکنند.



بارونز
دسامبر ۲۰۲۳



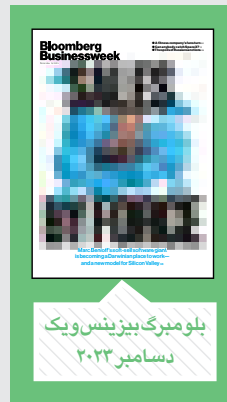
وایرد
سپتامبر و اکتبر ۲۰۲۳



امریکن بانکر
نوامبر و دسامبر ۲۰۲۳



فین تک
دسامبر ۲۰۲۳



بلومبرگ بیزینس ویک
دسامبر ۲۰۲۳

عمر تراکتس

دکمه

۳۱۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

هاروارد
بیزینس ریویو
ژانویه ۲۰۲۴



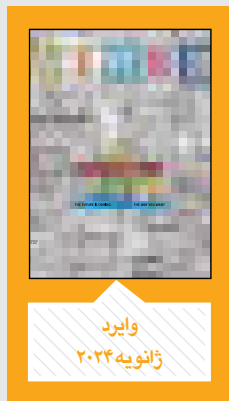
هوش مصنوعی وارد همه جنبه‌ها و ابعاد زندگی انسان‌ها شده و تلاش می‌کند جای آنها را بگیرد؛ با این حال اخیراً نشریه هاروارد بیزینس ریویو با همان اچ‌بی‌آر در مقاله‌ای توضیح داده که جای مدیران و رهبران خوب را هیچ شکلی از هوش مصنوعی نمی‌تواند بگیرد. واقعیت این است که هوش مصنوعی در بسیاری از جنبه‌های مختلف زندگی از انسان‌ها پیشی گرفته و می‌تواند با هزینه کمتر و در زمانی کوتاه‌تر، کار آنها را به بهترین شکل یا با کیفیتی مطلوب به انجام برساند. البته مدیران می‌توانند برای بهبود کیفیت مدیریت خود، از هوش مصنوعی بهره بگیرند، برای مثال می‌توانند به کمک آن، داده‌های مربوط به کارکنان را به بهترین شکل تجزیه و تحلیل کنند، اما قرار نیست مسئولیت کارشان را یک ربات برعهده بگیرد، این مسئولیت کاملاً انسانی است و یک انسان در نهایت بهتر از یک ربات می‌تواند از عهده آن برآید. یکی از مقولات جالب که نشریه اچ‌بی‌آر به آن پرداخته، بحث رد پای کربنی هوش مصنوعی است که احتمالاً هنوز نظر رسانه‌ها و فعالان زیست‌محیطی را جلب نکرده است.



اکنومیسیت
ژانویه ۲۰۲۴



ام‌آی‌تی
ژانویه و فوریه ۲۰۲۴



وایرد
ژانویه ۲۰۲۴



بلومبرگ بیزینس ویک
ژانویه ۲۰۲۴



فین تک
ژانویه ۲۰۲۴

نگاهی به کتاب‌هایی که در یک سال گذشته در عصر تراکنش معرفی کردیم

فرا ترازفین تک برای مدیران

«کتاب»، یکی از بخش‌های ثابت ماهنامه عصر تراکنش است و هر ماه حداقل چهار کتاب با موضوعات فناوری‌های مالی، اقتصاد نوآوری و اقتصاد دیجیتال معرفی می‌کنیم؛ چه کتاب‌هایی که در کشور ترجمه شده‌اند و چه آنهایی که هنوز ترجمه نشده‌اند، ولی کتاب‌های مهمی‌اند. در سال ۱۴۰۲ بیش از پنجاه کتاب را در ماهنامه عصر تراکنش معرفی کرده‌ایم؛ کتاب‌هایی که به نظر ما خواندن آنها می‌تواند به فعالان، متخصصان و علاقه‌مندان حوزه فناوری‌های مالی در درک مفاهیم، فناوری‌ها و تحولات جدید صنایع مالی کمک کند. از آنجا که هیچ‌کدام از ابزارهای ارتباطی جدید و سنتی توان بالای کتاب در آموزش را ندارند، کتاب بهترین ابزار خلق شده برای انتقال مفاهیم است و به همین دلیل «معرفی کتاب» برای عصر تراکنش موضوعی مهم است. در معرفی کتاب‌ها نیز تلاش می‌کنیم سلیقه به خرج دهیم و تا حد ممکن آنهایی را معرفی کنیم که می‌دانیم خواندنشان برای مدیران فناوری‌های مالی کشور می‌تواند مفید باشد. به دلیل اهمیت این کتاب‌ها، بر آن شدیم تا در شماره ویژه‌نامه پایان سال نیز نگاهی گذرا به آنها داشته باشیم.



عصر تراکنش



۳۱۲

ASAEETRAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



راهنمای تصویربرداری فریلنسری

- نویسندگان: ماربا استویان، هیتز پری
- مترجم: محمدرضا قلعه‌نوی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۱



حکمرانی دیجیتال

- نویسندگان: استفان دانیلز، جرمی سوئیگن گرین
- مترجمان: حسین خسروپور، مژگان شوندی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۱



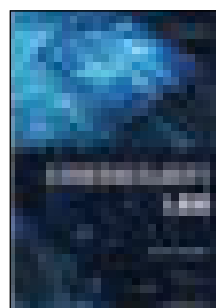
اینترنت آینده

- نویسنده: برنارد مار
- ناشر: وایلی
- سال انتشار: ۲۰۲۳



آینده در اشتراک است

- نویسندگان: تین زو، گیب وایزرت
- مترجم: محمد رهبان
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۱



قوانین امنیت سایبری

- نویسنده: جف کاسف
- ناشر: وایلی
- سال انتشار: ۲۰۲۲



پول‌ها برابریه دست نمی‌آیند

- نویسندگان: دیوید اس اسپرنگ، پاتریشا ام اوکانل
- ناشر: وایلی
- سال انتشار: ۲۰۲۳

زیکونومی

کتاب «زیکونومی» در ۲۹۸ صفحه می‌کوشد تا ما را با نسل زد و دنیای او آشنا کند و به این چهار پرسش پاسخ دهد که نسل زد چه کسانی هستند؟ چه روشی برای بازاریابی و فروش در آنها مؤثر است؟ برای استخدام، نگهداری و به‌کارگیری آنها به‌عنوان کارمند چه باید کرد؟ چگونه نسل زد آینده کسب‌وکار ما را دستخوش تحول می‌کند؟ این کتاب بر اساس تحقیقات گسترده و آموخته‌های بیش از شصت پروژه مطالعاتی و تعامل و همکاری با پانصد شرکت در سراسر جهان نوشته شده است. بخش اول کتاب که دربرگیرنده پنج فصل است، به بررسی ساختار نسل زد، بازتعریف مفهوم نسل و وقایع و ویژگی‌های این نسل و منابع مالی که دارند، می‌پردازد. بخش دوم کتاب نیز در فصول مختلف به توقعات نسل زد از برندها، سبک زندگی و سلیقه مصرفی‌شان، چگونگی جلب وفاداری و تعلق خاطر آنها به‌عنوان مصرف‌کنندگان اصلی جهان و در نهایت نحوه اشتغال آنان و توانمندی‌هایشان در بلندمدت می‌پردازد. مترجمان این کتاب بر این باورند که کتاب زیکونومی می‌تواند به‌عنوان یک مرجع به بسیاری از سؤالات مربوط به نسل زد پاسخ دهد و به ما در شناخت و پیش‌بینی رفتار نسل‌ها کمک کند. به نظر آنها هرگونه تحلیل اقتصادی-فناوری بدون در نظر گرفتن عاملیت نسل‌ها بی‌ارزش است و مطالعات نسلی می‌تواند تکمیل‌کننده تحلیل‌های دیگر باشد.

- نویسندگان: جیسون دورسی، دنیس ویلا
- مترجمان: مهدی دریایی، عباس خمسه
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۱



عصر تراکتس

کتاب

۳۱۳

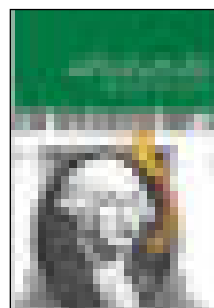
اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم



مبانی متاورس

- نویسندگان: کوهر بسون تری و اسکات کینی
- مترجم: مرتضی حمزه سرکانی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۱



پایان عصر کیمیاگری

- نویسنده: مروین کینگ
- مترجم: علی حبیبی
- ناشر: دنیای اقتصاد
- سال انتشار: ۱۳۹۷



چت جی‌پی‌تی برای تازه‌کارها

- نویسنده: پم بیکر
- ناشر: وایلی
- سال انتشار: ۲۰۲۳



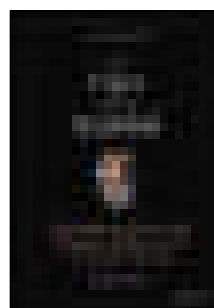
کسب‌وکار نوین مشاوره

- نویسنده: الین بیک
- مترجمان: محمدرضا قلعه‌نوی و سعید چراغعلی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۱



مسئله پول نیست

- نویسنده: اسکارلت کاکران
- ناشر: آوری
- سال انتشار: ۲۰۲۳



ببرو خرگوش

- نویسنده: سندی کارتر
- ناشر: وایلی
- سال انتشار: ۲۰۲۳

SBF

سال گذشته مملو از اتفاقات بزرگ در دنیای کریپتوها و رمزارزها بود. اما از این اتفاقات چه می‌دانیم؟ «بردی دیل» در کتاب خود با عنوان «SBF» تلاش کرده به ماجرای ورشکستگی صرافی رمزارزی اف تی ایکس بپردازد. او همچنین به مهم‌ترین شخصیت رمزارزی سال گذشته یعنی سم بنکمن فرید پرداخته و عنوان کتاب هم در حقیقت حروف اول نام همین شخص است. اما بنکمن فرید کیست؟ علاقه‌مندان به دنیای رمزارز کاملاً با او آشنا هستند. او که با عنوان SBF شناخته می‌شود، کارآفرین و سرمایه‌گذاری است که در سال گذشته به دلیل ورشکستگی، ناچار به استعفا از اف تی ایکس شد. این کارآفرین در عرض یک روز از میلیاردی به میلیون تبدیل شد. اما از زندگی او دقیقاً چه می‌دانیم؟ این همان پرسشی است که نویسنده کتاب SBF تلاش کرده به آن پاسخ دهد. نویسنده کتاب به رشد انفجاری و ناگهانی صرافی اف تی ایکس اشاره کرده و توضیح داده که این صرافی با چه شرکت‌هایی در ارتباط بوده و چطور به مجاری مجرمانه دست پیدا کرده و از طریق روابط SBF توانسته خودش را بر سر زبان‌ها بیندازد. در نهایت، می‌خوانیم که این شرکت چطور شکستی دراماتیک را متحمل می‌شود. دنیای گیج‌کننده و مبهم رمزارزها از جمله مسائلی است که ذهن نویسنده کتاب را درگیر کرده و سعی داشته در این کتاب به آن بپردازد.

- نویسنده: بردی دیل
- ناشر: وایلی
- سال انتشار: ۲۰۲۳



عمر تراکتس



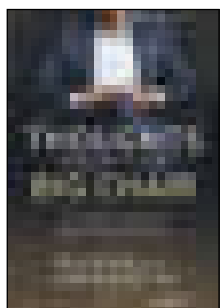
۳۱۴

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

اندیشه‌های برخاسته از صندلی بزرگان

- نویسنده: راسل هاواریت
- ناشر: فوربس بوکس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



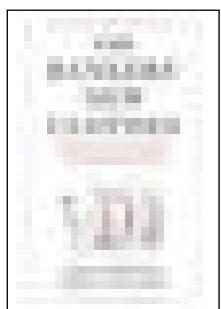
اقتصاد آینده

- نویسنده: برندن زمپی
- ناشر: فوربس بوکس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



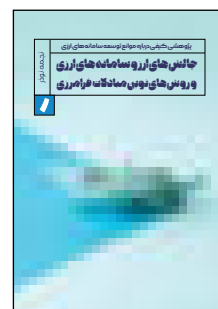
لباس جدید بانکداران

- نویسنده: آنات آدامتی و مارتین هلویگ
- ناشر: دانشگاه پرینستون
- سال انتشار: ۲۰۲۴



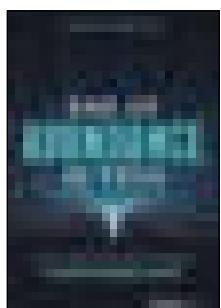
چالش‌های ارزش‌سازمان‌های ارزی و روش‌های نوین مبادلات فرامرزی

- نویسنده: نجمه نودر
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



پایان وفور در فناوری

- نویسنده: بن دیبو
- ناشر: فوربس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



رازگشایی از فناوری اطلاعات

- نویسنده: سارا جیت کانانگو و بوپی دال
- ناشر: فوربس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



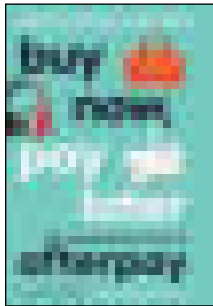
تجربه دیجیتالی شرکت‌ها

- نویسنده: آلفونسو دلانوئر
- ناشر: فوربس بوکس
- سال انتشار: ۲۰۲۲



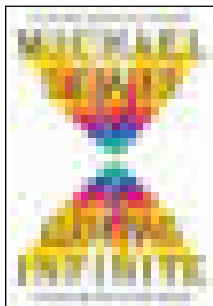
الان بخر، بعداً پرداخت کن

- نویسنده: جاناتان شاپیرو
- ناشر: ال اند آتوین
- سال انتشار: ۲۰۲۱



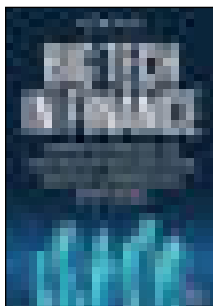
رفتن تابی نهایت

- نویسنده: مایکل لوئیس
- ناشر: نورتون
- سال انتشار: ۲۰۲۳



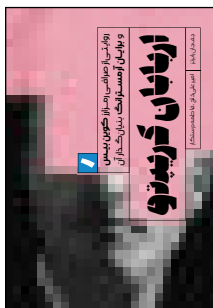
بیگ‌تک در فایننس

- نویسنده: ایگور پچیک
- ناشر: کوگان پیچ
- سال انتشار: ۲۰۲۳



اربابان کریپتو

- نویسنده: جف جان رابرتز
- ناشر: هاروارد بیزینس
- مترجمان: امیرعلی خلیج، فاطمه درستکار
- سال انتشار: ۲۰۲۰



Monetary Policy in a Cryptocurrency-Based Economy

- نویسنده: سید ولی الله فاطمی، علی اصغر قائمی نیا
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



نئوبانک ۲.۰

«نئوبانک ۲.۰» یکی از جدیدترین کتاب‌های انتشارات راه پرداخت است. این کتاب در حقیقت یکی از گزارش‌های جامع مؤسسه مدیچی در حوزه فین‌تک است که در آن مطالعات گسترده‌ای بر مبنای داده‌های اختصاصی حوزه فین‌تک صورت گرفته؛ این داده‌ها از بیش از سیزده هزار استارت‌آپ به دست آمده که همگی در صنعت فین‌تک یا همان فناوری مالی فعالیت دارند.

علاوه بر آن، در گزارش مؤسسه مدیچی، مصاحبه‌های عمیقی با کارشناسان این حوزه صورت گرفته که به شناسایی روند بازار کمک می‌کند. مطالعات عمیق در این گزارش به اهالی بانک‌ها کمک می‌کند با چالش‌های روز بانکی در دنیای امروز آشنا شوند و چشم‌انداز این عرصه را ببینند. کسانی که به دنبال آشنایی با مفهوم نوظهور نئوبانک‌ها هستند، در این کتاب می‌توانند تصویر دقیقی از این مفهوم به دست بیاورند. واقعیت این است که نئوبانک‌ها موج جدیدی از برهم‌زندگی را رقم می‌زنند که صنعت بانکداری را متحول خواهد کرد و فرصتی جدید برای رشد و توسعه بانک‌ها فراهم می‌آورد. در دنیای امروز، فین‌تک و فناوری مالی به سرعت در حال رشد و گسترش است؛ نئوبانک هم یکی از اصلی‌ترین و جدیدترین بخش‌های فین‌تک به شمار می‌آید که به بانک‌ها کمک می‌کند کسب‌وکار خود را بر مسیر مشتری‌مداری پیش ببرند و در نهایت تجربه‌ای مطلوب در ذهن مشتری بر جای بگذارند. اهالی کسب‌وکارهای بانکی، می‌توانند به کمک این کتاب، با مفهوم «نئوبانک» در اکوسیستم بانکی آشنایی پیدا کنند و با آگاهی در این مسیر قدم بگذارند. در نهایت، این کتاب، نقطه آغازی برای آشنایی با چشم‌انداز صنعت بانکی است و می‌تواند بانکداری را از گذشته به آینده پرتاب کند.

- نویسنده: سلیل راویندران
- مترجمان: علیرضا ماهیار، محمدسعید خجسته
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲

عمر تراکتس

کتاب

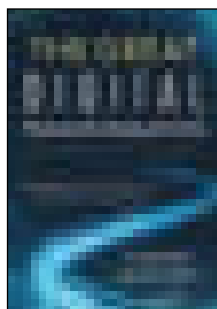
۳۱۵

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

تحول بزرگ دیجیتال

- نویسنده: جرارد ساتوانی
- ناشر: فوربیس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



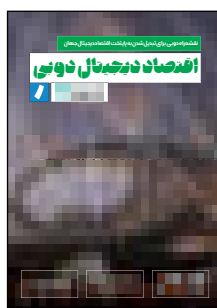
رهبری در متاورس

- نویسنده: کارول پور
- ناشر: فست کمپانی پرس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



اقتصاد دیجیتال دوبی

- نویسندگان: گروه نویسندگان اتاق اقتصاد دیجیتال دوبی و مجله Entrepreneur Middle East
- به اهتمام: رضا قربانی و رضا جمیلی
- ناشر: راه پرداخت



توکنومیکس

- نویسنده: علی اصغر قائمی نیا
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



داستان رمزارز

- نویسنده: مت لوین
- مترجمان: علیرضا کاظمی نیا
- محمد رهبان، ثریا حقی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



قوانین و مقررات رمزارزها در جهان

- به اهتمام: مینا حاجی و همکاران
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



ایلان ماسک

«والتر آیزاکسون» 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 توییت 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 مکران، 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.

- نویسنده: والتر آیزاکسون
- ناشر: سایمون اند شوستر
- سال انتشار: ۲۰۲۳

عمر تراکتس



۳۱۶

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران



حاوی بیگ تک

- نویسنده: تام کمپ
- ناشر: فست کمپانی پرس
- سال انتشار: ۲۰۲۳



آینده پول

- نویسنده: اسوار پراساد
- مترجم: امیرحسین مردانی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



طرح ملی بلاکچین قطر

- به اهتمام: رسول قربانی
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



چهل پروژه برتر دنیای رمزارز از دید مجله فورچون

- نویسندگان: رضا قربانی، رضا جمیلی و همکاران
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



اسکناس

- نویسندگان: محسن محمودی، علی ورامینی، رضا قربانی، محسن آزموه، سپهر خرمی، مسعود شاه حسینی، کاوه رهنما
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



راه کار شماره: دارایی دیجیتال

- به اهتمام: رضا قربانی و همکاران (کمیل علی تقوی، حسن موحد، علی اسدالله و علیرضا کاظمی نیا)
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲

عمر تراکتس

کتاب

۳۱۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

دانشنامه فناوری های بانکی

در سال های اخیر، صنعت بانکداری دستخوش تحولی اساسی شده است. تغییر در فواین و مقررات، تسهیل ارتباط با مشتریان از طریق اینترنت و در دسترس بودن رایانش ابری کم هزینه، منجر به تشکیل موجی از بانک های جدید و کسب و کارهای فین تکی شده است که با ارائه خدمات و محصولات بهتر و در نتیجه، خلق ارزش بیشتر برای مشتریان، به دنبال رقابت با کسب و کارهای قدیمی بانکی اند. به طور کلی، درک فناوری برای رهبری و مدیریت هر بانک ضروری است و آینده بسیاری از بانک ها به استفاده مؤثر از آن بستگی دارد.

کتاب «دانشنامه فناوری های بانکی» تاریخچه بانکداری و نتیجه بیش از پنجاه سال کاربرد فناوری در حوزه بانکداری را شرح می دهد. در این کتاب عملیات بانکداری خرد، از جمله حساب های بانکی، پرداخت تسهیلات، تراکنش ها و تمام عملکردهای یک بانک مدرن، از عملیات و امور مالی گرفته تا بازاریابی، بررسی شده است. این کتاب علاوه بر مدیران و قانون گذاران حوزه بانکداری، کسانی را مخاطب خود می داند که در حوزه فناوری های بانکی فعالیت می کنند یا به دنبال راه اندازی یک بانک جدید یا استارتاپ فین تک اند.

- نویسندگان: تیم واکر، لوسین موریس
- مترجمان: مجید جعفریان، محمد رهبان، فاطمه اکیما
- ناشر: راه پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



استاندارد فیات

در کتاب «استاندارد فیات: جایگزین بردگی بدهی برای تمدن بشری»، نویسنده کتاب، سیف‌الدین آموس، اقتصاددان مشهور بین‌المللی، دستگاه تحلیلی منحصر به فرد خود را بر روی سیستم پولی فیات متمرکز می‌کند و آن را به عنوان یک شاهکار مهندسی و فناوری توضیح می‌دهد. در این کتاب، آموس به تغییر روند جهانی از استاندارد طلا به سیستم امروزی پول فیات تحت حمایت دولت‌ها می‌پردازد؛ اهداف و شکست‌های استاندارد فیات را تشریح کرده و پیامدهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی گسترده استفاده از پول فیات را شرح می‌دهد؛ همچنین نگاهی انداخته به تأثیر بیت‌کوین بر آن در طول زمان. آموس ارزش‌های معتبر فیات را با بیت‌کوین مقایسه کرده و سپس تفاوت‌های آنها را روشن می‌کند. وی، از طریق این مقایسه‌ها نشان می‌دهد که بیت‌کوین می‌تواند عامل ارتقای سیستم پولی جهان باشد و بازارهای سرمایه و انرژی جهانی را متحول کند. خواندن این کتاب برای هرکسی که از روند فعلی افزایش کنترل دولت‌ها بر چاپ پول و آمار نرخ تورم ناامید شده است، ضروری است. کتاب «استاندارد فیات: جایگزین بردگی بدهی برای تمدن بشری» نشان می‌دهد که دولت‌ها با کنترل انحصاری سیستم پولی در قرن گذشته، تأثیری منفی بر صنایع تحقیقات مدرن و دانشگاهی، تولید غذا، تولید انرژی، نظام مالی و حتی توسعه کشورها گذاشته‌اند.

- نویسنده: سیف‌الدین آموس
- مترجم: علیرضا کاظمی‌نیا
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



عمر تراکتس



۳۱۸

ASAE TARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

راه کار شماره ۳: بانک و بانکداری

- به اهتمام: رضا قربانی و همکاران (کمیل علی تقوی، حسن موحد علی اسدالله و علیرضا کاظمی‌نیا)
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



راه کار شماره ۲: تأمین مالی خرد

- به اهتمام: رضا قربانی و همکاران (کمیل علی تقوی، حسن موحد، علی اسدالله و علیرضا کاظمی‌نیا)
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۱۴۰۲



فرهنگ واژه‌های فین تک

- نویسندگان: رینر آلت، استفان هوخ
- مترجمان: آزاده حیدری، زهرا درستکار
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۲۰۲۲



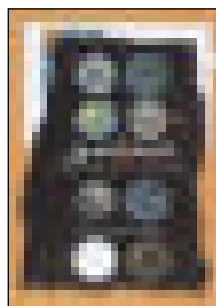
راهنمای NFT

- نویسندگان: مت فورتنو، کوهریسون تری
- مترجم: محمد رهبان
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۲۰۲۱



گذشته و آینده پول

- نویسندگان: فرخ قبادی و فریبرز رئیس‌دانا
- ناشر: نگاه معاصر
- سال انتشار: ۱۴۰۰



راهنمای بین‌المللی محیط‌های آزمون تنظیم‌گری فناوری مالی

- نویسندگان: گروه نویسندگان بیکر مک کنزی
- ناشر: راه‌پرداخت
- سال انتشار: ۲۰۱۸



برگزاری رویداد برای کسب و کار شما

ما در راه کار نیازهای کسب و کارها را شناسایی می‌کنیم و از طریق سبد خدماتی که داریم بهترین راه کار پیشنهادی را پیدا می‌کنیم. در صورتی که برای توسعه کسب و کار خود نیاز به راه کار دارید ما از ابتدا تا انتهای مسیر در کنار شما هستیم.

به عنوان نمونه اگر برگزاری رویداد ابزار مناسبی برای توسعه کسب و کار شما باشد تمام مراحل برگزاری رویداد را برای شما انجام می‌دهیم: طراحی استراتژی مبتنی بر نیازهای سازمان، بودجه ریزی، برنامه ریزی، طراحی، سازماندهی و اجرا، انتخاب و مدیریت محل برگزاری رویداد، طراحی وب سایت، طراحی محتوای رویداد، انتخاب و هماهنگی با ارائه دهندگان محتوا، طراحی و اجرای دکور، عکاسی و فیلم برداری و پخش زنده، تولید و انتشار محتوا، طراحی گرافیکی و هویت بصری رویداد، تبلیغات و ارتباطات رسانه ای و برگزاری نشست خبری. این موارد تنها بخشی از فعالیت هایی است که ما برای برگزاری رویداد های شما انجام می‌دهیم. همچنین ایده پردازی و ارائه راه کارهای نوآورانه برای برگزاری رویداد، برنامه ریزی، طراحی و اجرای رویدادهای رونمایی و برگزاری کارگاه های آموزشی بخشی از فعالیت های ما در راه کار در زمینه برگزاری رویداد است. سبد خدمات ما به رویداد محدود نیست و بسته به نیازهای کسب و کار شما طیف وسیعی از محصولات و خدمات قابل ارائه است.



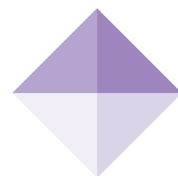
معرفی منتخب‌های ۱۴۰۲ عصر تراکنش در ۲۲ دسته‌گوناگون

ترکیب طلایی صنعت فین تک

ماهانامه عصر تراکنش به روال چهار سال گذشته خود، منتخب‌هایی را در ۲۲ دسته‌بندی گوناگون انتخاب و معرفی کرده است. افراد، کسب‌وکارها، اپلیکیشن‌ها و محصولات که به عقیده ما نقشی اساسی در توسعه صنعت فناوری‌های مالی کشور داشته‌اند و با حضورشان یک پله این صنعت را رشد داده‌اند. انتخاب یک برگزیده در هر یک از این ۲۲ دسته، قطعاً کار آسانی نبود، اما ماهیت این کار انتخاب فقط «یک» گزینه بود که هیئت‌سردبیری ماهانامه عصر تراکنش با در نظر گرفتن نقش، تأثیرگذاری و تحولاتی که هر یک ایجاد کرده‌اند، دست به انتخاب زده است. به عقیده ما اگر برگزیدگان ۱۴۰۲ عصر تراکنش را کنار یکدیگر بگذارید، یک ترکیب طلایی و برنده از صنعت فناوری‌های مالی کشور را مشاهده خواهید کرد.



عصر تراکنش



۳۲

ASAE TRAKONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



چهره سال
۱۴۰۲
عصر تراکنش

علیرضا ماهیار

علیرضا ماهیار چهره شناخته‌شده صنعت فناوری‌های مالی ایران است که در چند سال اخیر، به واسطه حضورش در سازمان‌های مختلف، شاهد پررنگ‌تر شدن نام او در برهه‌های مهم بوده‌ایم. او در زمره مدیران جوان قرار می‌گیرد و شاید همین جوان بودنش نسبت به پیشینیانش در سمت‌های مشابه، او را کاندیدای اصلی چهره سال عصر تراکنش کرده است، اما نکته دیگری که ما را در این انتخاب مصمم کرد، انتصاب او به مدیرعاملی شرکت ملی انفورماتیک بود؛ شرکتی دولتی که تصمیم‌ها و انتخاب‌هایش می‌تواند کل صنعت را دستخوش تغییرات مثبت یا منفی کند، به‌ویژه در برهه‌ای که بانک مرکزی و زیرمجموعه‌هایش بیش از هر زمان دیگری در برزخ حرکت به سمت تحول و نوآوری یار و محدود کردنش گیر کرده‌اند. حالا به نظر می‌رسد با روی کار آمدن علیرضا ماهیار، موجی از تغییرات در زیرمجموعه‌های این شرکت مادر در حال رخ دادن است و می‌توان به رقم خوردن اتفاق‌های تازه در صنعت امیدوار بود. بر هیچ کس پوشیده نیست که شرکت‌های دولتی و حاکمیتی محدودیت‌های ساختاری، فرایندی و مأموریتی خاص خودشان را دارند، ولی به نظر می‌رسد ماهیار و مهره‌هایی که او در حال چیدنشان است در تلاش‌اند تا در همین ساختار فعلی تغییرات جدیدی را ایجاد کنند.

مدیران عامل بانک ها



بهمن اسکندری
بانک آینده



بهزاد شیري
پست بانک ایران



آیت الله ابراهیمی
بانک سپه



اسماعیل لاله گانی
بانک رفاه کارگران



احمد بهاروندی
بانک کارآفرین



ابوالفضل نجارزاده
بانک ملی ایران



سید امین جوادى
مؤسسه اعتباری ملل



سید عباس حسینی
بانک مسکن



سعید شمسی نژاد
بانک مهر ایران



رضا دولت آبادی
بانک ملت



حجت الله مهدیان
بانک توسعه تعاون



جواد جوادى
بانک خاورمیانه



غلامرضا فتحعلی
بانک سینا



علیرضا معرفت
بانک سامان



علیرضا قیاسی
بانک دی



علیرضا بلگوری
بانک اقتصاد نوین



علی خورسندیان
بانک صنعت و معدن



عبدالمجید پورسعید
بانک ایران زمین



محمد فضاى ياكدهى
بانک ایران - ونزوئلا



محسن سیفی کفشگری
بانک صادرات ایران



مجید قاسمی
بانک پاسارگاد



کوروش پرویزیان
بانک پارسیان



فرشید فرخ نژاد
بانک کشاورزی



فرج الله قدمی
بانک سرمایه



هادی اخلاقی فیض
بانک تجارت



محمد رضا فاضلی
بانک گردشگری



محمد مهدی احمدی
بانک شهر



محمد رضا فرزین
رئیس کل بانک مرکزی ایران



محمد حسین حسینی زاده
بانک قرض الحسنه رسالت

عمر تراکتس

مشاوران

۳۲۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

هادی اخلاقی فیض

مدیرعامل بانک تجارت



ستاره‌ها در نظام بانکی ایران کم نیستند؛ افرادی با کارهایی درخشان که همیشه در نقشی که برعهده گرفته‌اند بهترین بوده‌اند، اما در نظام بانکی ایران که عموماً دولتی یا خصوصی است ستاره بودن کافی نیست. گاهی این ستاره‌ها نیستند که برنده می‌شوند، بلکه ترکیب‌های طلایی هستند که خوش می‌درخشند و در ترکیب‌های طلایی هم الزاماً همه ستاره‌ها پر نور نیستند، ولی کنار هم چیدن مهره‌هایی که کاملاً با هم متناسب‌اند حداکثر کارآمدی را به همراه خواهد داشت. دب اصغر یا دب اکبر را در آسمان ببینید، الزاماً پر نورترین‌ها نیستند، ولی چیدمانشان کنار یکدیگر، چراغ راه مسافران در طول هزاران سال بوده است. اگر با عینک تحول و نوآوری نیز به صنعت بانکداری ایران در سال ۱۴۰۲ نگاه کنیم، با وجود تک ستاره‌های زیادی که در بسیاری از بانک‌های ایران فعال‌اند، باید اعتراف کنیم ترکیب فعلی مدیران بانک تجارت و شرکت‌های زیرمجموعه این بانک، مخصوصاً در حوزه فناوری، ترکیبی طلایی است. رسیدن به ترکیبی طلایی در صنعت بانکداری ایران نیز اتفاق پرتکراری نیست و عوامل مختلف زیادی در آن دخیل‌اند، ولی یقیناً نمی‌توان در شکل‌گیری ترکیب فعلی در بانک تجارت هادی اخلاقی را بزرگ‌ترین عامل ندانست. در سال ۱۴۰۲ شاهد اتفاق‌های مهمی در گروه بانک تجارت و شرکت‌هایش بودیم که در صورت نبودن این ترکیب طلایی رقم نمی‌خورد و این ترکیب نیز وام‌دار نگاه هادی اخلاقی به نوآوری و تحول است.

مدیران عامل شرکت های بیمه ای



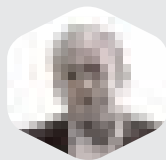
حجت بهاری فر
بیمه حکمت



جلال سلطانی
بیمه حافظ



اعظم هنردوست
بیمه ایران معین



احمدرضا ضرابیه
بیمه سامان



ابوالفضل آقادی
بیمه کوثر



ابراهیم کاردگر
بیمه ما



عبداله سلطانی ثانی
بیمه سینا



عبدالحسین بهلوان
بیمه امید



طاهر موهیتی
بیمه دی



سعید افشاری
بیمه توسعه



رضا جعفری
بیمه دانا



حسن شریفی
بیمه ایران



محسن پورکیانی
بیمه البرز



مجید قلبی پور
بیمه آرمان



لطف الله نکویی
بیمه آسماری



علیرضا یزدان دوست
بیمه ملت



علیرضا هادی
بیمه باران



علی جباری
بیمه رازی



معصوم ضمیری
بیمه پاسارگاد



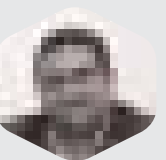
مسعود بادینی
بیمه آسیا



محمد مهدی بهشتی نژاد
بیمه سرمد



محمد رضا کشاورز
بیمه اتکایی ایرانیان



محمد رضا خوش کیش
بیمه اتکایی امین



محمد حیدری
بیمه کارآفرین



یونس مظلومی
بیمه تعاون



هادی شیخ الاسلامی
بیمه میهن



مهران رضوانی
بیمه تجارت نو

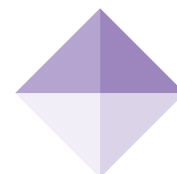


مهدی نوروزی
بیمه زندگی خاورمیانه



مفید امینی
بیمه معلم

عمر تراکتس



۳۲۲

ASRA AHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

احمدرضا ضرابیه

مدیرعامل بیمه سامان



اگر قرار باشد از بین تمام مدیران بیمه های کشور فقط یک نام را انتخاب کنیم که نوآوری و فناوری را به صنعت بیمه تزریق کرده است آن فرد کسی نیست جز احمدرضا ضرابیه. او مرکز نوآوری پلنت را با هدف توسعه نوآوری در صنعت بیمه در خردادماه ۱۳۹۸ راه اندازی کرد و با وجود گذشت بیش از چهار سال از راه اندازی این مرکز، هنوز نمونه مشابهی در شبکه بیمه ایران راه اندازی نشده است. ضرابیه کسی است که در سال ۱۳۹۸ از انتشار اولین کتاب حوزه اینشورتک ایران که توسط انتشارات راه پرداخت منتشر شده بود حمایت کرد و هنوز بعد از گذشت چهار سال منبع کامل تری در این صنعت ارائه نشده است. ده ها اتفاق دیگر از این جنس را می توان در صنعت بیمه به احمدرضا ضرابیه نسبت داد. مردی که دیسپلین های خاص خودش را دارد و گویا اینجاست تا تلنگری به مدیران سن وسال دار صنعت بیمه بزند تا به خودشان بیایند. البته که از احمدرضا ضرابیه که در گروه مالی سامان رشد و پرورش یافته غیر از این هم توقع نمی رود.

زنان فعال در صنعت فناوری های مالی



فاطمه جعفری
مدیر پروژه کاریزما



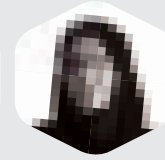
عشرت عدالت
مدیر امور فناوری اطلاعات و امنیت فضای مجازی توسعه صادرات



سولماز صادق نیا
مدیرعامل گلرنگ ونچرز



سحر بختیاری
مدیرعامل شرکت پیمان



زهرامیر حسینی
معاون فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک پاسارگاد



افسانه اوضاعی
معاون طرح و توسعه بانک تجارت



مونا حاجی علی اصغر
مدیرعامل گروه مالی کیان



مژده قزل ایاغ
مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت تاتا وابسته به بانک تجارت



مریم یاقوتی
معاون توسعه محصول شرکت سامانه های نرم افزاری نگین (توسن)



لیلا پاکروان نژاد
مدیر محصول بانکداری دیجیتال داتین



فربیا میراج
مشاور معاونت فناوری بانک مرکزی ایران



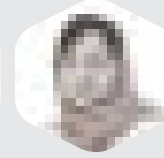
فاطمه سرکاری
مدیرعامل سیدگردان توسعه فیروزه



نوش آفرین مومن واقفی
معاون فناوری اطلاعات بانک دی



نگین دانشپور
مدیرعامل تخفیفان



میترا کاظمی دیج
هم بنیان گذار و راهبر تیم فرانت اند بیت پین

فاطمه جعفری

مدیر پروژه کاریزما



انتخاب یک چهره در بین دهها کاندیدای اصلی از زنان فعال در صنایع مالی کار دشواری بود و گزینه‌های قوی کم نبودند، ولی در نهایت باید فقط یک نفر را انتخاب می کردیم. فاطمه جعفری نیز از مدیران جوان و در عین حال شناخته شده صنعت محسوب می شود که عموماً نامش را در کنار مسائل نوآورانه در بازار سرمایه شنیده بودیم و این بار هم دلیل اصلی انتخاب ما همین نشستن نام او در کنار نوآوری در بازار سرمایه بود؛ آن هم نوعی از نوآوری که می تواند در آینده نزدیک بازار سرمایه ایران را دستخوش تحولات بزرگ و شگرفی کند. فاطمه جعفری که حالا مدیر پروژه های کارگزاری کاریزما است، نامش با توکنیزاسیون و دریافت اولین مجوز توکنیزاسیون بازار سرمایه گره خورده است. هر چند افتخار چنین اتفاق بزرگی را نمی توان فقط به نام یک نفر نوشت و می دانیم که اگر تفکر پذیرای مدیران گروه مالی کاریزما برای استقبال از ایده های تازه نبود و چنین میدانی به افراد خلاق هم چون فاطمه جعفری داده نمی شد یا همراهی و تلاش های قابل قدرانی چهره های دیگری از صنعت، همچون محمد قاسمی نبود شاید هیچ وقت چنین اتفاقی نمی افتاد، ولی بی شک نمی توان تأثیر فاطمه جعفری برای کامل کردن این حلقه پر پیچ و خم را نادیده گرفت. یقیناً اتفاقی که فاطمه جعفری به واسطه حضورش در کاریزما رقم زده است، اتفاق بزرگی است که در سال های آینده بسیاری از چیزها را تغییر خواهد داد.

با اسکن این کیوآر کدی می توانید سوابق کاری و تحصیلی مدیران صنعت فناوری های مالی کشور را بخوانید.



عمر تراکتس

منتخب رتبا

۳۳۳

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

مدیران منابع انسانی شرکت های بانکی و پرداخت



آیدارضاوی
تسکا



آرزو اکبری
جی اس اس



امیر صابری
فناپ زیر ساخت



امید صادقیان پور
همراه کارت



افشین فتحی
راهبرد هوشمند شهر



اشکان بنگدار شیرازی
فناپ



احترام سیدمرتضی
رادین



سارا رحیم پور
پویا



زهره بزرگر
ارتباط فردا



ریحانه قلعه بیگی
تفتا



داود بایابی
تندر نور



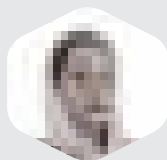
حسین موذنی
توسن تکنو



پریسا سعیدی
فینوداد



بهزاد نعمتی
هلدینگ صاد



فائزة فائزی
گروه حصین



علیرضا قزل
سپ



سیما لیبیبی
آد آتیک



سید حامد حسینی نژاد
داتین



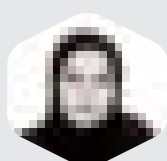
سید امیر حسین جوادی
رایانه خدمات امید



سودابه تیمورزاده
توسن



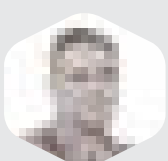
سجاد سجابی
سیمرغ تجارت



مریم گلقدشتی
فن آوا



محمد قربانی
به پرداخت ملت



محمد افشارمنش
کارت اعتباری ایران کیش



محبوبه یآوری
تجارت الکترونیک و فناوری
اطلاعات ملل



فریدرضا بی خشنگری
پرداخت الکترونیک سپهر



فرزاد رفیعی
مبنا کارت آریا



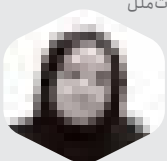
فرحناز حاجی رحیمی
گسترش فناوری های نوین
کشاورزی



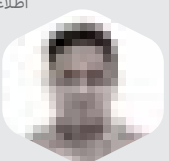
یوسف غروی
توسعه فناوری اطلاعات
سینا



نسیبه گودرزی
پرداخت نوین آریا



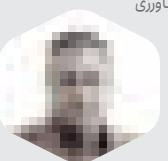
ندا متحمل
پارس تکنولوژی سداد



مهدی سعادت نی
فناپ تک

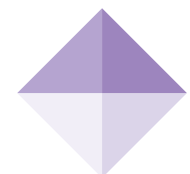


ملیحه خسروآبادی
پرداخت الکترونیک
پاسارگاد



مسعود فولادی
داده ورزی سداد

همراه کارت



۳۲۴

ASAE TAAHONESH IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

سید حامد حسینی نژاد

مدیر منابع انسانی داتین

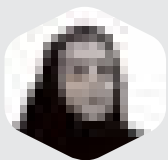


رسیدن به ۲/۵۰۰ نفر پرسنل! عددی باور نکردنی آن هم درست در زمانی که یکی از بزرگترین مسائل و دغدغه های کسب و کارها، جذب و نگهداشت نیروهای انسانی است. با وجود تمام اینها داتین از جمله شرکت هایی است که از ابتدای فعالیتش نیروی انسانی خود را به صورت تصاعدی رشد داده است. این شرکت اکنون در حدود ۱/۷۰۰ نیروی انسانی دارد و قصد دارد تعداد آن را تا سال ۱۴۰۵ به بیش از ۲/۵۰۰ نفر برساند، اما بحث جذب نیروی انسانی و مدیریت آن کار بزرگی است که حامد حسینی نژاد، مدیر توسعه سرمایه های انسانی داتین طی سال های اخیر به خوبی از پسش برآمده است. شاید بخشی از برند کارفرمایی قوی فعلی داتین مدیون فعالیت زیرساختی حامد حسینی نژاد طی سال های گذشته باشد. یکی از کارهای مهمی که حسینی نژاد در داتین سازماندهی کرد «مدرسه داتین» بود تا بتواند یک پشتیبانی قوی برای تأمین نیروی انسانی تازه نفس برای داتین ایجاد کند. مدرسه داتین در بازه های مختلف فراخوان های متعددی برای جذب نیرو منتشر کرده و تورهای فناوری متعددی را برای علاقه مندان برگزار می کند. حسینی نژاد معتقد است هر مجموعه ای در راستای توسعه خود به نیروهای هم راستا با نیازمندی های مجموعه و فرهنگ سازمانی خود نیاز دارد، اما در حالت عادی با وجود اینکه درخواست ها و رزومه های زیادی برای جذب در داتین ارسال می شد افراد کمی معیارهای لازم جذب را کسب می کردند و از همین رو ایده مدرسه داتین شکل گرفت.

مدیران روابط عمومی شرکت های بانکی و پرداخت



بهزاد قاسمی غنچه نازی
سیمرغ تجارت



بهارک داودی
سداد



الهام نذاف
فینووا



اکبرآزاد
امیدبوم



ارژنگ طالبی نژاد
آداتیک



احمد واحدی
فناپ



احسان مهدی زاده
توسن تکنو



رویافتح اله زاده
آدونیس



رضا کریمی
تجارت الکترونیک پارسیان



رضایایانی نیکجو
مهندسی نرم افزار شقایق



رضا احمدی چوبدار
صاد



حمیدرضا حق پرست
فناپ زیرساخت



حلیه (زهرا) صبورنژاد
تکنوتجارت



بهزاد کشامی
بهسازان ملت



فرزانه دهرویه
فراپوم



فاطمه کریمی
به پرداخت ملت



علیرضا مداح
فناپ تک



عطیه پورفخیم
جی اس اس



صنم متقی
گروه بهسازان فردا



صابرا افضلی
پشتیبان زیرساخت امید



سیمریاری
انیاک



محمد رضا بهنام رئوف
پرداخت الکترونیک سداد



محمدحسین صادقی
مرکز نوآوری فینوواد



محمد رضازاده
زیرساخت امن خدمات تراکنشی



محسن حکیمی اصل
راهبرد هوشمند ثروت ستارگان



مجید علیزاده
فام



لادن صدقات
پرداخت الکترونیک پاسارگاد



فرزانه کیانی
یاس ارغوانی



یاسر علیزاده
پرداخت نوین آراین



نسرین زادمهر
یاس ارغوانی



نسترن فراهانی
پرداخت الکترونیک سپهر



نداسهرابی
تسکا



منصور مجیدی
سککوک



مژگان رضایی
داتین

عمر تراکنش

منتخب رتبا

۳۲۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

یاسر علیزاده

مدیر روابط عمومی پرداخت نوین آراین



انتخاب چهره سال روابط عمومی برای ما یکی از سخت ترین بخش ها بود، زیرا بعد از بارها حذف و اضافه، همچنان حداقل بیست انتخاب جدی روی میز داشتیم که همگی می توانستند انتخاب نهایی ما باشند. در نهایت به یاسر علیزاده رسیدیم؛ از مدیران با سابقه روابط عمومی در صنعت فناوری های مالی ایران که می توان تمام ویژگی های یک مدیر روابط عمومی درجه یک را در او دید؛ شخصیتی پخته و آرام و در عین حال گرم و صمیمی ولی حرفه ای. فردی که در فشارها و سختی ها، در روزهای خوب و بد، در روزهای پایان سال و میان سال و اول سال، در روزهای بالا و پایین، به عنوان نماد بیرونی یک شرکت، شخصیت یک دست و پایداری داشته است. یک مدیر روابط عمومی که کارش به معنی واقعی تعامل و گفت و گو برای شرکت بوده؛ نه سانسور و نشان دادن چیزی که دلخواه مدیران است. در روابط عمومی ها کم نیستند مدیرانی که در بحران ها و سختی ها تمام اصول اخلاقی و حرفه ای را زیر پا می گذارند و تمام دنیا را خلاصه در شرکتی می بینند که نقشی در آن دارند و روزی که از آن شرکت جدا می شوند، گویی دشمن خونی آن شرکت هستند و پیش وجدان خودشان، ناراضی از تمام خط قرمزهایی که روزی زیر پا گذاشتند.

مدیران عامل شرکت های PSP



علیرضاموسوی
کارت اعتباری ایران کیش



شهریار خلیلی
پرداخت الکترونیک سداد



حمزه آقابابایی
پرداخت الکترونیک سپهر



بهنام آرایش
الکترونیک کارت دماوند



امین مطیعی
پرداخت نوین آراین



احمد پیشگاه زاده
فن آواکارت



احسان ترکمن
پرداخت الکترونیک سامان



مسیح مشهدی تفرشی
پرداخت الکترونیک پاسارگاد



محمد مهدی متولی
فراپردازان آرونند امید



محمد مهدی تقی پور
به پرداخت ملت



محمد رضا اسکندریون
آسان پرداخت پرشین



حامد نقشوان
تجارت الکترونیک پارسیان

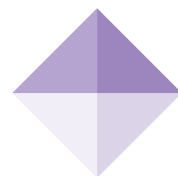


احسان ترکمن

پرداخت الکترونیک سامان

پرداخت الکترونیک سامان را می توان خاص ترین شرکت PSP ایرانی دانست. شرکتی که بسیاری از نوآوری های صنعت پرداخت با نامش گره خورده و در عین حال تنها شرکت PSP کشور است که در هر سه ابزار موبایل، کارت خوان و درگاه پرداخت اینترنتی در بین سه شرکت برتر قرار دارد، اما چیز دیگری که این شرکت را در نوع خودش خاص می کند ثبات مدیریتی اش در طول تمام سال هاست که برخلاف عموم PSP ها تغییرات در سطح مدیرعاملی در آن بسیار کم بوده است و شاید نکته جالب توجه این است که تمام مدیران عامل پرداخت الکترونیک سامان از گذشته تا امروز، همگی مدیران رشد یافته و تربیت یافته در خود پرداخت الکترونیک سامان یا گروه مالی سامان هستند. احسان ترکمن هم از آن مدیران تربیت یافته در گروه مالی سامان است که از اواخر سال ۱۴۰۱ مسئولیت مدیرعاملی سپ را برعهده داشته است. سپ با وجود اینکه در شاخص ها همیشه در وضعیت مطلوبی بوده است، با حضور احسان ترکمن توانسته علاوه بر حفظ جایگاه پیشین خود، بهبود و رشد را نیز در این شاخص ها تجربه کند.

مصرف تراکتس



۳۲۶

ASAE TARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

مدیران عامل هلدینگ های فناوری اطلاعات بانک ها



حمید کردبچه
نااكو



حمید توفیقی
داده پردازی پارسیان



امیرطیبری
داده ورزی سداد



احمد سلمانی آرانی
به پویان هوشمند امید



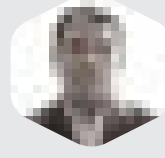
احمد جعفری
به سازان فردا



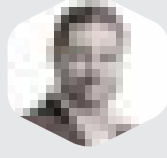
احمد بهمنیار
جامپ



ابراهیم محمدی
تقاس



مسعود وکیلینی
ارتباط فردا



محمد فرجود
تفتا



رضا حیدری
فناوری نگاه



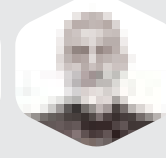
علیرضا ماهیار
ملی انفورماتیک



علی نوری
فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر



شهاب جوانمردی
فناپ



سیدمرتضی بکاء
فام



مهران مظفری مهر
توسعه فناوری اطلاعات گردشگری ایران



محمد رضوان مدنی
فناوری و نوآوری صاد

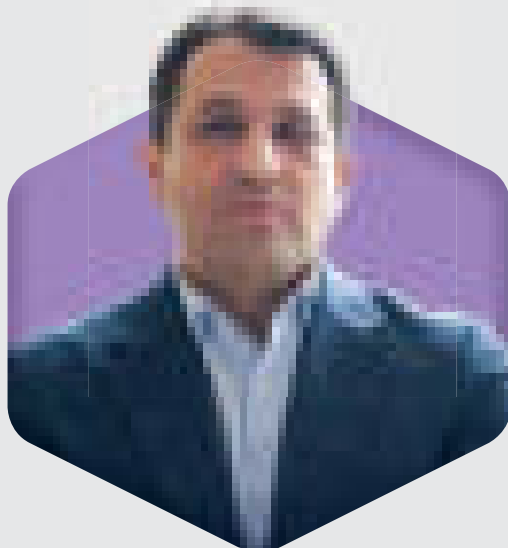


مصطفی امینی
گسترش فناوری های نوین بانک کشاورزی

مدیران عامل هلدینگ های فناوری اطلاعات بانک ها

مسعود وکیلی نیا

مدیرعامل ارتباط فردا



هلدینگ فناوری اطلاعات بانک آینده که آن را با نام ارتباط فردا می شناسیم در طول دو سال گذشته به دلیل تغییرات متعدد و وضعیت خاصی که بانک آینده تجربه کرد، شرایط پرتلاطم و غبار آلودی داشت و بسیاری ادامه فعالیت ارتباط فردا و زیرمجموعه هایش را به حرکت در مه تشبیه می کردند؛ حرکتی آهسته که دور دستش نیز روشن نبود. وضعیت طوری بود که بسیاری این هلدینگ را در سرآشویی تند ناپودی تصور می کردند و شاید همین نگاه باعث شد تعدادی از نیروهای ارزشمند با سابقه ارتباط فردا با آن خداحافظی کنند. ولی با وجود تمام این اتفاقات، امروز که در پایان سال ۱۴۰۲ هستیم، ارتباط فردا دوباره خودش را احیا کرده است و حتی ظاهراً دارد خودش را برای یک دورخیز چشمگیر در سال ۱۴۰۳ آماده می کند. مسعود وکیلی نیا، مدیرعامل ارتباط فردا، در رأس این احیای دوباره با ترکیب مهره های کلیدی قدیمی و مهره های جدید قرار دارد و شاید ارزش کار او با اشاره به این نکته بیشتر درک شود؛ در میان مدیران عامل هلدینگ های فناوری اطلاعات بانک های ایرانی، وکیلی نیا و دو مدیرعامل دو هلدینگ دیگر که هر سه متولد سال ۱۳۵۲ هستند، در صدر جوان ترین های این فهرست قرار می گیرند.

مدیران کارگزاری های بورس



محمد عابد
کارگزاری کاریزما



عباس دهقان
کارگزاری آزمون بورس



سیدمحمد رضا امامی
کارگزاری بانک پاسارگاد



سیدرضا اعجازی
کارگزاری اقتصاد پدیدار



حمیدرضا مهرپور
کارگزاری بانک سامان



امین سهل البیع
کارگزاری کارآمد



امیر وفایی
کارگزاری توسعه معاملات کیان



هادی مهری
کارگزاری مفید



میلاد قاسمی
کارگزاری بورس و بیمه ایران



رحمان بابازاده
کارگزاری فارابی



محمدعلی شریفی نیا
کارگزاری مبین سرمایه



محمدصادق احمدیان
طاهری
کارگزاری حافظ



محمد ثریانزاد
کارگزاری بانک ملی ایران



محمد مشاری
کارگزاری بانک ملت

رحمان بابازاده

کارگزاری فارابی



به بازار سرمایه ایران و مخصوصاً کارگزاری های بورسی نگاه کنید. چند چهره سرشناس این حوزه را می شناسید؟ حالا دوباره به فهرستتان نگاه کنید. در کنار اسم چند نفرشان می توانید یک تیک بگذارید تحت این عنوان که برای توسعه تکنولوژی و نوآوری در بازار سرمایه ایران تلاش های متعددی کرده اند؟ احتمالاً به اینجا که می رسید فهرستتان به یک باره خیلی کوتاه می شود! رحمان بابازاده، پدرخوانده کارگزاری فارابی، از نظر ما در صدر این فهرست قرار دارد. مردی خوش مشرب و خوش صحبت و در عین حال آینده نگر که در آینده نگری اش هم همیشه نگاه ویژه ای به مفاهیم نوآورانه و فناورانه دارد. مردی که منشأ خیر بسیاری در صنعت بوده است. از راه اندازی شتاب دهنده فارابی در سال ۱۳۹۵ در دانشگاه شهید بهشتی گرفته که روزی مجموعه نوپایی مثل زیبال در آن شکل گرفت و امروز یکی از غول های پرداخت یاری ایران است تا نکسوکارت، تازه ترین کارتی که در سال ۱۴۰۲ رو کرده و نگاه ها را دوباره به سمت خودش چرخانده است. حضور رحمان بابازاده در بازار سرمایه ایران به واسطه تفکر نوی او همیشه منشأ خیر بوده و باید امیدوار باشیم تعداد رحمان بابازاده ها در بازار سرمایه ایران بیشتر و بیشتر شود.

عمر تراکتس

منتخب رتبا

۳۲۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

مدیران عامل شرکت های لندتکی



مجید حسامی
اسنپ پی



علیرضا شفیعی
کیبا



سیدحامد قنادپور
تارا



روح الله پرنیان مهر
والتا



پدرام ورشوکار
دارا



امیرحسین زنجبر
لندو



آرش لرستانی
آسان پرداز توسن (آپسان)



هومن امینی
دیجی پی



محمد مهدی مومنی زانی
ازکی وام



محمد صادقی آزادانی
اعتبارینو



محمد رضا آشتیانی
قسطا

هومن امینی

مدیرعامل دیجی پی



هومن امینی از قدیمی های صنعت پرداخت ایران در حوزه استارتاپی است که احتمالاً اگر از قدیمی های صنعت باشید هنوز نام او را در موبایلنتان با پسوند همایی ذخیره دارید. هومن امینی از همان ابتدا که در حوزه نوآوری و استارتاپ در صنعت پرداخت فعالیت داشت، از مدیران با دیسیپلین این حوزه محسوب می شد. هرچند در آن زمان مثل امروز شناخته شده نبود، ولی با خلق برند دیجی پی و گره خوردن نام او با دیجی پی، به مرور به یک چهره شناخته شده تبدیل شد. به یاد داریم روزهایی را که دیجی پی به تازگی شکل گرفته بود و بسیاری شکل گیری آن را با وجود شرکت های PSP بیهوده و بی معنی می دانستند، ولی در همان زمان هومن امینی معتقد بود چیزی که دیجی پی به دنبال آن است فراتر از نقش درگاه پرداخت است و رؤیای پردازی هایی در ذهن داشت که با قرار گرفتن در کنار دیجی کالا و صبر و حوصله برادران محمدی برای به ثمر نشستن دیجی پی، این رؤیا به حقیقت پیوست و حالا، به گفته مدیرعامل بانک تجارت، دیجی پی بزرگترین لندتک ایران است. به این ترتیب، دیجی پی به ثمر رسیدنش را مدیون ممارست و بلندپروازی کسی نیست جز هومن امینی؛ کسی که بسیاری به مسیری که او شروع کرده بود باور نداشتند، ولی امروز رؤیای داشتن کسب و کاری مانند دیجی پی را در سر می پروراند.

عصر تراکنش



۳۲۸

ASRETARAKONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

ASRETARAKONESH AWARD



جایزه

عصر تراکنش

چهره ها، کسب و کارها و محصولات برگزیده فناوری مالی ایران

۱۴۰۲

ASRETARAKONESH AWARD

جایزه عصر تراکنش

تندیس برای چهره ها، کسب و کارها و محصولات صنعت
فناوری های مالی ایران از نگاه ماهنامه عصر تراکنش

سید ولی‌اله فاطمی اردکانی



سید ولی‌اله فاطمی اردکانی را بنیان‌گذار توسن معرفی می‌کنند؛ ولی او فراتر از این است که فقط در قامت یک کارآفرین نمونه خلاصه شود. فاطمی محل تقاطع اخلاق، جسارت و کار است. آنهایی که او را از طریق کسب و کارهایی که ساخته دیده‌اند، تأیید می‌کنند که فاطمی در کار جسارت و اخلاق را با هم ترکیب کرده است. او چنان متواضع است که بعد از ساختن چندین و چند کسب و کار هنوز مانند یک دانشجوی رفتار می‌کند. او تودار است و کم حرف؛ کم پیش می‌آید که سر صحبت را باز کند، ولی هرگاه سر ذوق بیاید بالهجه زیبای اردکانی‌اش طوری از هر موضوعی صحبت می‌کند که شما را هم شیفته آن بحث می‌کند. سید ولی‌اله فاطمی اردکانی متولد ۱۳۴۵ است. سال‌هاست همکارانش در توسن وقتی می‌گویند «دکتر»، منظورشان اوست. فاطمی را می‌توان بنیان‌گذار بزرگ‌ترین شرکت خصوصی ایران در زمینه فناوری‌های مالی و بانکی دانست؛ چیزی که یک صدم آن هم برای خیلی‌ها سقف رؤیاست، ولی او هیچ‌گاه خودش را محدود به دستاوردهایش نکرده است و این روزها هم در حال قدم گذاشتن به راه‌هایی جدیدی است که ممکن است کمتر کسی از وجود آن راه‌ها و عرصه‌ها خبر داشته باشد.

محمدعلی گوگانی

درباره بسیاری برای انتخاب تیتیر باید فکر کرد؛ ولی گوگانی نیاز به فکر کردن ندارد؛ او سلطان است. سال ۱۳۹۶ که روی جلد مجله عصر تراکنش رفت، رسول قربانی تیتیر «سلطان خودپرداز» را برای او انتخاب کرد؛ ولی امروز فکر می‌کنیم سلطان به‌تنهایی برای معرفی او کفایت می‌کند. او که بالهجه شیرین ترکی صحبت می‌کند زاده تبریز است و به نظر استاد تمام فروش است. گوگانی در مسیر حرفه‌ای‌اش فعالیت در شرکت‌های داده‌پردازی، ایران ارقام و خدمات انفورماتیک را در کارنامه دارد؛ البته که نباید این نکته را از قلم انداخت که او جزو فارغ‌التحصیلان مدرسه عالی کامپیوتر دکتر انواری است. شاید تا همین جا، یعنی همین دانشگاه و همین شرکت‌ها برای بسیاری سقف آن چیزی باشد که می‌خواهند، ولی او بعد از این سیر کسب و کاری، در آدنویس کسب و کار خودش راه انداخت؛ چند بانک بزرگ را پشت آدنویس آورد و در نهایت امروز به کوهی از تجربه تبدیل شده است. گوگانی علاوه بر آدنویس، پشت صحنه کسب و کارهای موفق دیگری نیز بوده که معروف‌ترین آنها آپ است. او نمونه‌های اعلا دانش آموخته‌های دانشکده عالی کامپیوتر است که حرف را به عمل و ایده را به دیده تبدیل می‌کنند. به همین دلیل است که فکر می‌کنیم سلطان باید بیشتر در عرصه آموزش و انتقال تجربه فعال باشد.



شهاب جوانمردی

زندگی شهاب جوانمردی را اگر بخواهیم دو قسمت کنیم نقطه‌های زیادی می‌توانیم پیدا کنیم که از شهاب جوانمردی قبل و بعد از آن، صحبت کنیم. برای مثال تولید رهاکار جامع بانکی؛ ایده‌ای که فناپ بر محور آن شکل گرفت؛ در یک کلام می‌توان جوانمردی را معمار فناپ خطاب کرد. اگر بخواهیم زندگی او را از قبل از این نقطه، در چند کلمه خلاصه کنیم؛ احتمالاً باید از این کلمات نام ببریم: خرمشهر، جنگ، مهاجرت، علامه حلی، کنکور، دانشگاه شریف، دانشگاه امیرکبیر، فناپ و تولید رهاکار جامع بانکی. این مأموریت را امروز داتین دنبال می‌کند که یکی از شرکت‌های زیرمجموعه فناپ است. یعنی امروز فناپ پا به دنیای فناوری فرای مالی گذاشته است و از پیشروان این حوزه در کشور است و آن کسی که فناپ را در این مسیر راهبری کرد، شهاب جوانمردی بود. او عادت ندارد در پیله‌های کوچک بماند. همان‌طور که وقتی وارد دنیای صنفی شد خودش را به سازمان نظام صنفی رایانه‌ای محدود نکرد و امروز عضو هیئت‌رئیس اتاق بازرگانی تهران است؛ مسیری که پیش از او طی نشده بود. به همین دلیل است که معتقدیم شهاب جوانمردی جسارت پا گذاشتن در راه‌های تازه را دارد؛ راه‌هایی که پیش از او کمتر کسی جسارت پا گذاشتن در آنها را داشته است.



چهره‌های ماندگار صنعت فناوری‌های مالی کشور در سال ۱۴۰۲

احمد مرآت‌نیا



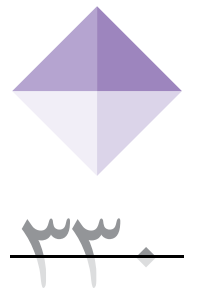
احمد مرآت‌نیا را بسیاری با بانک آینده و شرکت ارتباط فردا می‌شناسند؛ البته او چهره‌ای فراتر از این دستاوردهایی است که برخی می‌بینند. مرآت‌نیا ورودی سال ۱۳۴۹ علوم ریاضی دانشگاه شریف است. فردی که کم حرف می‌زند؛ کم در مجامع حاضر می‌شود و دقیق است و راسخ. او نمونه کاملی از یک مدیر پایبند به چهارچوب‌ها است و جزو مدیران صاحب دیسیپلین. او در نیمه‌های دهه ۱۳۹۰، در یکی از معدود گفت‌وگوهایی که داشت گفته بود: «تصور من این است که این موج استفاده از فناوری جدید، فاصله گرفتن از شعب و رفتن به سمت بانک بدون کاغذ، خود را به بانکداری ما هم تحمیل خواهد کرد؛ زیرا هزینه‌های نگهداری شعب بسیار سرسام آور شده است و رقابت سختی در اقیانوس قرمز بین بانک‌ها برای جذب مشتری در جریان است؛ حال آنکه اقیانوسی آبی نیز آن طرف وجود دارد که شامل ارائه خدمات و محصولات در فضای مجازی متناسب با نیاز مشتری می‌شود.» دقت کنیم این حرف را کسی در نیمه سال‌های دهه ۱۳۹۰ زده که در نیمه‌های دهه ۱۳۵۰ از دانشگاه شریف فارغ‌التحصیل شده است و همین حرف نشان می‌دهد که چقدر پذیرایی نوگرایی بوده و هست.

مسعود مرتضوی

مسعود مرتضوی از بنیان‌گذاران یکی از مهم‌ترین شرکت‌های خصوصی فناوری‌های بانکی ایران است؛ شرکت پویا که پرسابقه‌ترین شرکت دانش بنیان کشور است و مسیر پرپیچ‌وخمی برای رسیدن به جایگاهی که اکنون دارد، طی کرده است. تابستان سال ۱۳۹۶ در سومین شماره ماهنامه عصر تراکنش به سراغ مسعود مرتضوی رفتیم. آن زمان چندسالی می‌شد که مرتضوی کمی از سازمان نظام صنفی رایانه‌ای فاصله گرفته بود. به ابتکار برگزارکنندگان روز فناوری اطلاعات در تیرماه ۱۴۰۲، او یکی از چهره‌های ماندگار تقدیر شده در برج میلاد بود. پاییز این سال نیز به اتفاق آرای صنف به‌عنوان رئیس مجمع سازمان نصر تهران انتخاب شد؛ با مدیریتی که او در مجمع داشت نشان داد هنوز هم دود از کنده بلند می‌شود. زمانی که در سال ۱۳۹۶ برای گفت‌وگوی جلد ماهنامه عصر تراکنش به سراغ او رفتیم ۲۷ سال می‌شد که سکان مدیریت پویا را در دست داشت. از مسعود مرتضوی کمتر شنیده‌ایم؛ او بیشتر اهل عمل است تا حرف. به‌سختی می‌شود در سخنانش تعریف یا تمجیدی از خودش شنید و هر بار هم می‌خواهد از موفقیت‌ها و عملکردهایش بگوید ضمیر جمع به کار می‌برد و به جای استفاده از واژه «من»، از عبارت «شرکت پویا» استفاده می‌کند.



عصر تراکنش



ASAEETRAKHONESH.IR

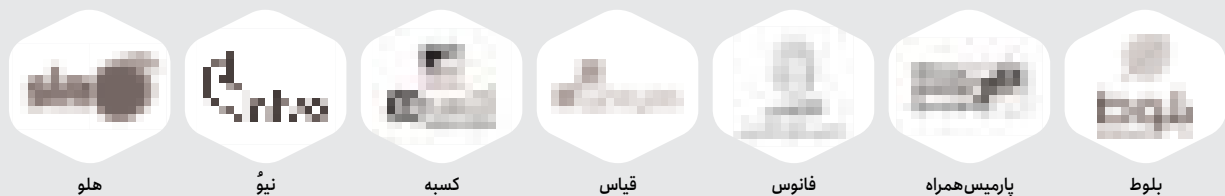
ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

علی دیواندری



نام علی دیواندری با بانک ملت گره خورده است؛ هر چند مدیرعامل بانک پارسیان هم بوده و رئیس پژوهشکده پولی و بانکی و نامزد رئیس کلی بانک مرکزی؛ با این حال در سال‌های گذشته جزو افراد سرشناسی بوده که به او ظلم شده و برایش پرونده‌سازی کرده‌اند. هر چند او از تمام اتهام‌ها تبرئه شد، ولی تجربه نشان داده است وقتی چنین افرادی آماج حملات ناجوانمردانه قرار می‌گیرند در ادامه کار برایشان سخت‌تر می‌شود. او که هم در فضای اجرایی فعالیت کرده و هم در میدان دانشگاه دستی بر آتش دارد، این روزها سعی می‌کند کمتر جلوی چشم باشد و به دور از حاشیه‌ها مشغول پروژه‌های توسعه‌ای در هلدینگ گلرنگ است. دیواندری می‌توانست یکی از بهترین مدیران بانک مرکزی ایران باشد؛ کسی که با دانش و جسارت بانک ملت را به یکی از پیشروترین بانک‌های ایران تبدیل کرد و هنوز هم بسیاری ملت را با او می‌شناسند. علی دیواندری در آستانه شصت‌سالگی، یکی از مدیرانی است که خیلی‌ها او را دوست دارند و البته تاوان این محبوبیت را هم داده است. نام او با مدیریت استراتژیک در صنعت بانکی کشور گره خورده است.

اپلیکیشن های حوزه مدیریت امور مالی



پارمیس همراه

مدیریت امور مالی که مخصوصاً در بازه‌ای از زمان با عنوان PFM بر سرزبان‌ها افتاده بود، یکی از حوزه‌های کمتر دیده‌شده صنعت فناوری‌های مالی ایران است که البته مغفول ماندنش هم در ابتدا به دلیل نداشتن مدل کسب‌وکاری جذاب و در مرحله بعد، عدم احساس نیاز مردم به آن بوده است و فقط در بازه‌ای از زمان که تب استارت‌آپی همه را فراگرفته بود چند تجربه در این حوزه شکل گرفت که متأسفانه بعد از فروکش کردن این تب، عموماً همه بی‌سروصدا جمع کردند و رفتند یا اگر هنوز هم هستند، فقط در حد زنده ماندن است و عملاً هیچ کار توسعه‌ای از آنها نمی‌بینیم. تنها موردی که قبل از شکل‌گیری این فضا در این حوزه بی‌سروصدا کار خود را شروع کرد، پارمیس بود و اکنون هم می‌توان گفت جدی‌ترین گزینه موجود که هنوز هم در حال فعالیت است، پارمیس است. با جدی‌تر شدن بحث مالیات برای افراد حقیقی، حالا به نظر می‌رسد آن روزهای طلایی که سال‌ها پارمیس به خاطرش این مسیر را آهسته‌وپیوسته و به دور از هیاهو ادامه داده، در پیش است. احتمالاً تا یکی، دو سال آینده با سخت‌گیری نظام مالیاتی کشور برای افراد حقیقی، مردم بیش از هر زمان دیگری حواسشان به دخل و خرج و ثبت‌وضبطشان خواهد بود و یکی از قدیمی‌ترین ابزارها برای این کار، پارمیس است.



عمر تراکتس

منتخب‌رنا

۳۳۱

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتادونهم

اپلیکیشن های حوزه تحلیل بازار سرمایه



ره‌آورد ۳۶۵

با اینکه بازار سرمایه یکی از آخرین بازارهای مالی بود که به سمت نوآوری حرکت کرد، الان به سرعت در حال طی کردن مسیر نوآوری است. در این مسیر اپلیکیشن ره‌آورد ۳۶۵ به دست راست خیلی از فعالان بورسی برای تحلیل‌های تکنیکال و بنیادی تبدیل شده است. در اپلیکیشن ره‌آورد ۳۶۵ می‌توان شاخص‌های کل بورس، کل فرابورس، کل هم‌وزن و صنعت را به صورت نموداری، عددی و درصدی مشاهده کرد. این اپلیکیشن به صورت برخط پنج نماد پر قدرت بورس را به کاربران نمایش می‌دهد و در جزئیات آن می‌توان روندها و نوسانات شاخص‌های کلیدی مانند مالکیت حقوقی، حجم عرضه و تقاضا، ارزش معاملات و حجم معامله در هر روز معاملاتی را به صورت لحظه‌ای مشاهده کرد. بولتن‌های خبری، فیلم‌های آموزشی و گفت‌وگوهای برنامه‌های خدمات جانبی موجود در این پلتفرم هستند. در بخش اخبار، خبرهای روز و لحظه‌ای با سرعت منتشر می‌شوند و کاربر می‌تواند با مطالعه آنها از اخبار و اتفاق‌های بازار باخبر شود. این ویژگی‌ها در کنار یکدیگر از ره‌آورد ۳۶۵ یک اپلیکیشن کاربردی در حوزه بورس ساخته و فراگیری استفاده از آن و کاربردپذیری‌اش باعث شده در بین اپ‌های بورسی ره‌آورد ۳۶۵ منتخب ما باشد.



اپلیکیشن های شرکت های لندتکی

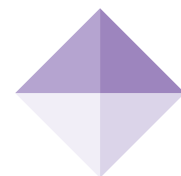


اسنپ پی

هرچو که به حوزه لندتک و زیرشاخه هایش نگاه کنیم نمی توانیم تأثیر و حضور پررنگ اسنپ پی را در توسعه و فراگیری لندتک در ایران نادیده بگیریم. با بسیاری از فعالان و منتقدان که صحبت می کنیم مدل توسعه اسنپ پی و بهره گیری از زیرساخت های اسنپ در آن را یک نمونه بی نقص و همه جانبه می دانند که به شکل مویرگی و گسترده در زندگی روزمره مردم جاری شده است. درست است که اسنپ پی اولین بازیگر این حوزه نبود و شاید آمارها از لحاظ حجم گردش نیز آن را در جایگاه اول نشان ندهند، ولی گستردگی و فراگیری از یک طرف و استمرار حضور در زندگی روزمره مردم و در عین حال ارائه سطح گسترده ای از خدمات، اسنپ پی را بی شک به انتخاب اول ما برای سال ۱۴۰۲ تبدیل کرده است. اسنپ پی حتی در زمان ورودش به بازار و مدتش در پذیرش ریسک کاربرانش هم در نوع خودش یک بازیگر آوانگارد بود. تصورش را بکنید؛ ابزاری که پرداخت اعتباری یا قسطی، از خرید نان و کرایه تاکسی و خرید خواربار تا خرید طلا و لوازم خانگی و سفر را در یک پلتفرم یکپارچه برای کاربر ممکن کرده است.



مهر تراکتس

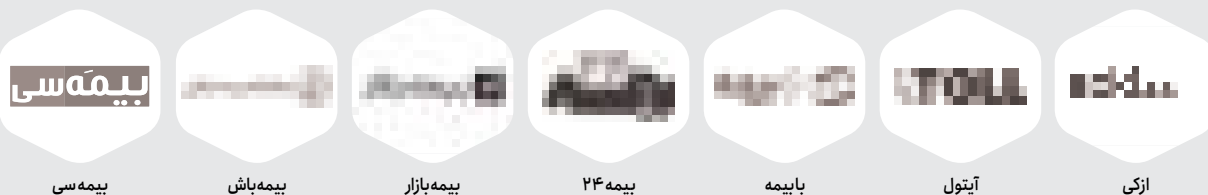


۳۳۲

ASAEETARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

اپلیکیشن های مقایسه و فروش آنلاین بیمه در کشور



ازکی

صنعت بیمه در ایران از لحاظ تحول دیجیتال و نوآوری عموماً در نقطه عقب تری نسبت به صنعت بانکداری و بازار سرمایه بوده است و تعداد بازیگران جدی حوزه نوآوری آن نیز شاید به سختی به تعداد انگشتان یک دست برسند. با این حال، ازکی را می توان یکه تاز بلامنازع حوزه اینشورتک ایران دانست. امروز دیگر ازکی آن قدر نام پر قدرتی در مقایسه و فروش آنلاین بیمه شده است که سایر بازیگران این حوزه که با اختلاف زیاد هم ازکی را دنبال می کنند برای اینکه حرفی در حوزه تبلیغات بزنند و شنیده شوند مجبورند به برند ازکی دست درازی کنند بلکه چیزی عایدشان شود! ازکی پلتفرمی است که نه تنها از اولین های بازار خودش از لحاظ زمان ورود به بازار بوده، بلکه تجربه کاربری خوب و روانی نسبت به سایر رقبا دارد که پیوسته نیز آن را بهبود داده است، اما این همه ماجرا نیست. ازکی که در ادامه مسیر، SBU های جدیدی همچون ازکی وام و ازکی سرمایه از دلش بیرون آمده است در حال ساختن یک اکوسیستم در پیرامون خودش است و این پازل وقتی کامل تر می شود که آن را کنار سایر برندهای سبد هلدینگ مکث در حوزه خودرو و سلامت می چینیم.



شرکت های ایرانی فعال در حوزه KYC



جیبیت

اگر در یک تعریف ساده تحول دیجیتال در هر حوزه‌ای را ارائه خدمت یا سرویس به افراد در هر زمان و مکان بدانیم، موضوع احراز هویت کاربر مفهوم کلیدی این تعریف خواهد بود. دقت داشته باشید که ما در ساده‌ترین تعریفمان از تحول دیجیتال به این موضوع رسیده‌ایم و خوب می‌دانیم که تحول دیجیتال بسیار فراتر از این تعریف است که اتفاقاً در تعاریف دقیق‌تر و عمیق‌تر، اهمیت KYC بیش از پیش خودش را نمایان می‌کند. حالا به لطف شرکت‌های ارائه‌دهنده زیرساخت‌های احراز هویت و سرویس‌هایشان در این حوزه، نئوبانک‌ها بدون اینکه حتی یک بار مشتری خودشان را حضوری ببینند برایش افتتاح حساب می‌کنند و صدها مثال دیگر! اما یکی از اولین گروه از کسب‌وکارهایی که قبل از فراگیری این سرویس، به شکل گسترده از آن استفاده کردند صرافی‌های رمزارز بودند. صرافی‌ها به دلیل ماهیت ۷ در ۲۴ کسب‌وکارشان و پراکندگی بسیار گسترده کاربرانشان، به ناچار به استفاده از این سرویس رو آوردند و یکی از اولین کسب‌وکارهایی که این سرویس را در اختیار این صنعت قرار داد، جیبیت بود. نمی‌توان از KYC نام آورد و کمکی را که جیبیت به توسعه و فراگیری این موضوع در ایران کرد نادیده گرفت.



عمر تراکتس

منتخب‌ترین

۳۳۳

اسفند ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتادونهم

اپلیکیشن های صرافی های رمزارز کشور



اپلیکیشن های صرافی های رمزارز کشور

والکس



صرافی والکس از آن کسب و کارهایی در صنعت رمزارز ایران است که نمره قبولی بالایی را تقریباً در تمام شاخص ها دریافت می کند. والکس قدمت دار است؛ جزو اولین های بازار است و در قطار سال نودوشمی های صنعت رمزارز قرار می گیرد. یکی دیگر از نقاط قوت جدی والکس نسبت به رقبای جدید و قدیمی اش تیم تقریباً بزرگی است که در جمع بنیان گذاران دارد؛ محمد آنالویی، بردیا احمدنیا و امین امینی که هر سه نیز چهره های شناخته شده این صنعت و به نوعی چهره این کسب و کار هستند. از لحاظ حجم گردش تراکنش ها و تعداد کاربران نیز از تعقیب کنندگان جدی نوبیتکس، به عنوان بازیگر شماره یک بازار است. موضوع جالب توجه دیگر درباره والکس، برند مثبت و پایداری است که این شرکت از خود به تصویر کشیده؛ برخی رقبا فکر می کنند با پول پاشی های شلخته و بی هدف به چنین برندی دست خواهند یافت در صورتی که والکس این جایگاه برند خود را در ابتدا مدیون صحت و سلامت کارش در طول سال های گذشته و در قدم بعدی مدیون مدیر اجرایی خود، یعنی احسان مهدی زاده است؛ فردی که با سابقه چشمگیری در حوزه مارکتینگ، اکنون سکان اجرایی والکس را در کنار تیم هم بنیان گذاران برعهده دارد.

اپلیکیشن های شرکت های PSP



پی پاد



پاسینو



پات لایف



آواپی



ایوا



۷۲۴



آپ



سکه



سان



دکا



تاپ

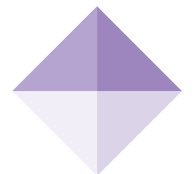


آپ

نه تنها در صنعت پرداخت بلکه در سایر حوزه های مالی، شاید توسعه و فراگیری اپلیکیشن ها را مدیون آپ، به عنوان اولین اپلیکیشن در این صنعت باشیم که با سرمایه گذاری گسترده و زود هنگام، ریسک بزرگی را به جان خرید و بعد از موفقیتش، تجربه اش چراغ راه بسیاری بود.

درست در زمانی که کدهای USSD در روزهای اوج خودشان بودند، آسان پرداخت پرشین از اپلیکیشن خود با نام آپ رونمایی کرد و توانست به عنوان پیشرو، بخش بزرگی از این بازار را دست بگیرد. البته توسعه و فراگیری آپ فقط به دلیل ورود زود هنگام و تبلیغات گسترده اش نبود. آپ علاوه بر اینها، به طور پیوسته روی بهبود تجربه کاربری، پایداری خدمت، توسعه پشتیبانی، توسعه محصولات و خدمات خود ممارست کرد؛ به همین دلیل هم توانسته است تا امروز شماره یک این بازار بماند. هر چند امروز رقبای قدرتمندی همچون ۷۲۴ و تاپ و هف هشتاد در حال کم کردن فاصله میان خود و آپ هستند، نمی توان هیچ جوره آپ را صدرنشین منتخب فهرست خودمان از بین اپلیکیشن های شرکت های PSP ندانست.

مهر تراکنش



ASAPTRAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

اپلیکیشن های بانک های کشور

تاپ	پی یاد	پرنا	پالس	پاکت	بله	ایوا
فام	سرزمین کودک	زمرد	رفاه پلاس	دی جت	چاووش	تک بانک
همراه بانک پارسیان من	همراه بانک بانکیار	همراه بانک ایران زمین	همراه بام ملی	موبایلت	موبایل بانک سینا	موبایل بانک خاورمیانه
همراه بانک رسالت	همراه بانک صنعت و معدن	همراه بانک توسعه صادرات	همراه بانک توسعه تعاون	همراه بانک تجارت	همراه بانک پست بانک	همراه بانک پاسارگاد
همراه بانک موسسه اعتباری ملل	همراه بانک ملت	همراه بانک مسکن	همراه بانک گردشگری	همراه بانک کشاورزی	همراه بانک کارآفرین	همراه بانک قرض الحسنه مهر ایران
همراه بانک صادرات	همراه بانک سپه	همراه نوین	همراه کارت	همراه شهر پلاس		

عمر تراکتس

منتخب رتبا

۳۳۵

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

بام



همراه بام بانک ملی را شاید بتوان یکی از ساده ترین و در دسترس ترین اپلیکیشن های بانکی ایران دانست. شاید همین یک اصل ساده که در بنیان بام نهاده شده است کافی باشد تا رضایت کاربران همراه بام ملی در این سطح و ابعاد به وضوح مشهود باشد. دقت کنید که صحبت از یک بانک بزرگ دولتی است؛ نه یک بانک کوچک خصوصی یا خصوصی که خود همین نکته نیز اهمیت موضوع را دوچندان می کند. بام از سوپر محصولات بانک ملی ایران و منطبق بر استانداردهای جهانی است که تاکنون در بسیاری از ارزیابی های حرفه ای رتبه های نخست را کسب کرده است. این سامانه با بیش از ۱۰ میلیون نصب یکی از پرنصب ترین اپلیکیشن های بانکی موجود در کافه بازار از سوی کاربران شناخته شده و امتیاز ۴.۸ از کاربران دریافت کرده است. به گفته مدیران این اپلیکیشن، مأموریت بام این است که هر کاربر این سامانه حس یک مشتری خاص و ویژه را داشته باشد. در اینکه بام چقدر در ایجاد این حس موفق بوده شاید باید جای دیگری مفصل صحبت کرد، ولی در پاسخ به اینکه آیا بام در راضی و خشنود کردن کاربران موفق بوده است یا نه، پاسخ یقیناً مثبت است.

اپلیکیشن های ارائه دهنده سرویس بازگشت وجه (کش بک)

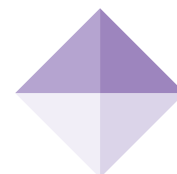


بلوبانک

کش بک یکی از آرزوهای دیرینه و همیشگی صنعت پرداخت ایران بوده که با تحقق آن صنعت پرداخت می تواند یکی از مهم ترین ارزش افزوده های خود را برای صاحبان کسب و کارها و خریداران ایجاد کند. هرچند که می دانیم تحقق این رؤیا نیز با توجه به ساختار شبکه بانکی و پرداخت ایران کار بسیار دشواری است. تا امروز بازیگران کوچک و بزرگ زیادی برای خلق و توسعه یک اکوسیستم پایدار کش تلاش کرده اند، ولی وقتی به سیر حرکتی هر کدام نگاه کنیم، متوجه پایدار نبودن مسیرشان می شویم، زیرا عموماً شاهد محصولاتی در این حوزه بوده ایم که صرفاً با رویکرد کش بک ارائه شده اند و شاید همین موضوع گره زدن آن با زندگی روزمره افراد را سخت کرده است. رویکرد بلو در ارائه سرویس کش بک ستودنی است! بلو خود به تنهایی یک نئوبانک است که کاربرانی میلیونی دارد. حالا بدون اینکه کاربران کار اضافه ای بکنند، در همان جریان عادی روزمره زندگی شان، به یک باره متوجه بازگشت وجه در برخی از خریدهایشان می شوند که در نوع خودش تجربه جذابی است.



مصرف تراکش



۳۳۶

ASAE.TARAFHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

نئوبانک ها



آبانک

بانکینو و بلوبانک که قدیمی ترهای نئوبانک های ایرانی هستند، با ورود به موقع خودشان به بازار در سال ۱۴۰۱، به نظر می رسد در سال ۱۴۰۲ بیشتر روی تثبیت جایگاه خودشان در بازار متمرکز شدند. در سال ۱۴۰۲ هرچند شاهد ورود چند نئوبانک تازه به بازار بودیم، اما عموماً از سمت آنها شاهد حرکت جدی برای گرفتن سهم بازار نبودیم. با این حال ویپاد، باجت و آبانک جدی ترین رقبایی بودند که در سال ۱۴۰۲ فعالیت خود را برای گرفتن سهمشان از بازار آغاز کردند و هرکدام نیز روی حوزه خاصی از گروه مشتریان تمرکز داشتند و به نظر می رسد هر سه رقبای جدی و سختی برای بلوبانک و بانکینو باشند.



با این حال چاره ای جز انتخاب یک گزینه نداشتیم؛ در این بین به نظر می رسد آبانک جدی ترین گزینه تازه نفس بازار است که خودش را برای یک خیز بلند آماده کرده است. با توجه به تغییر و تحولات اخیر در بانک آینده، حالا آبانک به یکی از جدی ترین محصولات این بانک در سال ۱۴۰۳ تبدیل شده است و شاهد قدم های هرچند بی سروصدای آن برای دورخیز این توسعه بودیم. ارتباط فردا پیش تر نیز محصولات خاص و متمایزی را به بازار عرضه کرده بود و با این دورخیز، باید منتظر بر سر زبان افتادن آبانک باشیم.

شرکت های رگ تک



یوآیدی

نبض افزار

گاتا

داده کاوان هوشمند
توسن

پارت

آدانیک

آدانیک

توسعه زیرساخت های فناورانه، امکان بروز ایده های خلاقانه برای ارائه سرویس های جدید و پیاده سازی بسیاری از آنها را فراهم کرده است، ولی آنچه پیاده سازی راهکارهای فناورانه را سخت و پیچیده می کند، تطابق با قوانین است. گر این موضوع نیز فقط به دست خود فناوری باز می شود؛ با کمک آنچه در نهایت از آن با عنوان رگ تک یاد می کنیم. رگ تک مفهومی گسترده است و کارکردهای مختلف و متفاوتی هم دارد. فرض کنید زیرساخت استعمال وضعیت حیات افراد را توسط یک API به مشتریان ارائه می دهید، آیا این کار از لحاظ قانونی منع دارد یا بلامانع است؟ رگ تک از پاسخ به همین سؤال ساده را در برمی گیرد تا فرایندهای فنی و تکنولوژی محور برای انجام کارها منطبق با چهارچوبها و آیین نامه های موجود به شکلی که در هر نقطه بتوان با مدرک و سند نشان داد که همه چیز درست و اصولی پیش رفته است. رگ تک حوزه های است که شرکت آدانیک به آرامی و بی سروصدا از جنبه های مختلف به آن پرداخته است. آدانیک در سال ۱۳۹۹ با ورود به حوزه هویت دیجیتال، تیم شاکیلید را برای توسعه دو راهکار احراز هویت غیر حضوری و امضای دیجیتال تشکیل داد که در پایان همان سال به تأسیس شرکت مستقل شاهراه اعتماد کلید (شاکیلید) منتهی شد.



عمر تراکتس

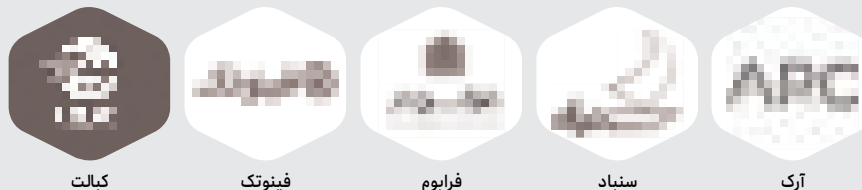
منتخب رتبا

۳۳۷

اسفند ۱۴۰۳

سال هفتم
شماره هفتاد و نهم

شرکت ها و پلتفرم های فعال در حوزه بانکداری باز



کبالت

فینوتک

فرايوم

سنباد

آرک

فرايوم

مفهوم بانکداری باز که در ادامه توسعه Open API شکل گرفت، در ابتدا بیشتر یک مفهوم بود و به مرور که کمی ملموس شد به عنوان یک SBU در کنار سازمانها و بانکها شکل گرفت و با جدی شدن آن، این SBUها یکی پس از دیگری به کسب و کارهای مستقل تبدیل شدند و سرویس دهی آنها به شکل مستقل شروع شد و همین موضوع خود افزایش سرعت توسعه آنها را در پی آورد. فرايوم یکی از همین SBUها بود که در این مسیر قرار گرفت و به سمت توسعه پیش رفت. هنوز عمر فرايوم به پنج سال هم نرسیده است، ولی کسب و کار جدیدی از دلش بیرون آمده است به نام پیمان. در کنار تمام توسعه هایی که فرايوم در بازار بانکداری باز انجام داده است، همین یک اتفاق می تواند بهانه محکمی برای انتخاب این شرکت در صدر فهرست ما باشد. فرايوم و سرعت رشد و توسعه اش دقیقاً همان چیزی را به ما نشان می دهد که مفهوم بانکداری باز می خواهد نمایان می کند و آن چیزی نیست جز «سرعت باورنکردنی نوآوری در به ثمر نشستن محصولات جدید». با توسعه نوآوری باز و بانکداری باز دیگر برای رشد و بالندگی یک شرکت قرار نیست الزاماً بیست یا سی سال به انتظار نشست؛ این اتفاق می تواند در زمان خیلی کوتاه تری نسبت به گذشته رخ دهد.



سخت افزارهای بانکی و پرداخت



دستگاه پد امضای
الکترونیکی PD0521
شرکت بازرگانی
میناکارت آریا



دستگاه AQR100 شرکت
فناپ تک



پرداخت الکترونیک
هوشمند TECHNO P3
شرکت توسن تکنو



پایانه های پرداخت
الکترونیک هوشمند
TECHNO P10 شرکت
توسن تکنو



پایانه پرداخت الکترونیک
هوشمند TECHNO
A920Pro شرکت
توسن تکنو



دستگاه خودپرداز
ADS6000 شرکت توسعه
خدمات الکترونیکی
آدونیس



دستگاه کیوسک بانکی
غیرتقدی مدل EC8200
شرکت آدونیس



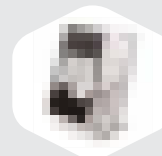
دستگاه کارت خوان T3
شرکت توسعه صنایع
پرداخت سبز



دستگاه کارت خوان
ME31 برند نیولند شرکت
تندر نور



دستگاه ذخیره سازی
سری VSP5600 هیجایی
شرکت تسکا



دستگاه خودپرداز
غیرتقدی اندرویدی
تاریانا شرکت فناپ تک



دستگاه چک اسکنر
گلوری FB-30 شرکت
بازرگانی میناکارت آریا



میکروکیوسک پرداخت
(صندوق یار) شرکت
فناوران اتیلاک رایانه



میز خدمت آریانو شرکت
بازرگانی میناکارت آریا



کیف پول سخت افزاری
والتو شرکت رادین



دستگاه هوشیار شرکت
بازرگانی میناکارت آریا

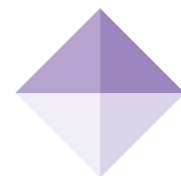
میز خدمت آریانو

شرکت بازرگانی میناکارت آریا

یکی از رویکردهای نوآورانه در مسیر تحول خدمات مالی و بانکی، امکان ارائه سرویس در هر مکان و در هر زمان است، اما نباید فراموش کنیم که این همه ماجرا نیست و در برخی موارد نوآوری مسیر دیگری را طی می کند. میز خدمت آریانو شرکت بازرگانی میناکارت آریا دقیقاً با چنین نگاهی و با تکیه بر رویکرد ارائه خدمات مستقیم بر خصوصاً، ولی بر پایه سرویس های فناورانه شکل گرفته و قرار است مجموعه ای از خدمات مورد نیاز پذیرندگان را به مشتریان ارائه دهد. کارشناسان یکی از مهم ترین نیازهای حوزه پرداخت در کشور طی دو سال اخیر را مسئله احراز هویت از طریق کارت ملی و شناسایی و ثبت اثر انگشت می دانند که میز خدمت آریانو راه حل مناسبی برای آن ارائه داده است. برای مثال خریدهای حضوری در صنفی مثل طلافروشی ها را در نظر بگیرید که عموماً هنگام خرید، کارت ملی مطابق با کارت خریدار را درج می کنند و به شکل سنتی مطابقت انجام می دهند و در بهترین حالت کد ملی خریدار را پشت رسید یادداشت می کنند. حالا فکر کنید محصولی در میان باشد که نه تنها تمام کارهای پرداخت و مدیریت فاکتور و فروش را به شکل یکپارچه مدیریت می کند، بلکه احراز هویت مشتری را نیز به شکل یکپارچه از طریق کارت ملی و احراز هویت مبتنی بر تصویر یا اثر انگشت به خرید وصل می کند. به نظر می رسد میز خدمت آریانو در سال ۱۴۰۳ تازه چهره واقعی خودش را به صاحبان صنایع نشان خواهد داد.



همراه گشت



۳۳۸

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



با اسکن این کیوارکد می توانید درباره محصولات سخت افزاری شرکت های بانکی و پرداخت کشور بخوانید.

راه کاریک رسانه نیست راه کار کارخانه رسانه است



چایک به سوی بهار



سال نو مبارک



تنها شرکت دانش بنیان

ارائه دهنده راهکارهای پرداخت الکترونیک



TECHNO M500

توسعه فن افزار توسن (سهامی عام)

www.tosantechno.com



اختصاصی و آنی...

برای سرویسهای اختصاصی در سریعترین زمان



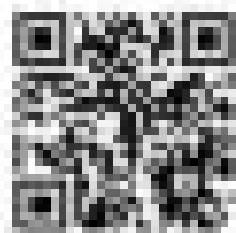
شماره تلفن

۹۰۰۰ ۰۰۰۰

۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸

www.asiatech.ir

تعمیرات تخصصی برندهای مطرح پوز



شرکت استاندارد نور

+98(21) - 77444484

WWW.FINDEER-LIGHT.COM



مزیتی محبوب و پرکاربرد

اتصال گسترده‌ای نسبت به چند دستگاه مختلف



برای اطلاعات بیشتر به وبسایت

www.epson.com مراجعه کنید


EPSON
Epson®
پرینترهای همه‌کاره