

# عصر تراکتس

آیا عصر پول نقد  
به سر آمده است؟  
**مسئله پول**

**محمد فرجود بعد از حضور در  
حوزه های سرمایه گذاری، اپراتور و  
مخابرات و زیرساخت های شهری  
اکنون مسئولیتی جدید در صنعت  
بانکی را بر عهده گرفته است**

در میزگردی، راه اندازی سامانه  
سوئیچ بیمه مرکزی بررسی شد  
**انحصار نهاد ناظر  
یا خلتی قانونی؟**

پرونده ای درباره وضعیت  
BNPL در کشور و چالش هایی  
که این حوزه با آن روبه روست  
**آمیخته باریسک**

# عبور از چار صنعت



**امیر حق رنجبر:**  
رسالت لندن؛ ارائه  
وام های خرد آنلاین  
با فرایندی ساده



**مهدی عبادی:**  
پرداخت یاری تنها  
یک چالش دارد و آن  
رگولاتوری است



**مجید حسامی:**  
BNPL؛ انقلاب بعدی  
در حوزه پرداخت  
خواهد بود



**رامبد حیدریان:**  
صنعتی که تحول  
دیجیتال در آن دیده  
نشود، امکان بقا ندارد

وحید والی:

ارزش کار آفرینی  
رائسی شود یا عدد  
ورقم مشاوره کرد



### عصر تراکنش



ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران  
سال ششم  
شماره ۶۰  
مرداد ۱۴۰۱

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

**دبیر تحریریه:** مینا حاجی  
**تحریریه:** لیدا هادی، ابوالفضل رجبی  
مرضیه امیری، نسیم بنایی  
غزاله صدر، میثم سلیمانی

**مدیر هنری:** روح اله گیتی نژاد  
**صفحه آرا:** علیرضا کیوان، بهناز سعیدی  
**ویراستار:** یلدا شایسته فر  
**عکس:** نسیم اعتمادی و حامد کریم زاده

۱۹

اینشورتک ها نتوانسته اند محرک تحولی بزرگ در بیمه باشند؛ شاید محرک از جایی بیرون از صنعت وارد خواهد شد  
**تحول بیمه از درون یا بیرون؟**

۲۸

مروری بر مهم ترین اخبار و تحولات اخیر صنعت فناوری های مالی کشور  
**روزهای پرتلاطم بیمه**

۳۲

در میزگردی با حضور استارت آپ های بیمه و رئیس مرکز فناوری اطلاعات بیمه مرکزی درباره پروژه آمیتیس بررسی شد  
**سوئیچ بیمه؛ انحصار نهاد ناظر یا خلغی قانونی؟**

۳۸

گزارش تصویری عصر تراکنش از اولین عصرانه راه کار  
**هم نشینی رقبا**

۴۰

نگاهی به استراتژی ها و چالش های بازیگران اکوسیستم استارت آپی کشور برای ورود به بازار سرمایه  
**در جستجوی هوایی تازه**

۴۵

میثم فدائی، مدیرعامل فرا بورس در گفت و گو با عصر تراکنش از ورود استارت آپ ها به بازار سرمایه می گوید  
**فرصتی برای بلوغ**

۵۰

محمد فرجود بعد از حوزه های سرمایه گذاری، مخابرات و زیرساخت های شهری، مسئولیتی جدید در صنعت بانکی دارد  
**عبور از چهار صنعت**

۷۱

روایتی از زندگی شخصی و حرفه ای وحید والی  
**در پی خلق ارزش**

۷۶

گفت و گو با دو فعال حوزه BNPL درباره چالش ها و چشم انداز این حوزه در کشور  
**BNPL؛ روندی برای زندگی روزمره**

## ASRE TARAKHONESH.IR



۴۵



۱۰۸



۳۲



۵۰



۶۱

امیر حق رنجبر، مدیرعامل لندو از چشم انداز این شرکت در ارائه وام های خرد آنلاین می گوید  
**هدف اولین شدن**

گفت و گو با مهدی عبادی مدیرعامل و ندار درباره خدمات مالی متنوع این شرکت  
**آماده برای فردا**



۵۸





- @AsreTarakonesh
- @Way2PayMedia
- @AsreTarakonesh
- @Way2Pay
- AsreTarakonesh.ir
- Way2Pay.ir

ایمیل: mag@way2pay.ir  
 چاپ: واژه (۸۸۳۱۶۶۱۳)  
 صحافی: واژه  
 ناظر چاپ: قادر شهبازی

اشتراک: زهرا قربانی  
 نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، بلوار لاله غربی  
 کوچه حدیث، بن بست حدیث ۲، پلاک ۸  
 تلفن تحریریه: ۴۴۴۳۹۶۶  
 وبسایت: AsreTarakonesh.ir

عکس: حامد کریمزاده

۱۰۶  
 نگاهی به هشت اپلیکیشن مقایسه  
 و فروش آنلاین بیمه در کشور  
**بیمه‌گری بایک کلیک**

۱۰۸  
 معرفی پایانه پرداخت الکترونیک هوشمند  
 TECHNOA920Pro شرکت توسن تکنو  
**در پی بهبود فرایندهای کسب و کاری**

۱۱۰  
 معرفی مدیران عامل ۱۶ کارگزاری برتر کشور  
 از نظر ارزش کل معاملات آنها  
**مردان بازار سرمایه**

۸۶  
 میلیونها رکورد در حال سرمایه‌گذاری روی ساخت  
 شهرهایی در آمریکای مرکزی هستند  
**شهرهای ساخته شده با کریپتو**

۹۱  
 فناوری دیجیتال می‌خواهد رابطه ما با پول و توانایی  
 مدیریت اقتصاد در برخی کشورها را تغییر دهد  
**پول وارد دوران رقابتی جدیدی خواهد شد**

۹۶  
 واحدهای پولی بانک مرکزی در حال فراگیر شدن هستند  
 و می‌توانند جابه‌جایی پول در جهان را تغییر دهند  
**CBDCها جهانی می‌شوند**

۷۹  
 در میزگردی با حضور فعالان  
 حوزه BNPL در کشور مطرح شد  
**BNPL در ایران: آمیخته باریک**

۸۳  
 BNPL هنوز چرخه بلوغ اعتباری  
 را پشت سر نگذاشته است  
**رگولاتوری اجتناب ناپذیر**

۸۴  
 «الان بخیر، بعداً پرداخت کن» بدون حضور شبکه  
 پرداخت الکترونیکی در کشور موفق نخواهد بود  
**نقش پررنگ شبکه پرداخت**



در گفت‌وگو با علیرضا جاوید  
 بنیان‌گذار اول پرداخت دربارہ  
 فعالیت این شرکت مطرح شد  
**حرکت بر لبه تیغ  
 پرداخت‌های  
 بین‌المللی**

۶۸

گفت‌وگو با حمید علی محمدی  
 مدیرعامل شرکت تکنوتجارت  
 که می‌خواهند به یکی از بازیگران  
 اصلی اکوسیستم نوآوری  
 کشور تبدیل شوند  
**فصل جدید**

۶۴



# فلسفه «راه کار» چیست؟

داده‌اند که برخی‌ها، اکانت‌های فعال در شبکه‌های اجتماعی را با رسانه اشتباه می‌گیرند. یکی از مهم‌ترین مشکلات اکانت‌های فعال در شبکه‌های اجتماعی نبود دسترسی مناسب به آرشیو است. رسانه‌ها در وب باید قابلیت‌هایی از جمله جست‌وجو، لینک‌دهی به مطالب مرتبط، قابلیت کامنت پاسخ‌دادن، قابلیت جست‌وجو از طریق تگ‌ها و دسته‌بندی‌ها و در نهایت مواردی مانند پیشنهاد مطالب مرتبط و استفاده از هوش مصنوعی برای تشخیص رفتار مخاطب داشته باشند. در حال حاضر به جز وبسایت‌های خود رسانه‌ها، بسترهای متفاوتی برای بروز و ظهور وجود دارد که برخی از آنها در ایران به این شرح هستند: جار، مگ ایران، فیدیبو، طاقچه، یوتیوب، آپارات، اینستاگرام، تلگرام، لینکدین، توئیتر و...

با وجود بروز و ظهور رسانه‌ها در کانال‌های متعدد، وبسایت هر رسانه مهم‌ترین مرجع و منبع برای دسترسی به محتوای یک رسانه است. کانال چاپ هیچ اولوی نسبت به وب ندارد، ولی کانال چاپ ویژگی‌های متمایزی به رسانه‌ها می‌دهد و نظم در انتشار در مدیوم چاپ به آسانی قابل اندازه‌گیری است. چاپ، رسانه را مجبور می‌کند بسته‌بندی مطالب و محتواها را با دقت و انرژی بیشتری انجام دهد. مدیوم چاپ بر خلاف نظر برخی، نمرده است و فقط شیوه استفاده از آن نسبت به گذشته تغییر کرده است.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رسانه‌های چاپی داشتن عنصر متمایزکننده‌ای به نام جلد است.

جلد در رسانه‌های چاپی نقش مهمی دارد، در حالی که در هیچ کانال دیگری مشابه آن وجود ندارد. همین امروز هم جلد‌های رسانه‌های مطرح دنیا در کانال‌های گوناگون دیده می‌شود، در صورتی که ممکن است محتوای آنها به آن اندازه دیده نشود. تجربه کاربری رسانه‌های چاپی تجربه متمایزی است. در دنیای امروز به جز رسانه‌های چاپی هیچ رسانه‌ای نداریم که بدون مصرف پیوسته انرژی قابل استفاده باشد.

قاعدتاً هنوز در ابتدای راه هستیم و با اینکه تلاش می‌کنیم حرفه‌ای رفتار کنیم، اما ممکن است در بسیاری موارد خطا کنیم. به خودمان اجازه می‌دهیم خطا کنیم، ولی هرگز بر تکرار خطا اصرار نمی‌کنیم. امیدواریم در این راه جدیدی که انتخاب کرده‌ایم، مانند همیشه همراهی شما را داشته باشیم

احتمالاً در جریان باشید که مجموعه رسانه‌هایی که با عنوان «راه پرداخت» منتشر می‌شدند، از هفته‌های گذشته زیرمجموعه «راه کار» فعالیت می‌کنند. راه کار یک رسانه جدید نیست؛ بلکه کارخانه رسانه است. مادر راه کار تلاش می‌کنیم به نیازی پاسخ دهیم که تا حد زیادی ناشناخته مانده و پیچیدگی‌های پاسخ به آن مانع ورود بسیاری به این حوزه شده است. حالا ما به پشتوانه موفقیت‌هایی که در راه پرداخت، عصر تراکنش، کارنگ، رمازرز، بیمه دیجیتال و انتشارات راه پرداخت کسب کرده‌ایم، می‌خواهیم پلتفرمی بسازیم که به جای تولید محتوا، کسب و کارهای رسانه‌ای بسازد که با استانداردهای بالا محتوا تولید کنند.



رضا قربانی  
سرمدبیر

راه کار یک کمپانی تولید رسانه و محتوای کسب و کاری است که مخاطبان آن فعالان حوزه‌های فناوری و نوآوری هستند. به‌طور خاص تمرکز راه کار بر حوزه‌های مالی و کسب و کارهای مرتبط با آنهاست. راه کار بستر انتشار خبرها و نظرها، دیدگاه‌ها، تحقیقات بازار، دیتاهای قابل اتکا و خلق فرصت‌های شبکه‌سازی برای فعالان عرصه‌های اقتصاد نوآوری ایران است. راه کار تلاش می‌کند از طریق دسترسی پیوسته به محتواهای مفید و به‌روز، به مدیران و رهبران کسب و کارها کمک کند که به‌صورت پیوسته استراتژی‌های کسب و کاری خود را بازبینی کنند و برای جهان در حال تغییر آماده باشند. در این راه ما بر حوزه‌های خاصی از اقتصاد نوآوری تمرکز کرده‌ایم؛ پول و بانکداری، تأمین مالی، حسابداری، مدیریت سرمایه، بیمه دیجیتال و شهر هوشمند. با بررسی پیوسته، حوزه‌های تحت پوشش راه کار در حال افزایش است و برای هر حوزه رسانه‌های اختصاصی آن حوزه طراحی می‌شود. راه کار پلتفرمی برای حرفه‌ای‌هاست و کمک می‌کند در جریان بهترین ایده‌ها و به‌روزترین تحقیقات قرار گیرند و به شبکه رهبران توانمند دسترسی داشته باشند.

راه کار با راه پرداخت شروع شد. با عصر تراکنش ادامه یافت و با کارنگ و رمازرز جان گرفت. انتشارات راه پرداخت حلقه تکمیلی این زنجیره بود. همین چند وقت پیش رسانه‌های «بیمه دیجیتال» و «کتاب راه کار» به این زنجیره اضافه شد و «عصرانه‌های راه کار» کلید خورد. در ادامه در حوزه‌های لندتک، پرداخت، ولت‌تک، بانکداری، گردشگری و سلامت نیز رسانه‌هایی راه اندازی می‌شود.

راه کار با حضور روزنامه‌نگاران تخصصی به دنبال ایجاد فرهنگی در فضای رسانه‌ای است که تمرکز بر ارزش آفرینی و ارزش آفرینان است. کانال‌های رسانه‌های راه کار، از رسانه‌های چاپی گرفته تا انواع بسترهای دیجیتال را شامل می‌شود. تمرکز ما بیشتر از اینکه بر کانال باشد، بر رسانه است. تلاش می‌کنیم در حوزه‌های تخصصی رسانه بسازیم و از طریق تعامل اثربخش این رسانه‌ها با هم زمینه افزایش تأثیرگذاری را فراهم کنیم.

## چرا فکر می‌کنیم باید رسانه‌های تخصصی بسازیم؟

رسانه‌های یکی از ستون‌های مهم جوامع امروز هستند. به‌طور کلی سه نوع رسانه داریم؛ دولتی، عمومی و خصوصی. رسانه و رسانه‌نگار مرز روشنی ندارند و گاهی اوقات رسانه‌نگار را معادل رسانه در نظر می‌گیرند. شبکه‌های اجتماعی و توسعه اینترنت و وب، زمینه ظهور رسانه‌نگارهایی را ایجاد کرده که در بیشتر موارد افراد غیرحرفه‌ای و غیردقیق هستند. کار رسانه فعالیت در قالب یک سازمان مشخص، با اهداف روشن، برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی و کمک‌گرفتن از تیمی حرفه‌ای است.

در شرایط فعلی رسانه‌های دولتی و عمومی در کشور ضعیف عمل می‌کنند و بدنه رسانه‌های خصوصی کشور بسیار ضعیف شده است. رسانه‌های تخصصی بخش خصوصی این فرصت را دارند که بتوانند به دور از برخی حاشیه‌ها روی اصل فعالیت رسانه‌ای تمرکز کنند. رسانه‌های ضعیف داخلی و رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از ایران پاشنه آشیل فضای رسانه‌ای فعلی ایران هستند. در این راه باید توجه کرد که رسانه مرز روشنی با روابط عمومی، بازاربایی و تبلیغات دارد. آنچه رسانه را از غیررسانه متمایز می‌کند، آرشیو و دسترسی به محتوای رسانه در طول زمان است. از طریق رسانه می‌توان در جریان روندهای یک موضوع، فرد، کسب و کار، سوژه یا هر چیز قابل پیگیری در طول زمان قرار گرفت. رسانه‌ها بروز و ظهورهای متفاوتی دارند. در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای فضا را تغییر

عصر تراکنش



۱۸

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران

اینشورتک هانتوانسته اند محرک تحولی بزرگ در بیمه باشند  
شاید محرک از جایی بیرون از صنعت وارد خواهد شد

# تحول بیمه از درون یا بیرون؟



مینا والی  
مدیرمسئول

عصر تراکتس

یادداشت

۱۹

مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره شصتم

صنعت بیمه ما صنعت بزرگی نیست. طبق خوداظهاری شرکت‌های بیمه، در سال ۱۴۰۰ کل مبلغ حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی به ترتیب ۱۱۵ و ۶۵ هزار میلیارد تومان بود. عددها نشان می‌دهند که در مقایسه با دو ضلع دیگر خدمات مالی، ما درباره صنعت بزرگی صحبت نمی‌کنیم. آمار جالب‌تری در این گزارش نشان می‌دهد در سال گذشته بیش از یک سوم پرتفوی حق بیمه تولیدی به بیمه شخص ثالث اختصاص داشته است. اگر سهم تنها ۲/۵ درصدی این رشته بیمه از مجموع خسارات پرداختی را هم ببینیم، نتیجه می‌گیریم سود خوبی برای شرکت‌های بیمه‌ای کشور در فروش بیمه شخص ثالث خوابیده است. پیش‌بینی‌ای از اینکه با غیراجباری شدن بیمه شخص ثالث چقدر از درآمد شرکت‌های بیمه نابود می‌شود، نداریم، اما قطعاً گره خوردن وضعیت صورت‌های مالی شرکت‌های بیمه‌ای ما تنها به یک رشته از بیمه، نشان از کم‌کاری باز یگران این صنعت در بزرگ کردن آن دارد. سؤال اینجاست که خواب آرام صنعت بیمه ما را چه عاملی می‌تواند برهم زند؟

بزرگ‌ترین محرک برای تحول در یک صنعت، محرکی است که توان تغییر در صورت‌های مالی شرکت‌های آن صنعت را داشته باشد؛ تا زمانی که حیات شرکت‌های بیمه در نتیجه بیمه‌های اجباری مانند شخص ثالث تضمین شده باشد و خطری سوددهی آنها را تهدید نکند، نمی‌توانیم امیدی به تغییر پرشتاب در این صنعت داشته باشیم. ما مصرف‌کنندگان در محدود مواردی که به نحوی با شرکت‌های بیمه ارتباط برقرار می‌کنیم، هنوز هم در پیچیدگی موجود سرگردانیم. چندان تنوعی در خدمات نمی‌بینیم، اما شرکت‌های بیمه‌ای هنوز نتوانسته‌اند برای مشتریان‌شان تجربه خریدی با کمترین پیچیدگی ایجاد کنند. حتی در زمان خرید بیمه شخص ثالث به عنوان بیمه‌ای پرکاربرد، تفاوتی میان خدمات شرکت‌های گوناگون بیمه‌ای نمی‌بینیم و گاهی تنها بر اساس نام آشنای شرکت یا قیمت بیمه اقدام به خرید آن می‌کنیم. بنابراین اگر هم تلاشی برای متمایز بودن در شرکت‌های بیمه‌ای شده باشد، در عمل و در سمت خریدار مزیتی احساس نمی‌شود.

گره خوردن حیات و ممت صناعت بیمه به نوآوری سبب شده ما با صنعتی به شدت بی‌تحرك مواجه باشیم. در روزگاری که نوآوری با فناوری عجین شده، احتمالاً باید انتظار داشته باشیم گره بی‌تحركی صناعت بیمه در کشورمان و تحول در صورت‌های مالی آن را فناوری باز کند. تا امروز که شرکت‌های نوپا - که به عنوان اینشورتک‌ها آنها را می‌شناسیم - کاری نتوانسته‌اند از پیش ببرند. آیا باید انتظار داشته باشیم شرکت‌های فناورانه خارج از صنعت بیمه محرک نوآوری در بیمه ما باشند؟



بزرگ‌ترین  
محرک برای تحول  
در یک صنعت،  
محرکی است که  
توان تغییر در  
صورت‌های مالی  
شرکت‌های آن  
صنعت را داشته  
باشد؛ تا زمانی که  
حیات شرکت‌های  
بیمه در نتیجه  
بیمه‌های اجباری  
مانند شخص ثالث  
تضمین شده باشد  
و خطری سوددهی  
آنها را تهدید نکند،  
نمی‌توانیم امیدی  
به تغییر پرشتاب در  
این صنعت داشته  
باشیم

صنعت بیمه ما میان خوبی با فناوری ندارد. ما مصرف‌کنندگان هنوز هم نتوانسته‌ایم طعم شیرین بیمه دیجیتال را به طور کامل حس کنیم.



اگر بانک، بورس و بیمه را سه ضلع خدمات مالی بدانیم، طی دهه گذشته باز یگران دو ضلع بانک و بورس تا حدودی خود را با آنچه در دنیای فناوری می‌گذرد، تطبیق داده‌اند؛ اگر هم در استفاده از فناوری در این خدمات هنوز به پای بزرگان دنیا نرسیده‌اند، حداقل تلاشی در این زمینه اتفاق افتاده است، اما در ضلع بیمه فاصله با آنچه در دنیای فناوری رخ داده، بسیار زیاد است. گویی هنوز نیاز به استفاده از فناوری به اندازه کافی در میان باز یگران بیمه کشور درک نشده است. کافی است نگاهی به سایت شرکت‌های بیمه بیندازید تا عمق این عقب‌ماندگی را درک کنید.

تقریباً همه ما هر روز از خدمات بانک و پرداخت استفاده می‌کنیم و احتمالاً ماهانه حداقل یکی، دو بار از خدمات شرکت‌های بورسی. حال تصور کنید اگر در استفاده از این خدمات نتوانیم از ابتدایی‌ترین امکاناتی که فناوری در اختیارمان می‌گذارد، بهره‌مند شویم؛ چقدر تجربه ناخوشایندی خواهیم داشت. همین حالا در ضلع سوم خدمات مالی چنین تجربه‌ای داریم، فقط شانس آورده‌ایم که هر روز مجبور نیستیم از خدمات بیمه استفاده کنیم.

در حالی که چند شرکت نوپا با استفاده حداقلی از فناوری توانسته‌اند تا حدودی این تجربه ناخوشایند را بهبود بخشند، هنوز فناوری نتوانسته در شرکت‌های بیمه‌ای کشور نفوذ کند. در حالی که در دنیا صحبت از تلماتیک، هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و اتوماسیون و در نهایت تجربه اومنی چنل در بیمه است، ما اندر خم فروش آنلاین بیمه مانده‌ایم و هنوز این بخش هم به ثبات و بلوغ لازم نرسیده است.

در حالی که سرمایه‌گذاری در شرکت‌های اینشورتک طی سال گذشته میلادی دوبرابر دوره قبلی آن شده، دغدغه شرکت‌های اینشورتک ما در حد ابتدایی‌ترین دغدغه‌هاست؛ اینجا بیشترین انرژی صرف به‌کارگیری فناوری‌های جدید نمی‌شود، بلکه بیش از همه صرف حل مسائل ابتدایی در تعامل با رگولاتور و شرکت‌های بیمه می‌شود. طی این سال‌ها بزرگ‌ترین نوآوری در صنعت بیمه ما محدود به فروش آنلاین بیمه شده و نتوانسته‌ایم گامی به جلو برداریم.

تا زمانی که شرکت‌های بیمه‌ای کشور نسبت به نبود فناوری در بیمه احساس خطر نکنند و تا زمانی که رقیبی، محرکی برای تکان دادن باز یگران صناعت ایجاد نکند، استفاده از فناوری در بیمه راه به جایی نمی‌برد.



## گزارش‌ها

در بخش گزارش‌های این شماره ماهنامه عصر تراکنش به روال همیشه مروری بر مهم‌ترین اتفاقات اخیر صنعت فناوری‌های مالی کشور داشتیم. علاوه بر انتصاب‌های جدیدی که هر ماه در این صنعت شاهدش هستیم، صنعت بیمه در این مدت روزهای پرتلاطمی را تجربه کرد. راه‌اندازی سامانه سوئیچ بیمه مرکزی با واکنش صریح فعالان اکوسیستم نوآوری بیمه همراه شد؛ تا جایی که در نهایت پای دولت به میان آمد و کارگروه اقتصاد دیجیتال در نامه‌ای به بیمه مرکزی خواستار توقف فعالیت سامانه آمیتیس شد. در میزگردی با حضور استارت‌آپ‌های بیمه و رئیس مرکز فناوری اطلاعات بیمه مرکزی، پروژه آمیتیس را بررسی کردیم. همچنین در این بخش گزارش تصویری اولین عصرانه راه‌کار را مشاهده می‌کنید. در اولین عصرانه راه‌کار، از کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار رونمایی شد. راه‌کار قرار است اولین کارخانه تولید رسانه‌های تخصصی در ایران باشد که بر حسب نیاز و خواسته‌های کسب‌وکارهای بزرگ صنایع مختلف، رسانه‌ای حرفه‌ای برای آن حوزه و صنعت طراحی و راه‌اندازی می‌کند. علاوه بر اینها، در این بخش گزارش‌های خواندنی دیگری را نیز می‌خوانید.

۲۸

روزهای پرتلاطم بیمه

۳۲

سوئیچ بیمه؛ انحصار نهاد ناظر  
یا خلتی قانونی؟

۴۰

در جست‌وجوی هوایی تازه

رونمایی از  
راه‌کار؛ یک  
کارخانه  
نوآوری رسانه



# روزهای پرتلاطم بیمه

یکی از ویژگی های صنعت فناوری های مالی تغییر زیاد مدیران و انتصاب های مدام است. روزهای گذشته هم این روند شتاب بیشتری گرفته است؛ طی یک ماه گذشته حمزه آقابابایی، مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر؛ محمدجعفر نعناکار، مدیرعامل باران تلکام؛ مهدی سعیدی، مدیرعامل شرکت فناوران اعتماد راهبر؛ حمیدرضا احمدیان، مدیرعامل هلدینگ داده ورزی سداد؛ مجید هادی، مدیرعامل شرکت تجارت الکترونیک پارسیان؛ امید ترابی، مدیرعامل دیار دیجیتال و احمد افتخاری، مدیرعامل آپسان شدند. همچنین سیدمحمد رضوی زاده، سرپرست پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران شد، هومن مسگری به عنوان معاون مشارکت ها و سرمایه گذاری های داتین و حسام حبیب الله، به عنوان معاون فناوری اطلاعات بانک شهر انتخاب شدند. اما علاوه بر اخبار متعدد انتصاب ها، صنعت بیمه در این مدت روزهای پرتلاطمی را تجربه کرد. راه اندازی سامانه سوئیچ بیمه مرکزی با واکنش صریح فعالان اکوسیستم نوآوری بیمه همراه شد که نقطه عطف این اعتراضات بیانیه رسمی انجمن فین تک ایران بود. این انجمن در بیانیه خود به فعالیت شرکت آمیتیس و اعطای مجوز انحصاری به آن اعتراض کرد. چالش اعتراض استارتاپ های بیمه ای به الزام نهاد ناظر در استفاده از خدمات سوئیچ تا جایی ادامه دار شد که در نهایت پای دولت به میان آمد و کارگروه اقتصاد دیجیتال در نامه ای به بیمه مرکزی خواستار توقف فعالیت سامانه آمیتیس شد. در ادامه مروری بر مهم ترین اخبار و تحولات اخیر صنعت فناوری های مالی کشور داریم.



## توقف صدور مجوز کارگزاران برخط از سوی بیمه مرکزی

اخبار صنعت بیمه تا امروز همواره سرتیتری از جنس اخطار و هشدار به فعالان نوین فروش بیمه با عنوان اعطایی کارگزاران برخط داشته، اما حالا خبر رسیده که اداره پذیرش مؤسسات و دفاتر بیمه ای صدور هر گونه مجوز جدید فعالیت برای کارگزاران برخط را بدون اطلاع قبلی و تازمانی نامشخص متوقف کرده است. توقف صدور پروانه جدید فعالیت برای کارگزاران برخط استثنایی ندارد و حتی متقاضیانی که تمامی مدارک و اسناد را به طور کامل تحویل داده و همه تغییرات لازم را اعمال کرده اند نیز با اعلام واحد پذیرش دفاتر بیمه ای بیمه مرکزی مبنی بر توقف صدور مجوز و پروانه فعالیت تا اطلاع ثانوی، مجبور به تأمل در دوران بلا تکلیفی پیش آمده هستند، بدون اینکه هیچ دورنمایی از تصمیمات آینده این نهاد در ذهن داشته باشند.



## انتصاب حمزه آقابابایی به عنوان مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر

در مراسمی با حضور مدیران ارشد بانک

صادرات ایران و معاونان و مدیران ارشد شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، حمزه آقابابایی به عنوان مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر منصوب شد. حمزه آقابابایی دانش آموخته دکتری مدیریت و یکی از مدیران جوان صنعت پرداخت است که پیش از این به عنوان مدیرعامل شرکت طوبی امید، زیرمجموعه هلدینگ خدمات انفورماتیک راهبر و شرکت سرمایه گذاری غدیر و شرکت فن آوا کارت به عنوان معاون توسعه کسب و کار و امور مشتریان تجربه های مدیریتی و اجرایی را پشت سر گذاشته است.



## عرضه تپسی به عنوان نخستین استارتاپ تاریخ بازار سرمایه در فرابورس ایران

بالاخره و بعد از گذشت دو سال، عرضه اولیه تپسی از ساعت ۹ صبح روز ۲۴ خرداد آغاز و در کمتر از یک ساعت به پایان رسید. ۴۷ حقوقی واجد شرایط در این عرضه اولیه شرکت کرده و بیش از ۵۸ میلیون سهم این شرکت را به قیمت ۹۳۹ تومان خریداری کردند. با این عرضه، در حال حاضر ارزش بازار این شرکت هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان است. تعداد

کل سهام تپسی بیش از یک میلیارد و ۱۷۰ میلیون سهم بوده که پنج درصد آن در روز ۲۴ خرداد به متقاضیان عرضه شد.

## محمدجعفر نعناکار، مدیرعامل جدید باران تلکام

محمدجعفر نعناکار به سمت مدیرعاملی «باران تلکام» انتخاب شد. محمدجعفر نعناکار متولد ۱۳۶۳ است و تحصیلات خود را در رشته حقوق قضایی در مقطع کارشناسی، حقوق بین الملل در مقطع کارشناسی ارشد و حقوق بین الملل عمومی در مقطع دکتری پیگیری کرده است. او همزمان در حوزه نوآوری و فناوری مطالعات خود را ادامه داده و از سال ۱۳۸۹ به عنوان وکیل پایه یک دادگستری و مشاور حقوقی فعالیت تخصصی خود را آغاز و در شرکت های خصوصی، عمومی و دولتی به تجاری مشغول بوده است. نعناکار از سال ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۸ مدیرکل حقوقی سازمان فناوری اطلاعات ایران بوده و همچنین مدیر امور مجامع و شرکت های هلدینگ فناپ بوده است. او مدیریت امور حقوقی و قراردادهای فناپ را نیز در سوابق اجرایی خود دارد.

## معرفی ترکیب جدید هیئت مدیره شرکت داده ورزی سداد

با برگزاری اولین نشست هیئت مدیره هلدینگ داده ورزی سداد در دوره جدید، اعضای جدید هیئت مدیره معرفی شدند. حمید خالقی مقدم، به سمت رئیس



هیئت مدیره به نمایندگی از شرکت چاپ و نشر بانک ملی ایران؛ حمیدرضا احمدیان، نایب رئیس هیئت مدیره به نمایندگی از شرکت سرمایه گذاری گروه توسعه ملی؛ علی اصغر تقوی، عضو هیئت مدیره به نمایندگی از شرکت مدیریت طرح و توسعه آینده پویا؛ حمیدرضا چگینی، عضو هیئت مدیره به نمایندگی از شرکت خدمات انفورماتیک و رضا خلیلی، عضو هیئت مدیره به نمایندگی از بانک ملی ایران، به عنوان اعضای جدید شروع به کار کردند.



### حمیدرضا احمدیان مدیر عامل هلدینگ داده ورزی سداد شد

حمیدرضا احمدیان در نشست اعضای هیئت مدیره هلدینگ داده ورزی سداد، با تصمیم اعضای هیئت مدیره به عنوان مدیر عامل این شرکت انتخاب شد. احمدیان دارای مدرک دکتری علم اطلاعات و دانش شناسی گرایش بازیابی اطلاعات از دانشگاه تهران است. او عضویت در هیئت مدیره غیرموظف شرکت شاپرک (شبکه پرداخت الکترونیکی کشور)، عضویت در هیئت مدیره موظف شرکت نگاه - بانک کارآفرین، عضویت در شورای راهبردی کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای نوین دانشگاه شهید بهشتی و عضویت در شورای عالی فناوری اطلاعات دانشگاه فنی و حرفه‌ای رادر کارنامه خود دارد.

### رونمایی از پلتفرم تأمین مالی زنجیره ای متافیننس بهسازان ملت

شرکت بهسازان ملت به عنوان بازوی فناوری اطلاعات بانک ملت، پلتفرم معاملاتی سامیار را برای تأمین مالی زنجیره ای راه اندازی کرد. این شرکت همچنین با مشارکت شرکت رهپویان از مجموعه جهاد نصر کرمان، پلتفرم تأمین مالی اختصاصی زنجیره صنعت معادن و صنایع وابسته را با نام متافیننس برای مجموعه جهاد نصر ایجاد کرد. در نتیجه این مشارکت دوسویه میان بانک ملت به عنوان یک بازیگر مالی و مجموعه جهاد نصر به عنوان یک بازیگر عملیاتی، مزایای زیادی پدید می آید و پایه ای بر پیاده سازی عملیاتی SCF بنا می شود. هدف پلتفرم سامیار این است که در آینده ای نزدیک

مسائل تولیدی حوزه مذکور را برطرف کند.

### مهدی سعیدی؛ مدیر عامل جدید شرکت فناوران اعتماد راهبر

مهدی سعیدی در مراسمی با حضور حمیدرضا نائینی، مدیر عامل هلدینگ راهبر، معاونان و مدیران ارشد این مجموعه، به عنوان مدیر عامل جدید شرکت فناوران اعتماد راهبر، بیش از ۱۵ سال تجارب ارزنده مدیریتی در سطوح مختلف صنعت آی تی کشور را در کارنامه کاری خود دارد؛ او دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه تهران و کارشناسی نرم افزار دانشگاه رازی کرمانشاه است.

### انتشار گزارش ۱۴۰۰ دیجی کالا

گزارش سالانه دیجی کالا در سال ۱۴۰۰ منتشر شد. وضعیت تجارت الکترونیک در جهان و ایران، جایگاه دیجی کالا در اکوسیستم تجارت الکترونیک ایران، الگوی خرید آنلاین کاربران ایرانی، اقدامات دیجی کالا در زمینه مسئولیت اجتماعی، مارکت پلیس و زیرساخت عملیات و لجستیک دیجی کالا برای ارائه خدمات به مشتریان و فروشندگان از جمله محورهای اصلی گزارش سال دیجی کالا هستند. طبق این گزارش، دیجی کالا ۲۴۹,۰۰۰ فروشنده و ۷,۵۰۰,۰۰۰ تنوع کالایی دارد، همچنین ۳۹,۵۰۰,۰۰۰ تعداد بازدید یکتای ماهانه دیجی کالا است. این پلتفرم ۸,۷۰۰ همکار مستقیم و ۱۲۶ مرکز زیرساختی دارد. ظرفیت پذیرش انبارش کالا رقمی معادل ۷,۶۰۰,۰۰۰ و ظرفیت پردازش کالا در طول یک روز رقمی معادل ۹۶۰,۰۰۰ برآورد شده است.

### سید محمد رضوی زاده سرپرست پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران شد

عیسی زارع پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ضمن تقدیر و تشکر از وجد پزانیان، طی حکمی سید محمد رضوی زاده را به سمت «سرپرست پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات» منصوب کرد. سرپرست جدید پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات دارای مدرک دکتری مهندسی مخابرات و دانشیار عضو هیئت علمی گروه مخابرات دانشگاه علم و صنعت است.

### واکنش صریح انجمن فین تک ایران به راه اندازی سامانه آمیتیس

نگرانی فعالان اکوسیستم نوآوری صنعت

بیمه از ورود بیمه مرکزی به بازار و درآمدزایی از یک طرف و ترس از وضع قوانین جدید به سبب وجود انحصار از طرفی دیگر کار را به جایی رساند که در نهایت انجمن فین تک ایران در بیانیه ای رسمی نسبت به راه اندازی سامانه آمیتیس واکنش نشان داد. انجمن فین تک با ابراز تأسف از تصمیم نهاد ناظر، این نهاد تنظیم گر بازار بیمه را به دلیل عدم شناخت صحیح از ماهیت کسب و کارهای نوین و همچنین عقب ماندگی صنعت بیمه در زمینه زیرساخت های فناوری اطلاعات نسبت به دورکن دیگر بازار مالی کشور یعنی بانک و بورس و عدم وجود ذهنیتی به روز در این زمینه مورد نقد صریح قرار داد: «این نهاد نه تنها همکاری و مساعدتی در رفع موانع توسعه فعالیت های نوآورانه نداشته، بلکه برعکس، با صدور بخشنامه های ناگهانی که بعضاً از نظر مستندات قانونی و مقرراتی مخدوش هم هست، به صورت مداوم در توسعه این کسب و کارها ایجاد مانع کرده است.»



### انتصاب هومن مسگری به عنوان معاون مشارکت ها و سرمایه گذاری های داتین

با حکم محمد نژاد صداقت، مدیر عامل داتین، هومن مسگری به عنوان معاون مشارکت ها و سرمایه گذاری های این شرکت منصوب شد. مسگری پیش از این «مدیر طرح استقرار و توسعه بانکداری متمرکز بانک سپه» در داتین بود؛ پروژه ای که به عنوان بزرگ ترین و پیچیده ترین پروژه نرم افزاری نظام بانکی کشور در ۱۴ ماه به ثمر رسید و پس از آن با ادغام پنج بانک دیگر، داتین را به دومین پردازش کننده تراکنش کشور تبدیل کرد.

### پیوستن تارا به جمع تأمین کنندگان اطلاعات سامانه اعتبارسنجی

در راستای توسعه تأمین کنندگان اطلاعات سامانه اعتبارسنجی و تنوع بخشی به آن، شرکت توسعه تجارت و فناوری تارا به عنوان یکی از بازیگران جدی فعال حوزه لندتک (BNPL)، با تأیید بانک مرکزی، به جمع تأمین کنندگان اطلاعات سامانه اعتبارسنجی شرکت مشاوره رتبه بندی اعتباری ایران پیوست. تارا از این پس قادر

مهر تراکنش

دیدبان

۲۹

مرداد ۱۴۰۱

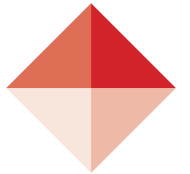
سال ششم  
شماره شصتم





لیداهادی

مهرتراکتس



۳۲

ASAE.TARAKHTAS.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران



در میزگردی با حضور استارت‌آپ‌های بیمه و رئیس مرکز فناوری اطلاعات  
بیمه مرکزی درباره پروژه آمیتیس بررسی شد

# سوئیچ بیمه؛ انحصار نهاد ناظر یا خلتی قانونی؟

این روزها شنیدن اخباری از سرنوشت سوئیچ بیمه مرکزی برای هر کدام از بازیگران اکوسیستم بیمه می‌تواند بسیار با اهمیت باشد. چالش اعتراض استارت‌آپ‌های بیمه‌ای به الزام نهاد ناظر در استفاده از خدمات سوئیچ که به اعتراض صریح انجمن فین‌تک و حتی کارگروه اقتصاد دیجیتال هم کشیده شد، به صدور بیانیه‌های پی‌درپی از سوی دو طرف انجامید، اما به نظر می‌رسد این موضوع راهکاری جز نشستن بر سر میز مذاکره و در پیش گرفتن راه تعامل و تعادل ندارد. به این بهانه و برای ساختن مسیری سازنده جهت تعامل، میزگردی با حضور اهالی صنعت بیمه و به میزبانی قاسم نعمتی، رئیس مرکز فناوری اطلاعات بیمه مرکزی ترتیب دادیم. بهاره شریفیون، مدیرعامل بیمه دات‌کام؛ محمدرضا فرحی، مدیرعامل بیمه‌بازار؛ حامد ولی‌پوری، مدیرعامل ازکی؛ امیر عبیری، مدیرعامل آیتول؛ حامد کاظمی، مدیرعامل مرکوری؛ علیرضا عقیلی، مدیرعامل هشتگ بیمه و روح‌الله حیدری، مدیر فناوری اطلاعات بیمه پارسیان در فرصت اندکی که در اختیار داشتند از چالش‌ها و دغدغه‌هایشان گفتند و صحبت‌های میزبان را نیز شنیدند. احسان حق‌بجانب، مدیرعامل بیمیکا مجری و تسهیلگر این میزگرد چالشی بود.





از نگرانی‌های احتمالی بشنویم و دغدغه‌هایی که هر یک از شما می‌توانید در رابطه با پروژه سوئیچ داشته باشید.

**بهاره شریفیون:** امروز به واسطه راه‌اندازی پروژه سوئیچ صرفاً شبکه فروش آنلاین می‌تواند تحت نظارت قرار بگیرد و در خصوص شبکه فروش سنتی عملاً هیچ نظارت خاصی وجود ندارد که این موضوع از نظر ما یکی از موارد تبعیض به‌شمار می‌رود. البته باید اضافه کنم که اگر ما جایی ضعف نظارتی داریم، نباید نظارت بیشتر در قسمت دیگری را زیر سؤال ببریم. امروز بزرگ‌ترین چالش ما بیش از مسئله نظارت موضوع الزام استفاده قطعی از خدمات سوئیچ آمیتیس است. چون شرکت‌های بیمه امروز همگی قابلیت این را دارند که به استارت‌آپ‌های بیمه‌ای به‌طور مستقیم دسترسی به وب‌سرویس‌های خودشان را ارائه بدهند، ولی این الزام به استفاده صرف از خدماتی که آمیتیس در اختیار قرار می‌دهد، برای ما مشکل ایجاد کرده است. در حال حاضر میزان تخلفات در حوزه آنلاین زیاد است و حتی ضریب خسارت در شبکه آنلاین خیلی بیشتر از میزانی است که از سوی حوزه فروش آنلاین گزارش می‌شود. در یکی از جلسات بیمه مرکزی این‌طور مطرح شده که ما هیچ کارگزاری را نداریم که بدهکار صنعت باشد، بلکه این مشتری است که بدهکار است. به نظرم این موضوع

به اصلاح نیاز دارد. مثلاً بیمه مرکزی می‌گوید که اگر یک خودروسازی بدهی به صنعت دارد، دقیقاً خودروساز است که بدهکار است، نه کارگزارانش. اما مسئله این است که کارگزار متعلق به خود شرکت خودروسازی است! این از موارد مهمی است که باید به آن پرداخته شود.

ما امروز آیین‌نامه‌ای در رابطه با فعالیت کارگزاران داریم که به مرور زمان تغییراتی روی آن اعمال شده و به اسم آیین‌نامه ۹۲/۲ لازم‌الاجرا شده است. در واقع شالوده اصلی آیین‌نامه کسب‌وکارهای آنلاین بیمه همان آیین‌نامه کسب‌وکارهای آنلاین است. این راه هم اضافه کنم که منظورم از آنلاین، رویکرد استارت‌آپی و نوآورانه است. اتفاقی که افتاده این است که آمیتیس قصد دارد نکته به نکته آیین‌نامه را اجرا کند. این هیچ ایرادی ندارد. آمیتیس دقیقاً همان کاری را می‌کند که باید می‌کرد، ولی ما باید یک لایه به عقب برگردیم و به موضوع آیین‌نامه‌ای برسیم که هیچ سنخیتی با نوع کسب‌وکارمان ندارد؛ از عبارت کارگزاری برخط گرفته که باید قطعاً تغییر کند تا خود موارد آیین‌نامه که باید طبق نیاز فرایندهای ما تدوین شود. مسئله مهم این است که آمیتیس کاملاً بر اساس کارکرد یک کارگزاری آنلاین است که اتفاقاً از این منظر روش بسیار ساده و سالمی برای فعالیت است، اما این نوع رویکرد با کاری که ما می‌خواهیم انجام بدهیم، بسیار متفاوت است. من باید به نکته مهمی اشاره کنم. یادمان باشد که ما شرکت‌های فناوری محوری هستیم که وارد بیمه شده‌ایم و ادعای بیمه‌گری نداریم. ما آمده‌ایم که یکسری روش‌ها را تغییر بدهیم؛ از روش‌های خرید بیمه تا ارائه محصولات دیگر. طبیعتاً وقتی فرایند متفاوتی داریم، باید زیرساخت‌های فناوریانه متفاوتی هم داشته باشیم.

نکته دوم در رابطه با بیمه مرکزی است. ما در هر قرارداد تجاری سه عنصر بیمانکار، کارفرما و ناظر بر قرارداد داریم. ناظر قرارداد نمی‌تواند مجری باشد، ولی با پیاده‌سازی سوئیچ ناظر عملاً وارد لایه اجرایی می‌شود. به این ترتیب دیگر اصلاً چه نیازی به حضور ماست. خوب بیمه مرکزی یک UI هم طراحی کند و سایت بالا بیاورد. کاربر هم همان جا بیمه‌اش را بخرد و دیگر چه لزومی به فعالیت ماست.

**قاسم نعمتی:** اجازه بدهید من در این باره توضیح بدهم. شما الان دارید جواب خودتان را می‌دهید. از طرفی می‌گویید که ناظر نباید وارد لایه کسب‌وکار شود و از طرف دیگر می‌گویید بیمه مرکزی یک UI بالا بیاورد. هر وقت نهاد ناظر چنین کاری انجام دهد، یعنی وارد لایه کسب‌وکار شده است؛ نه الان. ما در حال حاضر با سوئیچ فقط وارد بحث نظارت شده‌ایم. سوئیچ فقط در حال اجرا کردن قانون است. اگر سوئیچ یک کار، فقط یک کار، خارج از آیین‌نامه انجام دهد، ما سریع آن را متوقف خواهیم کرد. سوئیچ اصلاً دخالتی در کسب‌وکار شما ندارد.

این وسط بحث باندل کردن محصولات و کیف پول و... به میان می‌آید. وقتی شما الزام می‌کنید در زمان خرید بیمه‌نامه باید همه پرداخت‌ها در گاه این سامانه انجام شود، یعنی در لحظه پول به حساب بیمه‌گر بنشیند. آن وقت مسئله باندل کردن محصولات با چالش‌های زیادی روبه‌رو خواهد بود.

**نعمتی:** ببینید، اعتراض‌های امروز به سوئیچ به فضای کسب‌وکار فناورانه نیست، بلکه به آیین‌نامه است. بگذارید یک سؤال بپرسم. بیمه‌نامه چه زمانی صادر می‌شود؟ هر وقت که پرداخت انجام شود. پس باید تکلیف پرداخت معلوم باشد. پس اگر آیین‌نامه برای کسب‌وکارها این شرایط را در نظر نگرفته، مشکل از سوئیچ نیست. نکته اینجاست که قانون غلط هم باید اجرا شود. قانون تا زمانی که قانون است، چه درست و چه غلط، باید اجرا شود. حالا قانون را بگذارید وسط و برایش به فکر چاره باشید. اصلاً نوآوری همین است.

پس قانون ایراد دارد؟

**نعمتی:** صحبت‌هایی که الان مطرح است، در واقع نقد بر آیین‌نامه است و به نادرستی روی صحبت‌ها به سمت سوئیچ نشانه می‌رود. همه چیز از راه تعامل قابل حل است. ما قبل از نوشتن آیین‌نامه کلی جلسه مشترک با استارت‌آپ‌ها داشتیم. چرا آن زمان کسی از مشکلات احتمالی صحبت نکرد؟ به نظر من راه درست مطالبه‌گری در این شرایط بسیار مهم است.

کار گروهی تشکیل شد؟ نشست‌های تخصصی برگزار شد؟

**نعمتی:** همه صحبت من این است که استارت‌آپ‌ها مطالبات خود را از مسیر درستی پیگیری نمی‌کنند. فضای مجازی و ایجاد هجمه و... رافع مشکلات و بازدارنده بیمه مرکزی از نظارت نخواهد بود. استارت‌آپ‌ها به عنوان حامی به سراغ معاونت علمی و فناوری رفتند که این نهاد اصلاً در زمینه بیمه و نظارت جایگاهی ندارد. آنها فقط روی بحث فناوری تأکید دارند و از لایه‌های پیچیده صنعت بیمه اطلاعی ندارند. استارت‌آپ‌ها تا به امروز هر کدام مطالبه‌ای داشته‌اند، اما بسیار پراکنده. برای همین پیشنهاد شد که انجمن یا کارگروهی تشکیل بدهند

ممبر تراکتس



مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره ششم





کنیم. به نظر من بهتر است در این جلسه درباره راهکار و راه حل ها صحبت کنیم.

نهاد ناظر می گوید سوئیچ را برای نظارت بر برخی تخلف ها طراحی کرده است؛ تخلفاتی چون دریافت نقدی حق بیمه از مشتری و صدور بیمه نامه اقساطی توسط نماینده بیمه و به این بهانه بیمه مرکزی به فکر اجرای سوئیچ افتاده است. آیا این راهکار درستی است؟

واقعیت این است که همیشه تخلفات بوده و هستند، ولی باید راهکاری اصولی برای آنها پیدا کرد.

من قاطعانه معتقدم که راه حل مشکلات صنعت بیمه، سوئیچ نیست. راه حل نظارت بهتر و بیشتر است؛ راه حل وارد شدن در لایه اجرا نیست، بلکه نظارت قوی نهاد ناظر است.

اینکه میزان دخالت سوئیچ چقدر است، موضوع و چالش مهم ما نیست؛ موضوع مهم این است که باید نگاه ما به این ماجرا یک نگاه سیستماتیک باشد. این موضوع که اگر سوئیچ قطع باشد، دسترسی نمایندگان و فعالان بیمه نیز قطع می شود، نشان می دهد که طراحی سیستم ایراد دارد و معماری سوئیچ، درست نیست. بگذارید مثالی بزنم؛ پلیس برای کنترل تردد خودروها دوربین می گذارد. اگر یک روز دوربین قطع باشد، مردم به تردد خودشان ادامه می دهند و این طور نیست که در صورت قطع دوربین ها، خیابان ها بسته شود. در مورد سوئیچ اما این طور است و اگر سوئیچ قطع باشد، بسیاری از کسب و کارها تعطیل می شوند.

**علیرضا عقیلی:** من لازم می بینم به نکته مهمی اشاره کنم. چالشی را که امروز شاهد هستیم، نباید تقابل اینشورتک ها با بیمه مرکزی معنا کرد، بلکه این چالش بین کارگزاران برخط با بیمه مرکزی است. به نظر بنده موضع گیری انجمن فین تک در این زمینه اصلاً لزومی نداشت؛ چرا که این چالش فقط برای کارگزاران برخط به وجود آمده و اگر انجمن فین تک قصد حمایت از گروه اینشورتک ها را داشت، باید همه ارائه دهندگان سرویس اکوسیستم نوآورانه بیمه را به بیان چالش ها دعوت می کرد.

و اما سوئیچ، سوئیچ بیمه دریافت API استعلام، ایجاد یک سیستم تبادل اطلاعات و بانک اطلاعاتی، ارتباط

و با حضور نمایندگان ثابت و مشخص در جلسات شرکت کنند تا تکرار مکررات اتفاق نیفتد. بنا هم بر این بود که استارتاپ ها همه نیازمندی ها را جمع کنند و روی میز بگذارند. از این سمت هم ما از واحد نظارت و طرح و توسعه و معاونت علمی و فناوری حاضر شدیم و سوئیچ در چنین فضایی طراحی شد؛ در این راستا مشکلات نظارتی سمت بیمه مرکزی را مطرح کردیم، شکایاتی را که در این حوزه مطرح شده بود، عنوان کردیم، دغدغه های نظارتی را مطرح کردیم و از آن سمت هم استارتاپ ها نگرانی ها را گفتند و در نهایت به این نتیجه رسیدیم که پروژه ای به اسم سوئیچ باید راه اندازی شود. چیزی که امروز در حال اجراست، ذره ای با مباحث جلسات گذشته ما با استارتاپ ها منافاتی ندارد. مسئله برداشت اشتباهی است که همه گرفتار آن هستند؛ چه در معاونت علمی و فناوری، چه استارتاپ های بیمه ای و چه در بیمه مرکزی.

اینشورتک کارگزار آنلاین نیست، ارزیاب آنلاین نیست، فروش آنلاین یا خدمات آنلاین نیست. صنعت بیمه اول از همه باید بپذیرد که پدیده جدیدی به نام اینشورتک ایجاد شده است. دوم اینکه همه کسانی هم که در این حوزه کار می کنند، به عقیده من اینشورتک نیستند. با صرف انجام کاری در فضای آنلاین نمی شود اسم اینشورتک را به پدک کشید. باید در پوسته نوآوری بروند، باید در لایه های متفاوتی کارهای جدید خلق کنند.

در حال حاضر این سؤال مطرح است که مگر فقط کارگزاران آنلاین تخلف می کنند که به واسطه سوئیچ باید درصد شوند و آیا کارگزاران فروش سنتی به نظارت نیاز ندارند؟ باید بگویم که سوئیچ از قضا برای هر دو گروه در نظر گرفته شده است. اصلاً مگر استارتاپ می تواند به تخلفی دست بزند و شرکت بیمه در جریان نباشد؟ ما با سوئیچ بیمه هر دو گروه را نظارت می کنیم و این برداشت غلط است که فقط شبکه آنلاین را هدف قرار داده ایم.

بگذارید روشن بگویم؛ سوئیچ بیمه طراحی شده تا فضای سالمی برای کسب و کار بیمه ایجاد شود. این وسط قطعاً نقص ها و کاستی هایی هم وجود دارد که قطعاً با کمک هم باید برطرف شود. اما وظیفه اصلی اش نظارت بر کل اکوسیستم بیمه است، نه صرفاً گروه استارتاپ های فروش مجازی. سنها اصلاً برای نظارت برای گروه فروش سنتی به میان آمده است. نکته مهم اما اینجاست که اکنون حجم بازار استارتاپ ها فقط پنج درصد است. البته خیلی زود این گروه سهم زیادی از بازار را می گیرد و به نظر من نباید شبکه فروش مجازی و سنتی را از هم جدا کرد. این دو گروه به هم آمیخته هستند. اگر هم نظارتی باشد، برای هر دو گروه است. اصلاً یک سؤال مطرح است. مگر شرکت های بیمه به استارتاپ ها دسترسی به API ها می دهند که الان با اجرای سوئیچ این کار لغو شده باشد؟ ما یک آیین نامه داریم که هیچ گروهی به آن پایبند نیست؛ نه شرکت های بیمه، نه استارتاپ ها. چرا؟ این سؤال من است واقعاً!

**امیرعبیری:** واقعیت این است که برای فعالان صنعت آنلاین بیمه، سوئیچ یک غافلگیری بزرگ بود. ما تا پیش از این، از پروژه سوئیچ خبر داشتیم، اما ابعاد و چگونگی اجرای آن اصلاً مشخص نبود.

موضوع دیگر این است همین حالا ما در زمینه درگاه های پرداخت با چالش های بسیاری مواجه هستیم و به نظر می رسد زمانی که بیمه مرکزی به عنوان رگولاتور و شرکت های بیمه در مورد درگاه ها تصمیم بگیرند، این چالش ها بیشتر خواهد شد. در واقع در حال حاضر ما با درگاه های بانک ها مذاکره ای داشته ایم و بهترین سرویس مالی را از آنها دریافت می کنیم و در شرایط فعلی نمی توانیم از سرویس بانکی و درگاهی که بیمه مرکزی تحمیل می کند، استفاده

گزارش تصویری عصر تراکنش از اولین عصرانه راه کار

# همنشینی رقبا

پنجشنبه بیست و سوم تیرماه، اولین عصرانه راه کار با حضور بیش از یکصد نفر از فعالان حوزه رمزارز کشور برگزار شد. در این برنامه چهارساعته که به بهانه رونمایی از کارخانه نوآوری رسانه راه کار برگزار شده بود، مهمانانی از مجلس شورای اسلامی، سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران، صرافی‌های شناخته شده رمزارزی ایران و بنیان‌گذاران و مدیران کسب و کارهای رمزارزی و بلاکچینی کشور حضور داشتند و به بحث و گفت‌وگو پرداختند.



کارخانه نوآوری رسانه راه کار قرار است اولین کارخانه تولید رسانه‌های تخصصی در ایران باشد که بر حسب نیاز و خواسته‌های کسب و کارهای بزرگ صنایع مختلف، رسانه‌ای حرفه‌ای و درخور برای آنها طراحی و راه‌اندازی کند؛ در واقع راه کار می‌خواهد کمک کند تا کسب و کارهای ایرانی و تلاش‌های واقعی آنها دیده و شنیده شود.

در این مراسم که با حمایت بانک شهر برگزار شد، حسام حبیب‌الله، معاون فناوری اطلاعات بانک شهر درباره حوزه رمزارز و وضعیت این بخش در کشور صحبت کرد و گفت: «دارایی‌های دیجیتال و رمزارزها در دنیا به یک ابرتند تبدیل شده‌اند و در ایران مردم از این ابرتند پیروی می‌کنند، اما در لایه‌های سیاست‌گذاری هنوز برای قانون‌گذاری این ابرتند اقدام مؤثری انجام نشده است. رمزارز در آینده‌ای نه‌چندان دور به یک صنعت تبدیل می‌شود و بانک شهر نیز این آمادگی را دارد که جایگاه خود را در این صنعت پیدا کند.»

محسن ابراهیمی، مدیرعامل شرکت توسعه و نوآوری بانک شهر نیز با بیان اینکه مقررات شفاف برای فعالیت صرافی‌های رمزارزی در کشور وجود ندارد، برای همکاری با صرافی‌های رمزارز اعلام آمادگی کرد و گفت: «شرکت ما که کاملاً متعلق به بانک شهر است، پروژه‌هایی دارد که می‌تواند با کار صرافی‌ها گره بخورد. زیرساخت‌های پروژه شهرنت که در ۳۳۰ نقطه کشور خدمات بانکی ارائه می‌دهد، متعلق به خود شرکت است و می‌توانیم، در کنار خدمات بانکی، خدمات صرافی‌ها را هم ارائه دهیم.» ابراهیمی صرافی‌های رمزارزی را به همکاری با بانک شهر دعوت کرد و خطاب به آنها گفت که در جلسات حضور پیدا کنند و از نیازهایشان بگویند.

در ادامه این دوره‌می، مدیران بخش‌های مختلف کارخانه نوآوری رسانه راه کار به بیان فعالیت‌های خود پرداختند. راه کار در حال حاضر دارای هفت رسانه؛ ماهنامه چاپی عصر تراکنش، انتشارات راه پرداخت، فروشگاه راه پرداخت، هفته‌نامه کارنگ و رمزارز، وبسایت تحلیلی خبری راه پرداخت و دو هفته‌نامه بیمه دیجیتال است و پنل پرداخت، بانکداری، سلامت، لندتک، ولت‌تک و گردشگری نمونه‌ای از رسانه‌های در حال راه‌اندازی این کارخانه هستند.

در بخش پایانی این رویداد نیز مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس، ضمن استقبال از رویکرد بانک شهر نسبت به فناوری‌های روز دنیا و به خصوص رمزارزها تأکید کرد: «این اولین باری است که بانکی ایرانی چنین دیدگاهی را در راستای حمایت از نوآوری و فناوری حوزه رمزارز و بلاکچین مطرح می‌کند.» او در بخش دیگری از سخنان خود ضمن استقبال از برگزاری چنین رویدادهایی و همچنین تأثیرگذاری رسانه‌های تخصصی مجموعه راه کار بیان کرد: «اکنون شاهد حضور ماهنامه عصر تراکنش در نهادهای دولتی و قضایی هستیم

و این موضوع نشان می‌دهد که مسیر راه کار مسیر درستی است.» ♦

عصر تراکنش



۳۸

ASAE TRANKESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران







عمر تراکتس



مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره شصتم



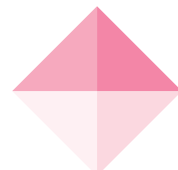




ابوالفضل  
رجبی



عصر تراکتس



۴۰

ASARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران

نگاهی به استراتژی ها و چالش های بازیگران اکوسیستم استارتآپی کشور برای ورود به بازار سرمایه

# در جستجوی هوایی تازه

در ماه گذشته با ورود تپسی به عنوان اولین استارتآپ به بازار سرمایه کشور، اتفاقی مهم در اکوسیستم استارتآپی کشور رقم خورد. به نظر می رسد با پذیرش تپسی در فرابورس راه جدیدی در مسیر رشد و توسعه اکوسیستم استارتآپی گشوده شده است. این گشایش از این جهت اهمیت دارد که مسئله سرمایه گذاری یکی از مهم ترین عوامل رشد برای استارتآپ ها به حساب می آید و بازار سرمایه کشور در توجه به این ضرورت می تواند با ایجاد بستری مناسب برای سرمایه گذاری و همچنین ارزش گذاری استارتآپ ها تازه ای به اکوسیستم استارتآپی کشور بدمد. با این حال در این نقطه که گمانه زنی هایی درباره حضور بازیگران اصلی اکوسیستم استارتآپی کشور به بورس شدت یافته، پاسخ به این پرسش که چه چالش هایی در مسیر پیوستن استارتآپ ها به بازار سرمایه وجود دارد که باعث می شود حضور آنها را با اما و اگرها همراه کند و همچنین اینکه چه شکلی از تعامل میان بازار سرمایه و استارتآپ ها می تواند فرایند پیوستن به بازار سرمایه را برای آنها آسان کند، دارای ضرورت است. تپسی به عنوان اولین استارتآپ راه پرفرازونشیبی را در دو سال گذشته پیموده و اکنون عضوی از بازار سرمایه است و اسنپ نیز به عنوان بازیگر مهم این عرصه در پی فرصتی مناسب است تا با بازار سرمایه همراه شود. در این گزارش در گفت و گو با میلاد منشی پور، مدیرعامل تپسی و محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ به چالش های ورود استارتآپ ها به بازار سرمایه پرداختیم. همچنین در حاشیه همایش «اقتصاد دانش بنیان بازار سرمایه، دورنمای آینده» که در یکی از روزهای پایانی تیرماه در بورس تهران برگزار شد، فرصتی ایجاد شد تا برای تکمیل این گزارش با مدیران عامل سه شرکت آسیاتک، دیجی کالا و هزاردستان درباره مهم ترین چالش ها و موانع و نیز استراتژی این شرکت ها برای ورود به بازار سرمایه و آینده نگری این جریان شتاب یافته در کشور به شکل کوتاه گفت و گو کنیم. در این میان شرکت آسیاتک به تازگی به بازار سرمایه پیوسته و در طرف دیگر پیوستن دیجی کالا و هزاردستان به بازار سرمایه در هاله ای از ابهام قرار دارد. در ادامه این گفت و گوها را می خوانید.







میلاذ منشی پور، مدیرعامل تپسی ابتدا درباره نگاه تصمیم‌گیران به شرکت‌های فناوری محور در پذیرش آنها در بازار سرمایه و چالش سرمایه نامشهود این شرکت‌ها صحبت می‌کند و می‌گوید: «زمانی که به شرکت‌های حاضر در بورس نگاه می‌کنیم، یک فاصله بزرگ بین شرکت‌های سنتی و شرکت‌های اینترنت محور وجود دارد و آن تفاوت در شکل دارایی آنهاست.

به طور کلی، می‌توان از سه طیف شرکت در بازار سرمایه ایران صحبت کرد؛ شرکت‌های سنتی و کلاسیک که دارایی آنها منطبق بر دارایی مشهود است که بخش عمده این بازار را شکل می‌دهند و شرکت‌های دانش‌بنیان که بر مبنای تحقیقات خود بنا شده‌اند که دارایی آنها ترکیبی از دارایی مشهود و نامشهود است و در آخر شرکت‌های فناوری محور و اینترنت محور که کل دارایی آنها نامشهود است. این طیف تا قبل از تپسی نتوانسته بود مسیر ورود به بورس را طی کند؛ چراکه شرکت‌های اینترنتی اساساً شرکت‌های آسانی برای پذیرش در بورس نبوده‌اند؛ در حالی که شرکت‌های صنعتی کلاسیک در پیوستن به بازار سرمایه همواره مورد توجه و اقبال قرار گرفته‌اند.

به نظر می‌رسد از نظر تصمیم‌گیران بازار بورس شرکت‌های خوب همان طیف شرکت‌های سنتی باشند؛ چراکه چالش خاصی با نهادهای تصمیم‌گیر و ناظر در تبیین شکل دارایی برای ورود به بازار سرمایه ندارند. این رویکرد در شناخت و پذیرش از صنایع و شرکت‌ها در بورس به رویکرد دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی در دنیا شباهت دارد و فاصله زمانی زیادی از این حیث وجود دارد.» او در ادامه درباره چالش‌های ورود تپسی به بازار سرمایه و راه‌پرفرازونشیبی که این شرکت در ورود به بازار سرمایه پیموده، می‌گوید: «در واقع ورود تپسی ورود یک صنعت به بازار سرمایه بود. ما در این شرایط برای ورود به بورس بایستی بدنه تصمیم‌گیران اقتصادی و غیراقتصادی را قانع می‌کردیم؛ چراکه نگاه حمایت‌محور بود، ولی در واقعیت شناخت و آشنایی کافی از ماهیت کسب‌وکار ما وجود نداشت.

ما یک موجود در بسته و ناآشنا برای این بدنه به حساب می‌آمدیم که سازوکارها و حتی ادبیات‌مان نیز متفاوت بود. ما در این سال‌ها تلاش کردیم تا بدنه تصمیم‌گیران را با یک صنعت جدید آشنا کنیم که شامل صورت‌های مالی، روش‌های توسعه و مدیریت، ارزش‌گذاری دارایی نامشهود در مقابل مشهود و همچنین تبعات داده‌ها و مسیرهای عملیاتی کسب‌وکار - که در سطح جامعه گسترده است - می‌شد. در واقع سختی راه این بود که این بدنه با یک موجود جدید باید آشنا می‌شد و از بد حادثه ما اولین بودیم و باید این تعامل و مشارکت را با مسئولان برقرار می‌کردیم.»

منشی پور در ادامه درباره اینکه در حال حاضر چه میزان از

چالش‌ها در مسیر پیوستن کسب‌وکارهای فناوری محور به بازار سرمایه برطرف شده، اضافه می‌کند: «به نظر می‌رسد تاکنون حدود ۷۰ درصد راه برای کسب‌وکارهای این حوزه که قرار است به بازار سرمایه ورود پیدا کنند، طی شده است. مابقی مسیر نیز به سازوکارهای هر شرکت و شکل صنعت آن برمی‌گردد؛ اما معتقدم مسیر بازار سرمایه در وضعیت کنونی برای دیگر کسب‌وکارهای فناوری محور ریل‌گذاری شده است.»

او در رابطه با دو چالش عمده که تپسی در فرایند پذیرش در بازار سرمایه با آنها درگیر بود نیز می‌گوید: «بحث دارایی‌های نامشهود یکی از مهم‌ترین چالش‌های ما بود که در نتیجه ثابت کردیم شرکتی شبیه تپسی بدون اتکا به دارایی مشهود با ویژگی پایداری و تداوم عملیات می‌تواند وضعیت ثابتی داشته باشد و از نامشهودی دارایی آن نباید هراسی داشت.

چالش مهم دیگر تنظیم ضوابط و مقررات بازار بورس برای استارت‌آپ‌ها بود که به طور کلی، ابعاد اجتماعی، ماهیت داده‌ها و تعهد مدیران را شامل می‌شد. این دو، چالش‌های عمده‌ای بودند که حل آنها حدود یک سال زمان برد.»

مدیرعامل تپسی درباره مزیت‌ها و ضرورت ورود استارت‌آپ‌ها به بازار سرمایه نیز صحبت می‌کند: «واقعیت این است که هر استارت‌آپی نیازمند امیدی برای نقدشوندگی سرمایه شرکت خود است. چه از نظر من سرمایه‌گذار که قرار است پول خود را وسط بگذارد، چه از نظر مدیر و تیم مؤسس که برای رشد یک کسب‌وکار از زندگی خود مایه گذاشته است؛ بنابراین باید انگیزه و امیدی دوطرفه برای نگاه به آینده به وجود بیاید. تا قبل از اقدام تپسی کل صنعت عملاً امیدی برای نقدشوندگی سرمایه‌اش در بازار سرمایه نداشت.

اساساً نقدشوندگی از دو راه ممکن است؛ یکی از طریق جذب سرمایه‌گذار که در تمام صنایع ایران تعداد بسیار محدودی را شامل می‌شود و دیگری امید به نقدشوندگی در بازار سرمایه. در بازار سرمایه نیز نقدشوندگی با مشخص بودن قیمت و ارزش‌گذاری صحیح ممکن می‌شود تا سهام‌داران بتوانند در واحدهای خردتر عملیات خریدوفروش را انجام دهند. البته این بدین معنا نیست که سهام‌داران از گردونه خارج بشوند؛ بلکه صرفاً مسئله این است که کسب‌وکار قیمت واقعی در بازار پیدا کرده که به آن امکان نقدشوندگی می‌دهد و این مسئله امیدآفرین است. وقتی این اتفاق برای صنعتی رخ بدهد لحظه‌جدیدی برای کسب‌وکار خلق می‌شود که منابع مالی و نیروی انسانی به سمت آن حرکت می‌کنند.»

او در ادامه اضافه می‌کند: «تا قبل از این اتفاق حوزه استارت‌آپی کشور وضعیت ورود به بورس را در هاله‌ای از ابهام و ناامیدی می‌دید، ولی این ناامیدی تا حد زیادی از بین رفت. واقعیت این است که اکوسیستم استارت‌آپی کشور چاره‌ای ندارد و توصیه می‌کنم اگر قرار است شرکتی به بازار سرمایه ورود کند، افق بلندمدت در نگاه به بازار سرمایه را مد نظر داشته باشد. در ابتدا ممکن است برخی ارزش‌گذاری‌ها که در این مرحله صورت می‌گیرد، راضی‌کننده نباشد و واقعیت نیز چنین است؛ چراکه گاهی قیمت‌گذاری اولیه نصف قیمت واقعی کسب‌وکار است. این مسئله یکی از نقصان‌های جدی بازار سرمایه ماست و قیمت‌گذاری دستوری در عرضه اولیه ناخوشایند است که این موضوع منحصر به شرکت‌های اینترنتی نیست و تمام شرکت‌ها و صنایع گرفتار آن هستند، ولی ما به عنوان یک شرکت اینترنتی باید به منافع بلندمدت توجه کنیم؛ چراکه در این نگاه است که می‌توان ثمره آینده‌نگری و پیوستن با اقتصاد کلان کشور برای کسب‌وکار را مشاهده کرد.

در نهایت معتقدم هرچه بخش بیشتری از شرکت‌های اینترنتی به بازار سرمایه بپیوندند، شاهد رشد و رونق بیشتر این عرصه خواهیم



میثم فدائی، مدیرعامل فرابورس در گفت و گو با عصر تراکنش از ورود استارت‌آپ‌ها به بازار سرمایه می‌گوید

# فرصتی برای بلوغ

امروزه اعتقاد غالب در اقتصاد این است که هر شرکت موفق باید در بازار سرمایه حضور داشته باشد. اما به دلیل اینکه مسیر ورود به بورس برای همه آسان و هموار نیست، برخی شرکت‌های بزرگ دنیا همچنان به طور خصوصی اداره شده و سهامی خاص هستند. این در حالی است که آنها می‌دانند حضور در بازار سرمایه به معنی تأمین مالی، برخورداری از معافیت‌های مالیاتی، افزایش اعتبار داخلی و جهانی، تسهیل وثیقه‌گذاری سهام توسط سهام‌داران، شفافیت و نظم و انضباط مالی است. اما در مقابل فرصت‌هایی که به دست می‌آید، فرصت‌هایی نیز از دست می‌رود. از دست دادن کنترل شرکت به شکل قبلی، برخورد با دیدگاه‌های متفاوت سهام‌داران و عدم توانایی کنترل دیدگاه‌های جدید و الزامات قانونی افشای کوچک‌ترین اطلاعات تأثیرگذار از جمله مواردی هستند که ورود به را برای برخی سخت می‌کند، اما فضای استارت‌آپی کاملاً متفاوت است. استارت‌آپ‌ها از ابتدای راه‌اندازی به دنبال جذب سرمایه جدید هستند. یکی از اهداف بزرگ استارت‌آپ‌ها ورود به بازار سرمایه است تا بتوانند از امکانات موجود در این بازار بهره ببرند، ولی برخلاف شرکت‌های تولیدی و شرکت‌های با دارایی‌های مشهود، ورود استارت‌آپ‌ها به بازار سرمایه مسیر هموار و روشنی ندارد.



پذیرش، ارائه اطلاعات کامل سهام‌داران حقیقی و حقوقی، انتشار اطلاعات در سامانه کدال، انتشار امیدنامه نهایی و درج و عرضه سهام، این مراحل را تشکیل می‌دهند. برای شرکت‌های استارت‌آپی این فرایند طولانی‌تر و کمی پیچیده‌تر است و این موضوع دلایل مختلفی دارد. یکی از مهم‌ترین مسائل، دارایی‌های شرکت‌های استارت‌آپی است. این شرکت‌ها دارایی مشهود مانند کارخانه‌های تولیدی ندارند، بلکه شرکتی با دارایی‌های نامشهود هستند و این ویژگی، فرایند عرضه را پیچیده می‌کند. در حقیقت، مهم‌ترین بخش ورود استارت‌آپ‌ها به بورس همین مرحله ارزش‌گذاری است. روش‌های مختلف ارزش‌گذاری در بازار سرمایه مرسوم است، اما ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها چالش بزرگ بازار سرمایه است و کار را به شدت کند، پرحاشیه و پیچیده می‌کند.

یکی از موضوعات مهم در پیوستن شرکت‌های تولیدی و استارت‌آپی به بورس طی کردن مراحل و فرایند ورود به بازار سرمایه است. به عنوان نمونه یک شرکت برای عرضه در فرابورس باید ۱۰ مرحله را طی کند. مرحله تکمیل فرم پذیرش و ارسال مدارک از طریق مشاور پذیرش، تکمیل اطلاعات و برگزاری جلسه اولیه، ارسال گزارش کارشناسی فرابورس به هیئت پذیرش، برگزاری جلسه هیئت پذیرش و ابلاغ نتیجه نهایی، ارائه مدارک مورد درخواست هیئت



# باشگاه

«لندو»، «وندار»، «تکنو تجارت» و «اول پرداخت» چهار کسب و کاری هستند که در بخش باشگاه این شماره عصر تراکنش به سراغ آنها رفتیم و با مدیران عامل آنها به جدیدترین اقدامات و همچنین برنامه‌هایشان تا پایان سال ۱۴۰۱ پرداختیم. در گفت‌وگوی ماه این شماره نیز در گفت‌وگو با محمد فرجود، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک تجارت (تفتا) به مسیر حرفه‌ای که تاکنون طی کرده، پرداختیم و از برنامه‌هایش در این هلدینگ پرسیدیم. اقدامات و اثراتی که فرجود طی چندین سال گذشته از خود بر جای گذاشته، باعث می‌شود حضورش در هلدینگ فناوری بانک تجارت نیز به فال نیک گرفته شود. طبق صحبت‌های فرجود، پر کردن یکسری خلأها در اکوسیستم خدمات بانکی کشور از اهداف جدی او در این هلدینگ است و بانک تجارت قرار است به کسب و کارهای اکوسیستم نوآوری و اکوسیستم دیجیتال کشور کمک بسیاری کند. همچنین در گزارشی دیگر در گفت‌وگو با وحید والی، به مسیری که او از کودکی تاکنون پیموده، پرداختیم؛ مسیری که می‌گوید از آن راضی است و با توجه به اینکه در این سال‌ها، تمام تلاش خود را کرده، پشیمانی ندارد.

۵۰

عبور از چهار صنعت

۶۱

هدف؛ اولین شدن

۶۴

فصل جدید

نگاهی به  
«لندو»، «وندار»  
«تکنو تجارت»  
و «اول پرداخت»

محمد فرجود بعد از حضور در حوزه های سرمایه گذاری، اپراتور و مخابرات و زیرساخت های شهری اکنون  
مسئولیتی جدید در صنعت بانکی را بر عهده گرفته است

# عبور از چهار صنعت



مینا حاجی

عضو هیئت مدیره



ASAE-TARAFHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران



عکس: حامد کریمزاده





محمد فرجود از آن دست مدیران جوان و باتجربه‌ای است که مسیر حرفه‌ای خود را با رشد سریعی طی کرده است. او که فارغ‌التحصیل مهندسی مکانیک از دانشگاه شریف است، بعد از دوران کارشناسی خود متوجه علاقه‌اش به رشته مدیریت می‌شود و از آن پس به‌عنوان یک مدیر حرفه‌ای، مسیر کاری خود را دنبال می‌کند. فرجود از مدیران شناخته‌شده اکوسیستم فناوری کشور است که تجربه فعالیت در حوزه‌های سرمایه‌گذاری، اپراتور و مخابرات، زیرساخت‌های شهری و اکنون نیز صنعت بانکی را دارد و همین تجربه‌هایش باعث می‌شود خیلی‌ها مسیری را که او پیموده، چنین تعبیر کنند که احتمالاً در چند سال آینده در کابینه دولت به‌عنوان یکی از مدیران کلیدی شروع به فعالیت کند. او تاکنون در هر مجموعه‌ای که حضور داشته، اثرات مثبت و کارهای تأثیرگذار زیادی انجام داده است؛ از واحد راهکارهای سازمانی ایرانسل گرفته که ضمن ایجاد تحولی جدی، گام‌های مؤثری در توسعه راهکارهای نوین سازمانی همچون خدمات ارتباطی پیشرفته، خدمات دیتا، اینترنت اشیا، راهکارهای شهر هوشمند، خدمات نوین پرداخت و کلان داده‌ها برداشته است؛ به نحوی که واحد تحت مدیریت او در دو سال متوالی به‌عنوان واحد برتر در کل گروه MTN در حوزه کسب و کار سازمانی برگزیده شد تا حضورش در سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران که در آنجا نیز ایده شهر هوشمند را پیگیری و تحولاتی نیز در شهرداری ایجاد کرد. اقدامات و اثراتی که فرجود طی چندین سال گذشته از خود بر جای گذاشته، باعث می‌شود حضورش در هلدینگ فناوری بانک تجارت نیز به فال نیک گرفته شود. بانک تجارت یکی از بانک‌های مهم و استراتژیک کشور است که در حوزه کسب و کارها بسیار فعال است و تجربه فرجود در واحد راهکارهای سازمانی ایرانسل نشان می‌دهد که در آینده باید شاهد اقدامات مثبت بسیاری در بانک تجارت باشیم. در گفت‌وگویی که با محمد فرجود داشتیم، به مسیر حرفه‌ای که تاکنون طی کرده، پرداخته‌ایم و از برنامه‌هایش در هلدینگ فناوری اطلاعات بانک تجارت (تفتا) پرسیدیم. طبق صحبت‌های فرجود، پر کردن یکسری خلأها در اکوسیستم خدمات بانکی کشور جزء اهداف جدی او در این هلدینگ است و بانک تجارت قرار است به کسب و کارهای اکوسیستم نوآوری و اکوسیستم دیجیتال کشور کمک بسیاری کند.

### ◀ مهندسی مکانیک شریف

محمد فرجود متولد اسفندماه ۱۳۶۰ در شهر شیراز است. تا زمان کنکور در شیراز بود و سال ۱۳۷۹ که در دانشگاه قبول شد، به تهران آمد. رتبه کشوری‌اش ۳۸ شد و در نهایت رشته مکانیک، گرایش جامدات در دانشگاه صنعتی شریف را انتخاب کرد: «آن زمان مانند اکنون نبود که بچه‌ها از قبل به رشته تحصیلی آینده فکر کنند؛ دو هفته مهلت داشتیم که فکر کنیم و انتخاب رشته انجام دهیم. من رشته برق و الکترونیک را زیاد دوست نداشتم و البته دیدگاهی هم نسبت به آن نداشتم. رشته کامپیوتر را هم دوست نداشتم و فکر می‌کردم رشته مهندسی یعنی مکانیک! پس به رشته مکانیک دانشگاه شریف، گرایش جامدات رفتم. ورود من به دانشگاه طوری بود که تا قبل از ورود، رشته‌ها را چندان نمی‌شناختم.»

فرجود می‌گوید حسن رشته‌هایی مثل صنایع و به خصوص مکانیک نسبت به سایر رشته‌ها این است که به میزان زیادی با صنایع گوناگون سروکار دارند. درست است که محمد فرجود بعداً به حوزه فناوری اطلاعات ورود کرد، ولی در طول دانشگاه به‌طور مدام در قالب کار دانشجویی و با همراهی استادان از کارخانه‌های مختلف بازدید کرد که باعث آشنایی او با دیگر حوزه‌ها شد: «در شهرهای مختلف کارخانه و سد و کارگاه‌های ساخت و ساز را می‌دیدیم که به ما دیدگاه مهندسی می‌داد. این تجربه‌ها فراتر از کتاب و دانشگاه بود. اتفاقاً با حوزه برق هم آشنا شدیم؛ کسی که برای بازدید از سد می‌رود، فقط مکانیک آن را نمی‌بیند، بلکه با برق هم آشنا می‌شود. بعداً که به حوزه مدیریت آمد، آن تجربیات کمک زیادی به من کرد. کسی که صنعت را از قبل بشناسد، در مدیریت قوی‌تر عمل می‌کند، ولی به دلیل اینکه مهندسی مکانیک خوانده بودم، مجبور شدم سختی بیشتری متحمل شوم تا با حوزه فناوری اطلاعات آشنا شده و به این عرصه بیایم، ولی اگر به گذشته برگردم، باز هم به رشته مکانیک می‌روم.»

### ◀ ورود به حوزه مدیریت

گاهی دانشجویان ممتاز بعد از پایان تحصیلات کارشناسی به این نتیجه می‌رسند که وارد رشته‌های کاملاً متفاوت شوند. فرجود نیز با پایان دوره کارشناسی احساس کرد روحیه او با مهندسی سازگار نیست: «در طول دوره دانشجویی دائم به دنبال فعالیت‌های فوق برنامه می‌رفتم؛ به چاپ نشریه می‌پرداختیم، از کارخانه‌ها و سدها بازدید می‌کردیم و کارهای صنفی انجام می‌دادیم؛ بنابراین به تدریج احساس کردم دوست دارم کار تیم‌سازی انجام دهم. آن زمان چند سالی بود که رشته MBA در دانشگاه شریف تدریس می‌شد و من بعد از قدری مطالعه و پرس و جو علاقه زیادی به این رشته پیدا کردم. یکی، دو تا از دوستان رشته مکانیک من هم به MBA شریف رفته بودند و هنگامی که کتاب‌های آنها را دیدم، فهمیدم به رشته مدیریت بیش از مهندسی علاقه مند هستم؛ پس در کنکور ارشد MBA شرکت کردم. این رشته جدید بود و در سال ۱۳۸۳ وارد این رشته شدم.»

فرجود توضیح می‌دهد که رشته MBA دانشگاه شریف در آن زمان یک حسن دیگر هم داشت: «نمی‌دانم اکنون هم این‌گونه است یا نه، ولی در زمان ما ظرفیت MBA را نصف کرده بودند؛ نیمی را از رتبه‌های برتر و بدون نیاز به سابقه کار گرفتند، اما نیم دیگر می‌بایست سابقه کار می‌داشتند و مصاحبه می‌دادند. من به این خاطر که رتبه خوبی داشتم، مصاحبه نادم. در نتیجه در بین هم‌دوره‌ای‌های ما، یک عده کسانی بودند که مستقیم آمدند و یک عده هم کسانی که سابقه کار داشتند. وقتی از صفر وارد MBA می‌شوی، کار سختی در پیش داری، چون دائم موضوعات عملی و کاربردی پیش رویت قرار می‌گیرد. آن دانشجویانی که سابقه کار داشتند، کمک زیادی برای کارهای تیمی به من کردند. من طی سه سال دوره MBA را گذراندم و در سال ۱۳۸۶ فارغ‌التحصیل شدم.»

### ◀ فعالیت در مرکز مطالعات فناوری دانشگاه شریف

محمد فرجود از زمان کارشناسی با «نشریه مهندسی مکانیک» که بیرون از دانشگاه چاپ می‌شد، همکاری داشت، همچنین چند سال مسئولیت سردبیری نشریه «نامه مکانیک شریف» را بر عهده داشت و کارهای فوق برنامه زیادی انجام می‌داد، ولی حجم درس‌هایش به قدری بود که فرصت اشتغال بیرون از دانشگاه را نداشت. او می‌گوید: «از اوایل دوره MBA همزمان مشغول به کار شدم. نخستین جایی که رفتم، مرکز مطالعات فناوری دانشگاه شریف بود که اتاق فکر بسیاری از حوزه‌ها به حساب می‌آمد. آن زمان مباحث حوزه نوآوری و فناوری تازه داشت داغ می‌شد؛ بحث مدیریت فناوری در سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ خیلی جدی بود. ما در گروه مدیریت فناوری و مدیریت نوآوری کار می‌کردیم، ولی گروه‌های دیگری هم داشتیم. به‌عنوان مثال آقای رضا باقری که بعداً مدیر ارتباط با صنعت دانشگاه شریف شدند و امروز هم یکی از افراد مؤثر در اکوسیستم نوآوری کشور هستند، مسئول یک گروه دیگر در همان مرکز بودند و بیشتر نقش یک اتاق فکر را در حوزه

ممبر تراکتس

گفت‌وگویی

ماه

مرداد ۱۴۰۱

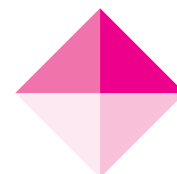
سال ششم  
شماره شصتم



عکس: نسیم اعتمادی

ابوالفضل  
رجبی

عصر تراکتس



ASAE TARAHOONESH IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران



گفت وگو با مهدی عبادی، مدیرعامل وندار درباره خدمات مالی متنوع این شرکت

# آماده برای فردا

وندار که خردادماه سال جاری سه سالگی خود را جشن گرفته، با ارائه مجموعه‌ای از خدمات مالی و بانکی یکپارچه، قصد دارد کسب و کارها را از دریافت مستقیم خدمات بانکی بی‌نیاز و با انجام تحلیل‌های مالی کاربردی به توسعه آنها کمک کند. وندار سعی می‌کند تمام نیازهای مالی یک کسب و کار را با یکپارچه‌سازی خدمات پاسخ دهد و تاکنون موفق به توسعه ابزارهای مالی متنوعی شده که برخی از این ابزارها شامل درگاه پرداخت اینترنتی وندار، برداشت خودکار (دایرکت دبییت)، تسویه و تسهیم، سرویس P2P، سرویس مشتریان و کردار هستند. با این حال سرویس برداشت خودکار این مجموعه را می‌توان مهم‌ترین سرویس وندار دانست که تا به امروز ۱۵۰ هزار کاربر مجوز برداشت روزانه، هفتگی و ماهانه از حساب بانکی‌شان را به این ابزار وندار داده‌اند. در آستانه شروع چهارمین سال فعالیت وندار به سراغ مهدی عبادی، مدیرعامل این شرکت رفتیم تا از مسیر بیموده وندار و چشم‌اندازی که برای آن متصور هستند، بپرسیم. طبق گفته‌های مهدی عبادی، وندار هیچ‌گاه خود را پرداخت‌یار معرفی نکرده؛ چراکه تنها بخشی از خدمات این شرکت به حوزه پرداخت‌یاری محدود می‌شود. او می‌گوید که نگاه بزرگ‌تری از پرداخت‌یاری دارند و دامنه فعالیت‌شان نیز در زمین بزرگ‌تری قرار دارد.



بود، یکی از سهل‌الوصول‌ترین ابزارهای دریافت پول در کشور، درگاه‌های پرداخت است که ما نیز در ابتدا در وندار به سراغ ارائه و توسعه این ابزار رفتیم. اما در همان ابتدا نیز می‌دانستیم که ارائه درگاه پرداخت به تنهایی پاسخگوی نیاز کسب و کارها نیست و آنها به ابزارهای متنوع دیگری نیز نیاز دارند؛ به خصوص در حوزه کسب و کارهایی که بر مبنای آبونمان شکل گرفته‌اند، درگاه پرداخت به هیچ‌وجه پاسخگو نبود.»

عبادی در ادامه صحبت‌هایش مروری بر سرویس‌ها و خدمات و ابزارهایی که تاکنون وندار به مشتریان خود ارائه کرده، می‌کند. او ابتدا درباره سرویس دایرکت دبییت وندار می‌گوید: «سرویس دایرکت دبییت از سال ۱۹۸۶ در دنیا وجود داشته، اما متأسفانه این سرویس تا چندی پیش هنوز در ایران شکل نگرفته بود. ما بنا به ضرورت وجود

## ◀ وندار؛ پاسخی به نیازهای مالی

مهدی عبادی ابتدا درباره نگاه وندار به ارائه محصولات و خدمات و ابزارهای مالی و پرداخت الکترونیکی به کسب و کارهای ایرانی صحبت می‌کند: «ما از روز اول هدفمان در وندار این بود که به کلیه نیازهای مالی و پرداخت الکترونیکی کسب و کارهای کشور پاسخ مناسب دهیم. بدیهی است که یکی از نیازهای کسب و کارها، نیاز به ابزارهای متنوع، متفاوت و کارای دریافت و پرداخت پول است. با توجه به زیرساخت‌هایی که در کشور موجود



به طور کلی نگاه ما نیز در طراحی سرویس هایمان در توجه به محصولات این شرکت هاست.»  
عبادی توضیح می دهد که در ونداد مدل ها و طرز تفکر شرکتی چون استرایپ را کپی می کنند و سعی در پیاده سازی صددردی آن دارند: «با این حال با توجه به شرایط کشور و زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری تلاش داریم در حد توان خود یک تجربه کاربری یکسان و یکپارچه را برای مخاطبان ایجاد کنیم. تا این مرحله نیز نقطه شکستی نداشتیم و مشتریان معتقدند که از ونداد به این دلیل سرویس مالی دریافت می کنند که مجموعه ای از خدمات و سرویس های مالی یکپارچه را در بر می گیرد.»

#### ◀ کسب و کارهای فناوری محور؛ جامعه هدف ونداد

به عقیده عبادی، اکوسیستم استارت آپ کشور به زودی بازار بزرگی را رقم خواهد زد و سهم بازارش نسبت به کسب و کارهای سنتی بیشتر خواهد شد، در نتیجه در یک جمله جامعه هدف ونداد کسب و کارهای مدرنی هستند که به شکل فناوری محور پیش می روند و سهم بیشتری از بازار را از آن خود می کنند.  
عبادی در ادامه درباره حدود پوشش ونداد از جامعه هدف خود اضافه می کند: «در حال حاضر ما سهم کوچکی از کل بازار را داریم؛ چراکه شرکت های پرداختی که از سال ۱۳۸۳ فعالیت خود را شروع کرده اند، به دلیل قدمت شان مسلماً سهم بازار بیشتری نسبت به ونداد دارند، اما در حوزه هایی مانند دایرکت دبیت ما لیدر بازار هستیم و نسبت به رقبا، بخش بزرگی از بازار به ونداد تعلق دارد.»  
عبادی با بیان اینکه بر این عقیده هستند که در سال ۱۴۰۵، ۳۰ درصد تراکنش های کشور بر بستر دایرکت دبیت انجام خواهد شد، می گوید: «ما در این حوزه هدف گذاری کرده ایم و امیدواریم بخش بزرگی از آن ۳۰ درصد به ونداد تعلق داشته باشد. در واقع هدف ما کسب سهم ۸۰ درصدی از ۳۰ درصد تراکنش های دایرکت دبیت در کشور است.»

#### ◀ دایرکت دبیت؛ در ابتدای راه

مدیرعامل ونداد در ادامه درباره تجربه کاربری دایرکت دبیت و مسئله افزایش اعتماد کاربران نسبت به این سرویس می گوید: «مسئله اعتماد به پرداخت آنلاین در ایران به طور کل تفاوتی با دنیا ندارد و اگر تفاوتی باشد، ناشی از قدمت این خدمات است. دایرکت دبیت در کشور در ابتدای راه است و طبیعی است اعتماد نیز در این زمینه پایین تر از سطح دنیا باشد. در سال ۱۳۸۳ اولین فروشگاه های آنلاین در ایران شکل گرفتند و در سال ۱۳۸۴ نیز درگاه پرداخت الکترونیکی طراحی شد؛ سرویسی که شروع تجارت الکترونیکی در ایران بود. دایرکت دبیت نیز اکنون درست در وضعیت سال ۱۳۸۴ درگاه پرداخت الکترونیکی در کشور قرار دارد و به همین دلیل نیز باید اجازه داد تا در فضای کسب و کاری کشور جای خود را پیدا کند. ما برای ایجاد اعتماد کاربران به سمت نوعی فرهنگ سازی در حال حرکت هستیم. این فرهنگ سازی در طراحی درست محصول ونداد خود را نشان می دهد که کاربر با یک بار استفاده، اعتمادش نسبت به سرویس

چنین سرویسی، دایرکت دبیت را طراحی کردیم. ارائه این سرویس نیازمند دریافت سرویس های مبتنی بر Open API در بانک هاست که برخی بانک ها در کشور این سرویس را دارند و برخی نیز این سرویس را هنوز طراحی نکرده اند. در مجموع ما تا به حال با ۱۲ بانک وارد تعامل شده ایم که مبتنی بر سرویس Open API، سرویس دایرکت دبیت را به کاربران خود ارائه داده ایم. کاربرانی که حق اشتراک روزانه، هفتگی، ماهانه و سالانه را فعال می کنند با استفاده از این سرویس می توانند به صورت خودکار حق اشتراک خود را پرداخت کنند. مثال ملموس این سرویس نیز VODها هستند که در حال حاضر سرویس دایرکت دبیت ونداد روی فیلیمو و نماوا فعال است و حق اشتراک آنها به شکل خودکار انجام می شود.»

او توضیح می دهد که با توجه به نیاز بازار علاوه بر ابزارهای دریافت پول، به سمت ارائه ابزارهای پرداخت پول نیز رفته اند: «شرکت هایی مانند اسنپ، تپسی و الوپیک از جمله کسب و کارهایی هستند که به دو سوی بازار سرویس ارائه می دهند؛ در واقع از برخی پول دریافت و به برخی پول پرداخت می کنند. ما ابزار تسویه و تسهیم را بنا به این نیاز بازار ارائه دادیم و این کسب و کارها می توانند کلیه پرداخت های خدمات الکترونیکی خود را از طریق ونداد انجام دهند. در کنار این ابزارها یکسری ابزارهای جانبی نیز مورد

نیاز بود. مانند سرویس مشتریان ما که کمک می کند تا کسب و کار تمامی مرادوات مالی خود را - که با یک مشتری دارد - و در یک جا به صورت تجمیع شده انجام دهد. این راهکار به توسعه نرم افزاری و کاهش هزینه ها کمک می کند و در نهایت فرایندها را بهبود می بخشد.»

با توجه به صحبت های عبادی، «کردار» ابزار دیگری است که ونداد به مشتریان خود ارائه داده است: «کردار در حقیقت یک هوش تجاری است که به مشتریان این امکان را می دهد که متوجه شوند از نظر مالی در کسب و کارشان چه اتفاقاتی افتاده یا در حال انجام است که در نهایت به پیش بینی پذیری کسب و کارها ختم می شود. ابزار دیگری که در سال ۱۴۰۱ به مشتریان خود ارائه خواهیم داد، ابزار «رادار» است که به سنجش و کشف تقلب کمک می کند. به عبارتی اگر یکی از مشتریان کسب و کاری که با ما کار می کند، سعی در انجام یک فرایند تقلبی داشته باشد، این ابزار آن را کشف می کند.»

#### ◀ ارائه تجربه کاربری یکپارچه

طبق گفته های عبادی، در حال حاضر ونداد به شش هزار کسب و کار سرویس ارائه می دهد و در واقع شش هزار پذیرنده دارد: «اما چون ما دو سوی بازار یعنی پذیرندگان و گیرندگان را پوشش می دهیم، در بخش های دیگر آمار ما متفاوت است. تا به امروز در سرویس دایرکت دبیت ونداد، ۱۵۰ هزار کاربر این اجازه را داده اند که از حساب بانکی شان به شکل روزانه، هفتگی و ماهانه توسط ونداد پول برداشت شود. همچنین در حال حاضر ونداد دو و نیم میلیون تراکنش ماهانه را مدیریت می کند.»

عبادی درباره رویکرد تجمیعی ونداد در ارائه سرویس ها و ابزارهای خود و همچنین چالش ها و مزیت های ناشی از آن نیز صحبت می کند: «در اصل ونداد یک تجربه کاربری یکپارچه برای کاربران و پذیرندگان در نظر دارد و به همین خاطر تمام محصولات ما به شکل تجمیعی در دسترس مشتریان قرار می گیرد. تمرکز ما کاملاً بر انطباق و یکپارچگی محصولات و سرویس هایمان است. در حال حاضر نیز مشتریانی که از کل خدمات ما یا بخشی از آنها استفاده می کنند، صرفاً در قالب یک پنل ساده و کاربردی کل خدمات را دریافت می کنند. ما در ارائه تجمیعی خدمات، تاکنون شکستی را تجربه نکرده ایم؛ چراکه در بعد فنی به شکل کاملاً اصولی محصول را طراحی کرده ایم و از طرفی ایجاد یکپارچگی به شکل فنی کار آسانی است و در دنیا نیز این تجربه وجود دارد. مانند پی پال، کلارنا و استرایپ که توانسته اند یک تجربه یکپارچه برای مخاطب رقم بزنند.



به نظر می رسد روند کلی دایرکت دبیت تا سال ۱۴۰۵ رشد قابل توجهی خواهد داشت و نقش اصلی خود را در بازار پیدا خواهد کرد. توجه داشته باشید استقبال از دایرکت دبیت در کشور شد، سه برابر پیش بینی های ما بود



مینا حاجی

عصر تراکنش

کسب و کار

۶۱

مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره شصتم



عکس: نسیم اعتمادی

امیر حق رنجبر از چشم انداز لندو در ارائه وام های خرد آنلاین می گوید

# هدف؛ اولین شدن

لندو همان ایران رنتر سابق است؛ این مجموعه پس از ری برندینگ و تغییر نام به «لندو» در سال ۱۳۹۹، با تمرکز بیشتری به ارائه خدمات خرید اقساطی ادامه داده و اکنون می خواهد به اولین انتخاب افراد برای دریافت وام های خرد آنلاین در کشور تبدیل شود. سرعت یکی از کلیدواژه های مورد تأکید این مجموعه است و مدیرعامل این شرکت می گوید با توجه به شرایط تورمی و تغییر قیمت های روزانه، باید تأمین مالی به سرعت انجام شود؛ به همین خاطر فعلاً تمام تمرکزشان روی ارائه وام های خرد آنلاین است و ورود به حوزه BNPL برایشان در مقطع زمانی کنونی اولویت ندارد. امیر حق رنجبر، مدیرعامل لندو در این باره معتقد است که بازار وام های خرد در ایران بازار بزرگ تری نسبت به BNPL است و می تواند مشکلات بیشتری را در شرایط فعلی حل کند، به همین خاطر پرداختن به این حوزه برایشان دارای اهمیت بیشتری است. در گفت و گویی که با امیر حق رنجبر داشتیم، به مهم ترین اقدامات این شرکت در یک سال گذشته و برنامه هایشان برای آینده پرداختیم. به گفته حق رنجبر، لندو در یکی، دو سال آینده به سمتی می رود که افراد در کمتر از یک ساعت بتوانند از آن وام دریافت کنند. در ادامه گفت و گوی عصر تراکنش را با امیر حق رنجبر می خوانید.





## ◀ بانک آینده؛ تنها تأمین کننده مالی لندو

امیر حق رنجبر، مدیرعامل لندو درباره مهم ترین اقدامات لندو در سال گذشته توضیح می دهد که در اوایل تیر ۱۴۰۰ برای اولین بار توانستند وام بانکی را وارد فرایندهای لندو کنند: «بعد از مذاکرات پیچیده با بانک هایی که فرایندهای بسیار پیچیده دارند، موفق به عقد قرارداد و شروع این کار از تیر ۱۴۰۰ شدیم. تا قبل از آن زمان، منابع وام لندو از طریق سرمایه گذاران حقیقی و بعد هم از منابع خودش تأمین می شد و قدری هم با لیزینگ ها همکاری می کردیم، اما از تیر ۱۴۰۰ شروع به ارائه وام های خرد بانک آینده کردیم و تنها تأمین کننده مالی ما بانک آینده است. تمرکز ما بر روان سازی فرایند دریافت وام و گسترش همکاری با بانک بود. این روش مورد استقبال خوبی قرار گرفت و در یک ماه و نیم گذشته توانستیم بخش هایی از فرایند دریافت وام را که به صورت آفلاین انجام می شد، آنلاین کنیم؛ مثلاً قبلاً سفته ها به صورت فیزیکی ارسال می شد؛ یک پیک مقابل منزل مشتری می رفت که امضای قرارداد و سفته ها را بگیرد، ولی در یک ماه و نیم گذشته سفته ها و امضای آنها و همچنین امضای قراردادها آنلاین شده اند. فرد ابتدا باید گواهی امضای الکترونیک را از مراکز مجاز بگیرد و از طریق آن قرارداد خود را امضا کند. این اتفاق بسیار مهم بود و پیچیدگی های اجرایی زیادی داشت.»

طبق صحبت های حق رنجبر، لندو رسالت اصلی خود را ارائه وام های خرد آنلاین با فرایندی ساده می داند؛ به نحوی که ۴۰ میلیون ایرانی مشمول دریافت وام را تحت پوشش قرار دهد. مدیرعامل لندو می گوید تاکنون وام تمام-آنلاین در بازار ایران سابقه نداشته است. او در این باره توضیح می دهد: «وقتی از وام بانکی حرف می زنیم، منظورمان اعتبار لیزینگ ها نیست، بلکه تسهیلات بانکی را مد نظر داریم. این فرایند تا به حال در هیچ بانکی به طور کامل آنلاین نشده بود و قرارداد و سفته وام را به شکل آنلاین انجام نمی دادند. البته اکنون بازار به این سمت رفته و بانک های جدیدی نیز به میدان آمده اند.»

## ◀ متمرکز بر وام های خرد

حق رنجبر با بیان اینکه تقریباً ۴۰ میلیون ایرانی شرایط دریافت وام را دارند، می گوید: «تمام استارت آپ های لندتکی و استارت آپ هایی که از دل بانک ها بیرون آمده اند، تاکنون در مجموع حتی به ۲۰۰ هزار نفر هم وام ارائه نداده اند. BNPL یکی از روندهایی است که در دنیا خیلی مد شده و ایران نیز به سمت آن رفته، ولی بازار وام های خرد آنلاین که تا سقف ۳۰ یا ۴۰ میلیون تومان را شامل می شود، هنوز بازار کوچکی دارد و استارت آپ ها حرکت جدی در آن راستا انجام نداده اند؛ پس خودش می تواند دنیایی از مخاطب را جذب کند. لندو می خواهد اولین انتخاب افراد برای دریافت وام های خرد آنلاین باشد و فرایند وام را تا حد ممکن تسریع کند. سرعت یکی از کلیدواژه های مورد تأکید ماست؛ چون با توجه به شرایط تورمی و تغییر قیمت های روزانه، باید تأمین مالی به سرعت انجام شود. BNPL هم یکی از کسب و کارهای



سرعت یکی از کلیدواژه های مورد تأکید ماست؛ چون با توجه به شرایط تورمی و تغییر قیمت های روزانه، باید تأمین مالی به سرعت انجام شود. BNPL هم یکی از کسب و کارهای چسبیده به فعالیت ماست و قطعاً به سمت آن خواهیم رفت، اما فعلاً تمرکزمان روی وام های خرد آنلاین است

چسبیده به فعالیت ماست و قطعاً به سمت آن خواهیم رفت، اما فعلاً تمرکزمان روی وام های خرد آنلاین است.»

او توضیح می دهد که بازار BNPL چند ملاحظه را به همراه دارد؛ BNPL یعنی «الان بخر، بعداً پرداخت کن» که وام نیز مشمول همین منطق می شود؛ در واقع الان می خرید و بعداً می پردازید. تنها تفاوت BNPL با وام خرد این است که اولاً BNPL بازه زمانی کوتاه تر و ثانیاً مبالغ کمتری را شامل می شود و ثالثاً اغلب ارائه دهندگان BNPL در دنیا مبلغ اضافه ای از وام گیرنده مطالبه نمی کنند. حق رنجبر صحبت هایش را این گونه ادامه می دهد: «بازار وام خرد در ایران فوق العاده بزرگ تر و دارای پتانسیل بیشتری نسبت به BNPL است و کار جدی روی آن انجام نشده است. BNPL بازاری است که در دنیا نیز فقط دو درصد تجارت الکترونیکی به سمت آن رفته است. فکر نمی کنم با عدم ورود به این حوزه در بازه زمانی کنونی، ما از رقبای خود در آن بازار عقب بمانیم. نزدیک به ۱۰ سال است که BNPL در دنیا کار می کند و فقط دو درصد از تجارت الکترونیکی را پوشش داده است. در ایران فروشگاه های آنلاین، در سال ۲۰ یا ۳۰ هزار میلیارد تومان گردش مالی دارند و فروشگاه های اینستاگرامی نیز عدد مشابهی را به خود اختصاص می دهند. حتی اگر ایران خودش را با نرخ های بازار جهانی منطبق کند، دو درصد این بازار رقم چندان بالایی را شکل نمی دهد که اقیانوس قرمز به حساب آید و برایش سرودست بشکنیم. ما معتقدیم بازار وام خرد ایران بزرگ تر است و مشکلات بیشتری را در شرایط فعلی حل می کند؛ پس اولویت بیشتری برای ما دارد.»

مدیرعامل لندو می گوید باز یگران کنونی BNPL بین ۵۰۰ هزار تومان تا سه میلیون تومان اعتبار به افراد می دهند. این عدد قدرت خرید زیادی برای ایرانی ها به ارمغان نمی آورد. مشکل عمده مردم در شرایط اقتصادی فعلی، تأمین مالی مبالغ ۲۰ میلیون به بالاست که قادر به تسویه آن در بازه زمانی یکی، دو ماهه نیستند و به همین دلیل به سمت وام می آیند. او در این باره می گوید: «ما معتقدیم در کشور نیاز به وام خرد خیلی جدی تر و بزرگ تر است؛ پس اگر بعضی باز یگران لازم می دانند که تمرکز خود را بر بازار BNPL بگذارند، ما احساس عقب ماندن از آنها نمی کنیم.»

## ◀ بیش از یک میلیون مشتری

طبق صحبت های حق رنجبر، لندو با تدابیر مدیریت ریسک که در سالیان گذشته اعمال کرده، به نرخ نکول ۱/۴ درصد رسیده است. او در این باره توضیح می دهد: «در بانک ها عدم پرداخت بالای ۱۸ ماه را به عنوان نکول تعریف می کنند، ولی ما با تعریف عدم پرداخت بیش از شش ماه که سخت گیرانه به حساب می آید، ۱/۴ درصد نرخ نکول داریم. احتمالاً این عدد در سال های بعد بزرگ تر می شود، ولی با توجه به حاشیه سودمان چنین ارقامی منطقی خواهد بود. بسیاری از باز یگرانی که در حوزه وام های خرد فعال هستند، مقادیر کمی از

مهرتراکتس



ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی فناوری های مالی ایران



عکس: نسیم اعتمادی



ابوالفضل  
رجبی

عصر تراکنش



۶۴

ASRAE TAAHONESH IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران

گفت و گو با حمید علی محمدی، مدیرعامل شرکت تکنوتجارت که می خواهند به یکی از بازیگران اصلی اکوسیستم نوآوری کشور تبدیل شوند

# فصل جدید

شرکت توسعه کسب و کارهای نوگرایی تجارت که به تکنوتجارت معروف است، در سال ۱۳۹۸ با هیئت مدیره جدید به عنوان بازوی نوآوری و سرمایه گذاری خطرپذیر بانک تجارت تغییر مأموریت داد تا با ایجاد خطوط کسب و کاری جدید و راه اندازی مرکز نوآوری بانک تجارت به نیازهای بانکی و غیربانکی اکوسیستم نوآوری کشور پاسخ مناسبی دهد. تکنوتجارت به نوعی صندوق سرمایه گذاری خطرپذیری است که تلاش دارد در حوزه های فناوری محور و مورد نیاز بانک تجارت گام بردارد و در نهایت هدفش تبدیل شدن به نمونه کاملی از صندوق سرمایه گذاری خطرپذیر در کشور است. در این راستا نیز در حال راه اندازی کارخانه نوآوری تکنوتجارت با فضای فیزیکی ۱۲ هزار متر مربع است. مدیرعامل این مجموعه بر این عقیده است که اگر امسال بتوانند کارخانه نوآوری خود را راه اندازی کنند، می توانند به یکی از بازیگران اصلی اکوسیستم نوآوری کشور تبدیل شوند. در ادامه گفت و گوی عصر تراکنش با حمید علی محمدی درباره داستان شکل گیری تکنوتجارت و گستره فعالیتی و همچنین افق دید این شرکت را می خوانید.



گرفت روی کسب و کارهای نوین سرمایه گذاری کند و با مدل تجاری خاصی شرکتی راه اندازی کند که به عنوان بازوی نوآوری و سرمایه گذاری خطرپذیر بانک تجارت شروع به فعالیت کند. در این برهه، بانک تجارت دو راه پیش رو داشت؛ یا باید یک شرکت جدید ثبت می کرد یا اینکه در نوع مأموریت شرکت بازرگان گستر آتی آسیا تغییر ایجاد می کرد. در نهایت بانک تجارت تصمیم گرفت ۵۰ درصد سهام صداوسیما را خریداری کند و با تغییر در مأموریت شرکت قبلی، یک شرکت با سهام انحصاری را جلو ببرد. در این نقطه از تصمیم گیری ها با موافقت هیئت مدیره بانک تجارت مأموریت تکنوتجارت در توسعه کسب و کارهای نوین گرا به طور رسمی

## ◀ شکست و یک شروع دیگر

حمید علی محمدی، مدیرعامل شرکت تکنوتجارت در ابتدا درباره داستان شکل گیری تکنوتجارت و تغییرات در اهداف اولیه این شرکت می گوید: «در سال ۱۳۹۴ بود که بانک تجارت با همکاری صداوسیما شرکتی به نام بازرگان گستر آتی آسیا تأسیس کردند که عملاً به اهداف تعیین شده خود نرسید و به یک پروژه نیمه تمام بدل شد. از طرفی بانک تجارت در سال ۱۳۹۸ تصمیم



نخورد، سناریویی برای خروج نداریم. به عبارتی ما با نگاه حمایتی به سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای پرآزم و پرریسک با همکاری دو جانبه به روند رشد خود و آنان شتاب بیشتری می‌بخشیم.»

#### ◀ ایجاد یک پرتفوی سرمایه‌گذاری

مدیرعامل تکنوتجارت در رابطه با جنس خدمات و سرویس‌هایی که این شرکت به مشتریان خرد و کلان ارائه می‌دهد نیز صحبت می‌کند: «جنس خدماتی که ما در تکنوتجارت ارائه می‌دهیم، به نوعی ایجاد یک پرتفوی سرمایه‌گذاری است. پرتفوی ما مانند هر CVC دیگر شامل شتاب‌دهنده، سرمایه‌گذاری خطرپذیر و استارت‌آپ استودیو است. در ایران اساساً سرمایه‌گذاری در قسمت VC آسان‌تر است و نرخ شکست پایین‌تری نسبت به شتاب‌دهنده دارد و از طرفی نسبت به استارت‌آپ استودیو نیز ساده‌تر است. ما با رویکرد CVC اولین سرمایه‌گذاری خود را اواخر سال ۱۳۹۸ آغاز کردیم. عمده فعالیت ما نیز روی کسب و کارهای پلتفرمی است و حوزه‌های گوناگون تجارت الکترونیکی را شامل می‌شود. ما در این مدت روی چند استارت‌آپ مختلف سرمایه‌گذاری کرده‌ایم.»

#### ◀ از لجستیک تا رگ تک

علی محمدی در ادامه در تشریح گستره استارت‌آپ‌هایی که تکنوتجارت تاکنون روی آنها سرمایه‌گذاری کرده، می‌گوید که اولین استارت‌آپ، جاده است که در بخش لجستیک فعالیت دارد و طبق آمارها از بازیگران اصلی این حوزه است و به‌طور کلی فاصله معناداری با رقبای دارد: «اساساً هدف ما از سرمایه‌گذاری روی جاده ورود به بخش لجستیک بود و به نظر می‌رسد به دلیل شکل پرداخت و اعتبارات سنتی، این حوزه هنوز جای کار بسیاری دارد. بیدک نیز سرمایه‌گذاری مشترک ما با گروه طرفه‌نگار است که برای اصناف و شرکت‌هایی که از نرم‌افزار حسابداری استفاده می‌کنند و نیازمند تغییر استراتژی فروش هستند، کاربرد دارد. بیدک ظرف چند دقیقه فروشگاه آنلاین می‌سازد و به نرم‌افزار حسابداری هلو نیز متصل است و فاکتورهای حسابداری را به شکل آبی به سند تبدیل می‌کند. این مسئله در واقع پاسخی به ضعف اکثر فروشگاه‌سازان آنلاین در زمینه ساخت سند حسابداری و اتصال سیستم‌های حسابداری و انبار بوده است.»

یکی دیگر از سرمایه‌گذاری‌های تکنوتجارت، سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ لامینگو است که با سرمایه‌گذاری مشترک با دات‌فلامینگو در حال انجام است. علی محمدی در این باره می‌گوید: «لامینگو در حوزه رگ‌تک فعال است و در واقع یک پلتفرم ارائه خدمات حقوقی با ایده محوری تنظیم آنلاین قرارداد و اسناد حقوقی است. مسائل احراز هویت و همچنین امضای دیجیتال در این سرویس به شکل کامل حل شده و نیاز به ارسال فیزیکی را با پوشش آنلاین برطرف کرده است. سرمایه‌گذاری دیگر ما روی پی‌بار است که با جاده متفاوت است و در اصل وظیفه تصفیه بار را بر عهده دارد. پی‌بار به نوعی تکمیل‌کننده زنجیره جاده است و طرف قرارداد مشتریان بزرگی چون فولادی‌ها



ما VC بانک تجارت هستیم، اما در همان ابتدا کار خود را با یک تفاوت آغاز کردیم و خواستیم تنها VC صرف نباشیم و رویکرد CVC را نیز پیش بردیم. در این رویکرد ما در پیوند مداوم با کسب و کارها قرار می‌گیریم و با توجه به شکل کسب و کاری و درصد جریان‌های درآمدی آنها در کسب و کارشان سرمایه‌گذاری می‌کنیم

آغاز و با تعیین استراتژی خرد و کلان، بسترهای لازم برای سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر در اکوسیستم نوآوری کشور ایجاد شد.»

#### ◀ پاسخ به نیاز اکوسیستم نوآوری کشور

او در ادامه درباره اهداف تکنوتجارت به عنوان بازوی سرمایه‌گذاری خطرپذیر بانک تجارت در کسب و کارهای نوگرای اکوسیستم نوآوری کشور صحبت می‌کند. به گفته علی محمدی، در حال حاضر اکوسیستم بانکی جهان تغییرات روزافزونی را در مدل کسب و کاری تجربه می‌کند که این توجه به تغییرات از ضرورت درک همگامی با تحولات روز به وجود آمده است. این شتاب هرروزه را می‌توان در حوزه بلاکچین با تمرکززدایی گسترده از ساخت بانک‌ها و همچنین در حوزه فین‌تک‌ها بدون نیاز به وجود بانک‌ها در انجام عملیات کسب و کارهای بانکی دید. همگام با این تغییرات، شکلی از تغییر را در مدل کسب و کار بانک‌ها نیز می‌توان مشاهده کرد. حرکت بانک‌های بزرگ دنیا به سمت بانکداری دیجیتال، گواه این تغییر پارادایمی است. با این مقدمه روشن شد که تغییرات بانک‌ها به کدام سمت بوده است.

او ادامه می‌دهد: «در ایران نیز این مجموعه تغییرات جهانی، بانک‌های داخلی را به این فکر انداخت که باید به شکلی در مدل کسب و کاری خود نوآوری‌هایی ایجاد کنند تا بتوانند با فرایند بانکی در جهان همراه شوند. بر همین اساس بانک تجارت برای ایجاد چنین بستری کمیته کسب و کارهای نوین را با هدف سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای فین‌تکی کشور تشکیل داد. در این نگاه اساساً حرکت ما به سمت سرمایه‌گذاری در زنجیره کسب و کارهای بانکی نیست، بلکه قرار است هرچه بیشتر به سمت سرویس‌های ارزش‌افزوده حرکت کنیم.»

#### ◀ سرمایه‌گذاری خطرپذیر؛ هدف اصلی

علی محمدی می‌گوید که در اهداف این شرکت، رویکرد سرمایه‌گذاری خطرپذیر در دستور کار قرار دارد. به همین دلیل خرید سهام یا سرمایه‌گذاری‌هایی از این دست در برنامه‌های تکنوتجارت وجود ندارد: «به دیگر سخن، ما VC بانک تجارت هستیم، اما در همان ابتدا کار خود را با یک تفاوت آغاز کردیم و خواستیم تنها VC صرف نباشیم و رویکرد CVC را نیز پیش بردیم. در این رویکرد ما در پیوند مداوم با کسب و کارها قرار می‌گیریم و با توجه به شکل کسب و کاری و درصد جریان‌های درآمدی آنها در کسب و کارشان سرمایه‌گذاری می‌کنیم. این مدل سرمایه‌گذاری در واقع به صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی مشهور است و رویکرد نوینی در همکاری بانکی و کسب و کاری است.» هدف تکنوتجارت از سرمایه‌گذاری روی کسب و کارهای فین‌تکی به نوعی اتصال این کسب و کارها به زنجیره ارزش بانک و مشتریان آن است. علی محمدی با بیان این موضوع توضیح می‌دهد: «در تکنوتجارت با تعیین استراتژی هدفمند و بلندمدت در کنار کسب و کارها قرار می‌گیریم و تا زمانی که کسب و کاری شکست



ابوالفضل  
رجبی

عصر تراکنش



ASRAE TAAHONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران

در گفت و گو با علیرضا جاوید، بنیان گذار اول پرداخت  
درباره فعالیت این شرکت مطرح شد

# حرکت بر لبه تیغ پرداخت های بین المللی

اول پرداخت با شعار «انتخاب اول در پرداخت های بین المللی» در سال ۱۳۹۸ کار خود را آغاز کرد و توانست بازار اولیه مناسبی برای خود رقم بزند. کار در حوزه پرداخت های بین المللی همواره با چالش های داخلی و خارجی همراه بوده و مسیر پیموده اول پرداخت نشان می دهد که به خوبی توانسته به فرایند پرداخت های بین المللی شتاب و بهبود قابل توجهی ببخشد و محیط امنی برای کاربران فراهم آورد. اول پرداخت با تمرکز بر حوزه پرداخت های خرد توانسته حساسیت های تحریم های بین المللی را برطرف کند و از طرفی با سرمایه گذاری در حوزه پرداخت بین المللی به اقتصاد نوآوری کشور کمک کند. علیرضا جاوید، بنیان گذار اول پرداخت معتقد است رگولاتوری سخت و نیروی انسانی ناپایدار دو چالش عمده بر سر راه این شرکت بوده است. با این حال مسیر رشد و توسعه اول پرداخت متوقف نشده است. بنیان گذار این شرکت از برنامه های جدید اول نیوز و ارزی لند در ادامه پلتفرم های تابع اول پرداخت خبر می دهد. در ادامه گفت و گوی عصر تراکنش را با علیرضا جاوید درباره مسیر شکل گیری و توسعه اول پرداخت می خوانید.



وبلاگ نویسی انجام می دادیم تا در جست و جوی گوگل بالا بیاییم تا زمانی که پلتفرم مان آماده شود و آن را راه اندازی کنیم. در ابتدا پنج نفر بودیم و یکی، دو ماهی با وبلاگ نویسی ادامه دادیم. با توجه به مشکلاتی که در مجموعه های قبلی برایمان پیش آمده بود، به فکر راه اندازی اول پرداخت افتادیم. بعد از راه اندازی نیز به صورت فزاینده کار ادامه پیدا کرد تا شهریور ۱۳۹۸ که سایت با تمام ویژگی های مدنظر ما

## ◀ از وبلاگ نویسی تا اول پرداخت

علیرضا جاوید در ابتدا درباره داستان شکل گیری و اهداف اولیه اول پرداخت و همچنین روندی که تاکنون طی کرده، صحبت می کند: «هسته مرکزی اول پرداخت در اسفند ۱۳۹۷ شکل گرفت. قبل از نوروز ۱۳۹۸ فقط



جامعه می‌توانند کسب درآمد دلاری داشته باشند و دلار را به راحتی در ایران نقد کنند. با توجه به نام‌گذاری امسال با عنوان «تولید؛ دانش بنیان و اشتغال آفرینی» ما این هدف را در پیش گرفتیم، البته از قبل هم روی این مقوله سرمایه‌گذاری مالی، زمانی و محتوایی کرده بودیم. ما کل اقدار جامعه؛ از برنامه‌نویسان، توسعه‌دهندگان وب، معماران، مترجمان، تایپیست‌ها، عکاسان، گرافیست‌ها و بسیاری از افراد جامعه را در نظر داشتیم که بعضاً اکنون به درآمدهای بسیار خوبی دست پیدا کرده‌اند. جالب اینکه گل سرسبد اینها اکنون گیمرها هستند.»

طبق صحبت‌های بنیان‌گذار اول پرداخت، هر مسئله‌ای که به شکلی با خارج از کشور گره می‌خورد، نوعی رسالت برای آنها ایجاد می‌کند و برای باز کردن این گره آنها را فرامی‌خواند: «سختی کار این است که ما به دلیل آنکه صرافی قلمداد نمی‌شویم، از امور مربوط به صرافی مانند حواله ارزی منع شده‌ایم؛ این در حالی است که پرداخت‌ها از طریق ارزهای الکترونیک به مراتب در دسرهای بیشتری نسبت به ارز فیات یا اسکناس دارند.»

#### ◀ چالش‌هایی از جنس داخل و خارج از کشور

عرصه پرداخت بین‌المللی در کشور ما عرصه خطرپذیری است؛ چرا که با توجه به تحریم‌های بین‌المللی حساسیت‌های بسیار زیادی در این عرصه وجود دارد. به همین خاطر نیز چالش‌ها و شکست‌های خاص خود را به همراه دارد. جاوید درباره چالش‌ها و موانع داخلی بر سر راه اول پرداخت می‌گوید: «متأسفانه ما نه تنها در عرصه بین‌المللی، بلکه در عرصه داخلی نیز با موانع بسیار زیادی مواجهیم. بعضاً خود بانک مرکزی یا دولت هم حمایت آنچنانی از پلتفرم‌ها یا کسب‌وکارهایی مانند اول پرداخت نمی‌کند و طی این چند سال در این حوزه در کشور، نه قانونی وضع شده، نه صنفی راه افتاده است، در حالی که به نظرم یکی از مهم‌ترین بخش‌های اکوسیستم استارت‌آپی ایران، کسب‌وکارهای فعال در حوزه پرداخت‌های بین‌المللی هستند. ما پرداخت‌های بسیاری از سایت‌ها با کشورهای خارجی را انجام می‌دهیم؛ سایت‌هایی که به صورت عمومی به مردم هاست و دامین ارائه می‌دهند.»

با توجه به صحبت‌های جاوید، اول پرداخت به صورت جداگانه پلتفرم‌هایی ایجاد کرده که برای هر یک از این بسترها، اینماد نیز دریافت کرده‌اند، این در حالی است که به گفته او، اگر مجموع فعالیت‌های آنها در قالب یک پلتفرم به نام اول پرداخت قرار می‌گرفت، دچار محدودیت‌هایی می‌شد که حتی اینماد هم به آنها تعلق نمی‌گرفت؛ «مجموعه‌های بسیاری هستند که فقط هاست، دامین و سرور ارائه می‌دهند و توانسته‌اند اینماد نیز دریافت کنند یا بحث خرید از آمازون یا ای‌بی‌بی‌اندبال می‌کنند و پرداخت افزونه‌ها یا پلاگین‌های وردپرس دارند. همچنین سایت مختص پرداخت‌های بین‌المللی نیز ایجاد شده و اینماد نیز گرفته است، اما معلوم نیست چه اتفاقی می‌افتد که اگر همه اینها در یک قالب مشخص ارائه شوند، دیگر نه می‌توانند اینماد دریافت کنند و نه حتی از حمایت داخلی برخوردار شوند.»

# ۵۶

ما جامعه هدف مان را قشر خاصی از جامعه در نظر نگرفتیم، بلکه فرض کردیم که اکثر افراد جامعه می‌توانند کسب درآمد دلاری داشته باشند و دلار را به راحتی در ایران نقد کنند. با توجه به نام‌گذاری امسال با عنوان «تولید؛ دانش بنیان و اشتغال آفرینی» ما این هدف را در پیش گرفتیم، البته از قبل هم روی این مقوله سرمایه‌گذاری مالی، کرده بودیم

راه‌اندازی شد. اولین خرید و فروش‌ها در فروردین ۱۳۹۸ صورت گرفت، البته نه به صورت سفارشی، بلکه تیکتی آن را جلو بردیم؛ چرا که ما نه بستری برای ثبت سفارش داشتیم، نه درگاهی که به آن متصل شویم. در ابتدا تنها اشخاصی مشتریان ما بودند که یا از قبل با ما پنج نفر آشنا بودند، یا به واسطه افراد دیگر به ما معرفی می‌شدند و می‌دانستند که ما کار پرداخت را انجام می‌دهیم. این پرداخت‌های سفارشی، به صورت تیکتی و حواله کارت به کارت یا پایا انجام می‌شد. بعد از اردیبهشت ۱۳۹۸ پلتفرم سفارش‌ها ایجاد شد و ما به درگاه پرداخت متصل شدیم. رفته رفته کار را ادامه دادیم تا امروز که کل مجموعه ما ۳۵ نفر است.»

#### ◀ دوران کرونا؛ نقطه عطف فعالیت‌های اول پرداخت

جاوید درباره نگاه اول پرداخت به مسئله پرداخت بین‌المللی و همچنین نقطه عطف این شرکت می‌گوید: «در گذشته، اشخاص بسیار اندکی با پرداخت‌های بین‌المللی سروکار داشتند. این افراد اغلب یا به صورت تخصصی کار فریلنسری انجام می‌دادند یا دانشجوی بودند و می‌خواستند در رویداد یا سمیناری شرکت کنند و به نوعی با خارج از کشور مراد داشته باشند و با موضوع پرداخت و شرایط تحریم ایران و ضرورت ایجاد مسیرهایی برای پرداخت‌های بین‌المللی آشنا بودند. اما فکر می‌کنم نقطه عطف مجموعه‌هایی مثل ما از زمان شیوع کرونا بود؛ چرا که در این زمان بحث قرنطینه پیش آمد و بسیاری از افراد خانه‌نشین و خیلی‌ها بیکار شدند و به فکر کسب درآمد دلاری از طریق کار از منزل یا فریلنسری بر اساس تخصص خودشان افتادند؛ حالا چه معمارانی که می‌خواستند نقشه‌ای بکشند، چه برنامه‌نویسانی که در پی پروژه‌های مرتبط بودند، چه چندزبان‌هایی که می‌توانستند مترجمی را از خانه پیش ببرند و هر یک به درآمد دلاری برسند.»

او صحبت‌هایش را این‌گونه ادامه می‌دهد: «ما در ابتدا نیازهای موجود را در دوران کرونا بررسی کرده و بحث محتواسازی پیرامون آن را شروع کردیم. یعنی تمام تمرکز تیم را روی تولید محتوا گذاشتیم و بانک اطلاعاتی بسیار جامعی را گردآوری کردیم تا افراد بعضاً با جست‌وجو در گوگل بتوانند درباره اینکه چگونه با تخصص یا رشته خودشان به درآمدی دلاری برسند، اطلاعات کسب کنند. این کار با استفاده از ابزارهایی مثل گوگل سرچ کنسول یا گوگل آنالیتیکس انجام شد که روند گوگل را نشان می‌دهد و مشخص می‌کند مردم بیشتر دنبال چه چیزهایی هستند. این بررسی‌ها انجام شد و تیم محتوای بسیار قوی‌ای ایجاد و مستقر شد که موضوعات فریلنسری و دورکاری و به خصوص کلمه «کسب درآمد دلاری» را در گوگل بالا بیاورد. امروز در بسیاری از موضوعات وقتی افراد گوگل می‌کنند، به سایت یا وبلاگ ما می‌رسند و ما از سایت‌ها یا وبلاگ‌های خارجی بالاتریم.»

جاوید در ادامه درباره جامعه هدف اول پرداخت و چگونگی ایجاد بسترهای مناسب برای این کاربران اضافه می‌کند: «ما جامعه هدف مان را قشر خاصی از جامعه در نظر نگرفتیم، بلکه فرض کردیم که اکثر افراد



روایتی از زندگی شخصی و حرفه‌ای وحید والی که می‌گوید همیشه به این می‌اندیشد که از مشکلات و گرفتاری‌ها پلکانی برای جلو رفتن و ساختن آینده بسازد

# درپی خلق ارزش

وحید والی، مدیرعامل هلدینگ نیک‌اندیش است؛ فردی که رؤیایش در دوران نوجوانی، تحصیل در رشته نرم‌افزار و تبدیل شدن به یک مهندس کارکشته نرم‌افزار بود، اما با ورودش به دانشگاه متوجه می‌شود که دانشگاه نمی‌تواند او را به فردی تبدیل کند که همیشه رؤیایش را در سر داشته؛ در نتیجه از سال ۱۳۸۸ شروع به فعالیت در حوزه کسب‌وکارهای آنلاین می‌کند. تا قبل از آن نیز در حوزه‌های مختلف دیگری فعالیت می‌کرد؛ برای مدتی راننده تاکسی، نگهبان و کارگر ساختمان بود. والی می‌گوید تا مدت‌ها دچار سردرگمی بود و دقیق نمی‌دانست که می‌خواهد در نهایت چه حوزه‌ای را انتخاب کند و آن را ادامه دهد؛ تا اینکه به تدریج با دنیای اینترنت و بعدتر با حوزه رمزارزها آشنا می‌شود و پایه کسب‌وکار خود را روی آنها بنا می‌کند. یکی از ویژگی‌های والی که در صحبت‌هایش نیز بسیار روی آن تأکید دارد، این است که تا به حال در هر حوزه‌ای که فعالیت کرده، صددرصد توان خود را برای آن کار به خرج داده و همیشه برایش خلق ارزش مهم‌ترین موضوع بوده است. در گفت‌وگویی که با وحید والی داشتیم، به مسیری که او از کودکی تاکنون پیموده، پرداخته‌ایم؛ مسیری که می‌گوید از آن راضی است و با توجه به اینکه در این سال‌ها، تمام تلاش خود را کرده است، پشیمانی ندارد. او می‌گوید همیشه بیش از آنکه به گذشته بیندیشد، به این فکر می‌کند که از مشکلات و گرفتاری‌ها پلکانی برای جلو رفتن و ساختن آینده بسازد.





## تنظیم‌گری

اتفاق ایده‌آلی است که امروز چیزی را بخرید و چند وقت بعد پرداخت کنید، اما نباید برای این سرویس عجله کنید؛ چراکه شما را به یک بدهکار دائمی تبدیل می‌کند. اما اشتباه دیگر این است که فکر کنید می‌توانید از چندین سرویس این چنینی به راحتی اعتبار دریافت کنید و آن را باز پرداخت نکنید، چون سیستم یکپارچه اعتبارسنجی میان لندتک‌ها وجود ندارد، اما در آینده‌ای نزدیک زمانی که رفتار اعتباری شما میان بازیگران این صنعت به اشتراک گذاشته شود، دیگر به راحتی نمی‌توانید به یک بدهکار دائمی تبدیل شوید و حتی شاید نتوانید دیگر تسهیلاتی را دریافت کنید. همین شرایط می‌تواند برعکس باشد و شما به بازیگری تبدیل شوید که بارتبه اعتباری خوب شرکت‌ها و بازیگران این صنعت برای شما فرش قرمز پهن کنند. در حال حاضر BNPL به ترند روز صنعت فین تک تبدیل شده که در پرونده‌ای به آن پرداختیم و در آینده از آن بیشتر می‌شنوید.

۷۶

BNPL؛ روندی برای زندگی روزمره

۷۹

BNPL در ایران؛ آمیخته با ریسک

۸۳

رگولاتوری اجتناب‌ناپذیر

الان بخرید  
بعداً پرداخت  
کنید؛ اما  
عجله نکنید



گفت وگو با دو فعال حوزه BNPL درباره چالش‌ها و چشم‌انداز این حوزه در کشور

# BNPL؛ روندی برای زندگی روزمره



میثم سلیمانی



اگر به زندگی‌های عادی بسیاری از افراد نگاه کنیم، می‌بینیم که در شرایط تورمی کشور ما دخل مان با خرج مان همسان نیست و در میانه‌های ماه به شدت نیازمند آن می‌شویم که از جایی پول قرض بگیریم یا حتی از محل کارمان مساعده دریافت کنیم. در گذشته‌های نه‌چندان دور این پول‌های خرد به شکل پول دستی به افراد داده می‌شد که اکنون با توجه به شرایط اقتصادی امروزی این امکان به سختی وجود دارد. اما اکنون فناوری‌های مالی نوین دسترسی‌های متفاوتی را در اختیارمان قرار داده‌اند. دنیا سال‌هاست به سمت پلتفرم‌هایی رفته که با شعار «الان بخر، بعداً پرداخت کن» مشغول فعالیت هستند و حتی به نوعی خرید اعتباری در بسیاری از جوامع به یک فرهنگ تبدیل شده است.

آمارها نشان می‌دهد هرچند در تاریخ ایران فرهنگ خرید نسبی و حساب‌های دفتری مرسوم بوده، اما به مرور زمان و با افزایش تورم افسارگسیخته و کاهش اعتبار و اعتماد، این فرهنگ جای خود را به خرید نقدی داده و این موضوع باعث شده در شرایط اقتصادی نه‌چندان مناسب کشور، بسیاری از خانواده‌ها در روزهای پایانی ماه برای تهیه مایحتاج زندگی خود با مشکل مواجه شوند. حالا لندنگ‌ها به میدان آمده‌اند تا این شرایط را تغییر دهند. طی دو سال اخیر برخی شرکت‌ها این ریسک را پذیرفته‌اند که وارد بازار BNPL یا الان بخر، بعداً پرداخت کن شوند. آپسان، اسنپ، دیجی‌پی، تارا، ازکی و ام‌واخیراً و پید و تضمین‌چی نیز وارد این عرصه شده‌اند. با این حال برخی معتقدند مدلی که در ایران پیاده‌سازی شده، مشابه مدل خارجی آن نیست و برخی دیگر بر این عقیده هستند که در آینده این پروژه بدهی هنگفتی را بر جای می‌گذارد. ولی اکثر صاحب‌نظران این حوزه معتقدند نرخ نکول شبکه بانکی به تسهیلات خرد مربوط نیست، از همین رو شرکت‌های ارائه‌دهنده BNPL می‌توانند امیدوار باشند که در این مسیر با نرخ نکول سنگینی مواجه نخواهند شد. در ادامه گفت‌وگویی داشتیم با حسین مرادی، بنیان‌گذار تضمین‌چی و همچنین مجید حسامی، مدیرعامل اسنپ‌پی تا چشم‌انداز سرویس الان بخر، بعداً پرداخت کن را بررسی کنیم.

## ◀ مدل ایرانی یا مدل جهانی

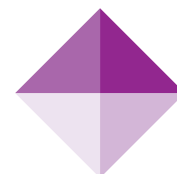
شاید در برابر پاسخ به این سؤال که آیا سرویس الان بخر، بعداً پرداخت کن، در ایران با روند جهانی آن مشابهت دارد، پاسخ‌های متنوعی بشنوید؛ زیرا این صنعت نوپا در ایران هنوز در حال تعریف خود در چهارچوب فرهنگ داخلی کشور است. حسین مرادی، بنیان‌گذار تضمین‌چی معتقد است به‌طور کلی BNPL در دنیا به سه دسته تقسیم می‌شود که دسته اول مربوط به وام‌های خرد می‌شود. مرادی در این خصوص معتقد است: «در این حالت که معمولاً برای خریدهایی با مبالغ پایین و سود صفر درصد است، مبلغ کل خرید به چندین قسط تبدیل می‌شود که خریدار آنها را سر موعد مقرر پرداخت می‌کند. معمولاً بازه زمان بازپرداخت اعتبار ۱/۵ تا ۶ ماه است. رایج‌ترین حالت بازپرداخت چهار قسط در بازه‌های زمانی دو هفته یک بار است. قسط اول نیز پس از تحویل کالای خریداری شده دریافت می‌شود.»

دسته دوم مربوط به وام‌های با اقساط ثابت می‌شود که مرادی در این خصوص می‌گوید: «در این حالت کسب‌وکار BNPL با توجه به اعتبارسنجی خریدار و مبلغ خرید، کل مبلغ خرید را به تعدادی قسط تقسیم کرده و خریدار آنها را پرداخت می‌کند. در این حالت با توجه به بازه زمانی، از خریدار کارمزد دریافت می‌شود.» اما قسمت سوم مربوط به وام‌هایی با بازپرداخت منعطف

است که این بخش نیز به مانند حالت فوق است؛ با این تفاوت که خریدار می‌تواند تعداد اقساط و بازه زمانی بازپرداخت را مشخص کند. این شیوه به کاربرانی ارائه می‌شود که به دلیل اعتبار و سابقه مالی خود مورد اطمینان پلتفرم بوده و اطمینان بالایی نسبت به بازپرداخت اعتبارشان وجود دارد. مرادی اما در خصوص تفاوت‌های پلتفرم‌های داخلی و خارجی و شیوه‌هایی مرسوم می‌گوید که در دنیا وجود دارد، می‌گوید: «در کشورهای خارجی BNPL به عنوان یک شیوه پرداخت در کنار شیوه‌های پرداخت دیگر مانند کیف پول دیجیتال، کارت نقدی (Debit Card) یا کارت اعتباری در اغلب فروشگاه‌های اینترنتی دیده می‌شود. در حالی که در ایران این شیوه پرداخت آنچنان مرسوم نیست و به جز موارد معدود، استفاده از اعتبار BNPL از طریق کد تخفیف انجام می‌شود و درگاه پرداخت یکپارچه‌ای وجود ندارد. در مقایسه با میزان ترویج این شیوه پرداخت در فروشگاه‌های اینترنتی خارجی، همچنان جای رشد زیادی وجود دارد.»

استارت‌آپ‌های موفق ایرانی که به مقیاس بزرگی دست یافته‌اند، نیز این شیوه پرداخت را در داخل اکوسیستم خود پیاده کرده‌اند و تنها به کاربران خود این خدمت را ارائه می‌دهند. اسنپ و دیجی‌کالا از استارت‌آپ‌هایی هستند که این شیوه پرداخت را فعال کرده‌اند و کاربران

مصرف تراکتس



۷۶

ASAE.TARAKTESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران





مرضیه امیری



در میزگردی با حضور فعالان حوزه BNPL در کشور مطرح شد

# BNPL در ایران آمیخته باریسک

BNPL (الان بخر، بعداً پرداخت کن) طی فقط دو سال چنان در ایران پروبال گرفت که حالا به یکی از ابزارهای جدی پرداخت حداقل در برخی اپلیکیشن‌های پرطرفدار تبدیل شده است. اما این سرویس هرچه جدی‌تر می‌شود، چالش‌ها و دغدغه‌های بیشتری را بر سر راه فعالان این حوزه قرار می‌دهد. به همین خاطر در یک پنل تخصصی به چالش‌ها و راهکارهای توسعه BNPL در ایران پرداختیم. سعید نوروزی، مدیر توسعه کسب‌وکار اعتبار BNPL دیجی‌پی؛ محمدمهدی مؤمنی، مدیرعامل ازکی‌وام؛ مصطفی ابراهیم‌زاده، مدیر توسعه کسب‌وکار آپسان و وحید شامخی، معاون توسعه و نوآوری تارا همراهان عصر تراکتس در این پنل بودند و هر کدام از زاویه کاری و فعالیت خود به موضوع BNPL پرداختند و البته بر سر راه و روش ارائه این سرویس در ایران اختلاف‌نظرهایی داشتند که رنگ‌وبوی چالشی و جذابی به این پنل داد.



برسیم. آنچه ارائه‌دهندگان مثل کلارنا، افیرم، افترپی و... به عنوان BNPL عرضه می‌کنند، ارائه اعتبار (عموماً بدون کارمزد) به نسل Z و متقاضیان بداعتبار برای خرید محصولات یا خدمات مشخص از پذیرندگان طرف قرارداد سرویس دهنده BNPL است. هیچ‌یک از بازیگران اصلی این مدل کسب‌وکاری، تضمینی برای بازپرداخت اعتبار از مشتریان خود دریافت نمی‌کنند. اما آنچه ما در ایران انجام می‌دهیم (شاید) به دلیل تورم بالا، رکود اقتصادی و نرخ بالای تأمین مالی، ارائه اعتبار

مدتی است موضوع BNPL در ایران داغ شده است. مسیری که این موضوع در کشور ما در حال طی کردن آن است، چقدر با آنچه در دنیا وجود دارد، مشابهت و نزدیکی دارد؟

**سعید نوروزی:** برای پاسخ به این پرسش بهتر است ابتدا به درک صحیحی از کسب‌وکار BNPL در دنیا

# جهان

آیا عصر پول نقد به سر آمده است؟ آیا شاهد ظهور عصر جدیدی در عرصه پول و ارز هستیم؟ چه کسی تحولات پولی را ایجاد می‌کند؟ اینها بخشی از پرسش‌هایی است که مجله ام‌آی‌تی تلاش کرده در جدیدترین شماره خود در قالب «مسئله پول» به آن بپردازد. واقعیت این است که پول می‌تواند خیلی چیزها یا به قول نویسنده مجله ام‌آی‌تی «همه‌چیز» را تغییر دهد، اما حالا کسانی پیدا شده‌اند که در حال تغییر دادن خود پول هستند. از این طریق، شاهد تحولاتی بزرگ در عرصه نقل‌وانتقالات دیجیتالی پول هستیم. حالا برای نخستین بار در تاریخ بشر، سروکله ارزهای دیجیتال پیدا شده؛ انواع و اقسام کوین‌هایی که قرار است جای پول را بگیرند و تحولاتی عظیم در دنیای پولی ایجاد کنند. پول‌های دیجیتالی باعث شده‌اند که بانک‌ها نسبت به گذشته، سلطه خود را از دست بدهند. به این ترتیب ظهور پول‌های جدید، عواقبی را هم به همراه داشته است. به علاوه، با ظهور پول‌های جدید و ارزهای دیجیتال، نظم پیشین در عرصه پولی هم تغییر کرده است. همه اینها از جمله مسائلی است که مجله MIT Technology Review تلاش کرده به آنها بپردازد.

۸۶

شهرهای ساخته شده با کریپتو

۹۱

پول وارد دوران رقابتی جدیدی خواهد شد

۹۶

CBDCها جهانی می‌شوند

## مسئله پول







فاطمه اکیما  
مترجم

مهرتراکتس



۸۶

ASAEETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران



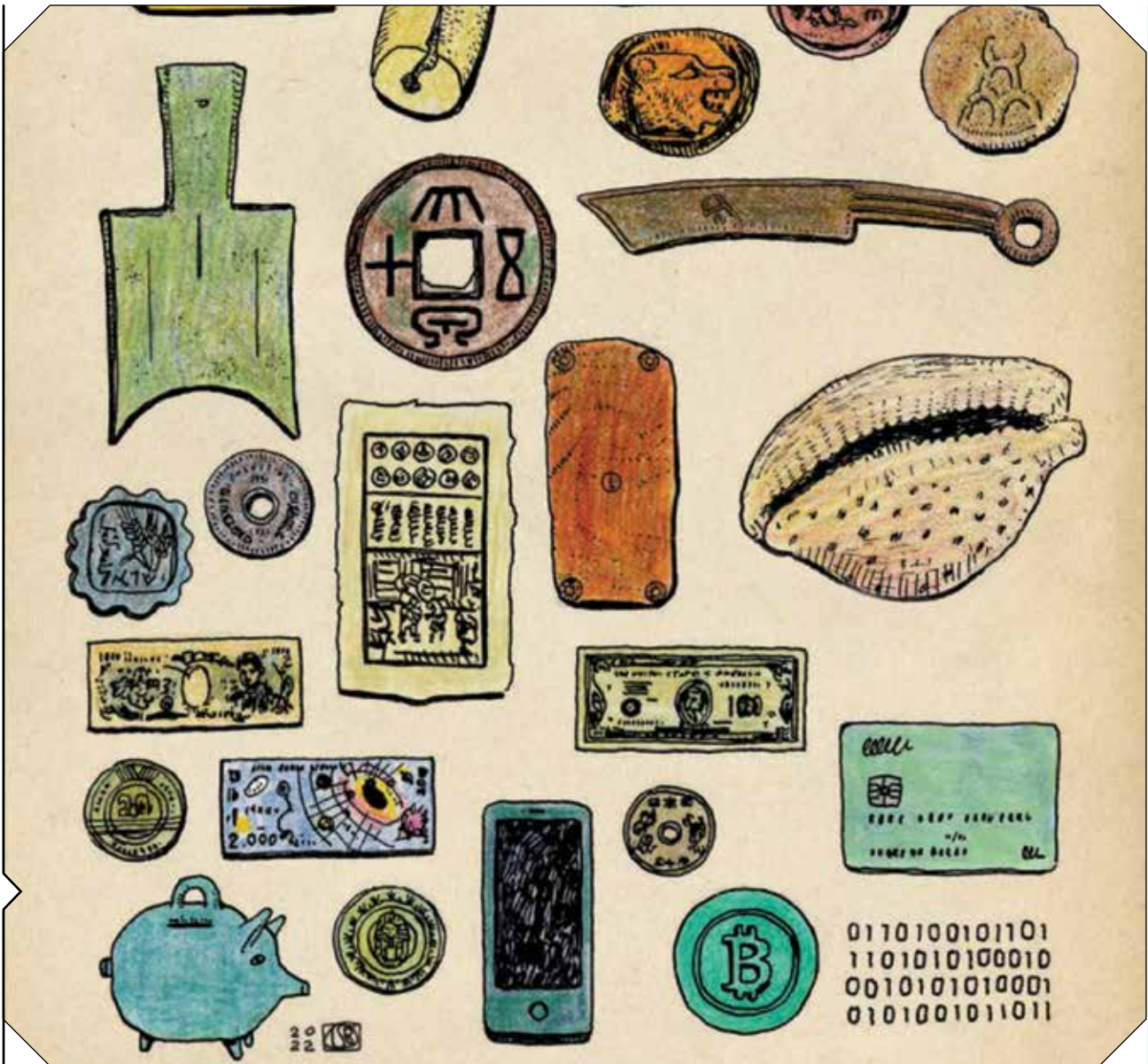
میلیون‌های کریپتو در حال نزدیک شدن به سیاستمداران و سرمایه‌گذاری  
روی ساخت شهرهایی در آمریکای مرکزی هستند

# شهرهای ساخته شده با کریپتو

هرروزه در آتشفشان کونچاگوا، ماشین زباله‌ای که حالا تغییر کاربری داده، تور بیست‌هایی را به یک اقامتگاه بوم‌گردی می‌برد. ماشین در جاده‌ای ناهموار با صدای غرش ماندنی بالامی‌آید و حرکتش مسافران را تکان‌تکان می‌دهد. در بالاترین قسمت قله، مسافران در جنگلی که با لکه‌های آفتاب خال خالی شده، پخش می‌شوند و مناظر خیره‌کننده‌ای از خلیج عمیق و آبی فونسکا به استقبالشان می‌آیند. اسم این منطقه تور بیستی «ال اسپریتو دلا مونانا» (روح کوهستان) است. مردم بومی لنکا اعتقاد دارند که موجودی مقدس در این آتشفشان خاموش زندگی می‌کند که گاهی به شکل پروانه یا عقاب تصویر می‌شود. نام روح کوهستان هم با اشاره به همین اعتقاد مردم بومی روی این اقامتگاه گذاشته شده است. مالک این اقامتگاه «لوئیس دیاز» است که هفت سال پیش ساخت آن را شروع کرد، اما شاید عمر این آرامشی که لوئیس دیاز در اینجا یافته، چندان طولانی نباشد. «نایب بوکله»، رئیس‌جمهور السالوادور در نوامبر ۲۰۲۱ اعلام کرد که این آتشفشان اولین جایی خواهد بود که ایده شهر بیت‌کوینی در آنجا اجرا خواهد شد؛ پروژه ساختمان‌سازی عظیمی برای تبدیل جنگل بکر به کلان‌شهری پر جنب و جوش در راه است.







فناوری دیجیتال می‌خواهد رابطه ما با پول و توانایی مدیریت اقتصاد در برخی کشورها را متحول کند

# پول وارد دوران رقابتی جدیدی خواهد شد

پول یکی از چشم‌گیرترین نوآوری‌های بشر است که این امکان را برای افرادی که احتمالاً یکدیگر را نمی‌شناسند و دلیل موجهی برای اعتماد متقابل ندارند، فراهم می‌کند تا بتوانند محصولات و خدمات‌شان را از مسافت‌های دور با یکدیگر مبادله کنند. با استفاده از پول می‌توان حتی ثروت و منابع را نیز در طول زمان انتقال داد. بدون وجود پول، مبادله و تجارت (در واقع همه فعالیت‌های اقتصادی انسان) از نظر زمان و مکان به شدت محدود می‌شوند.



چاپ پول باعث قدرت اقتصادی می‌شود؛ بنابراین اصلاً جای تعجب ندارد که در طول تاریخ رقابت‌های بسیاری بر سر پول رایج در یک کشور یا میان کشورها اتفاق افتاده است. در چین، مبداء اولین پول کاغذی در جهان، تاجران خصوصی و حاکمان محلی که چندین دهه با هم رقابت می‌کردند، پول رایج را چاپ کردند. در واقع، بانک‌های دولتی و خصوصی چین که در اواخر نیمه اول قرن بیستم به‌طور همزمان فعالیت می‌کردند، اسکناس را چاپ کردند.

۱۷۱۵

کارولینای شمالی بیش از ۱۷ نوع پول قانونی دارد.



A View of the BANK of ENGLAND, Abchurch-lane, London.

۱۶۹۴

بانک انگلستان تأسیس شد.



اواخر ۱۷۰۰ / اوایل ۱۸۰۰

کمبود مس و نقره باعث استفاده بیشتر از توکن‌ها و سکه‌های خارجی شد.



۱۷۹۲

ضرابخانه آمریکا اقدامات خود را آغاز کرد.

۱۶۵۰

۱۷۰۰

۱۷۵۰

۱۸۰۰

راه جهان معرفی کرد. اسکناس‌های دوران حکومت او فقط به این دلیل ارزش داشتند که او حکم کرده بود همه افراد قلمروش باید آنها را بپذیرند، وگرنه به اعدام محکوم می‌شوند. در کنترل چاپ پول کاغذی جانشینان کوبلای بی‌نظم‌تر از خود او عمل کردند. دولت‌های بعدی در چین و دیگر مناطق بدون در نظر گرفتن عواقب کار خود وسوسه شدند تا برای تأمین هزینه‌های دولت، پول چاپ کنند. چنین بی‌توجهی‌هایی معمولاً به تورم‌های ناگهانی یا حتی شدیدی منجر می‌شود که کاهش شدید کیفیت کالاها و خدمات باقیمت معین را به همراه دارد. این اصل حتی در دوران مدرن هم صدق می‌کند. امروزه اعتماد به بانک مرکزی است که باعث تأیید گسترده اسکناس‌ها می‌شود، اما این اعتماد نیز باید با سیاست‌های اصولی دولت حفظ شود.

با این حال، بسیاری از افراد فکر می‌کنند که پول نقد دیگر قدیمی شده است. از آنجایی که با تلفن‌های هوشمند به راحتی می‌توانیم پرداخت‌هایمان را انجام دهیم، استفاده از پول نقد واقعاً کاهش یافته است. روشی که مردم کشورهای ثروتمند مانند آمریکا و سوئد و همچنین کشورهای فقیرتر مانند ساکنان کنیا و هند برای پرداخت حتی خریدهای ساده خود انجام می‌دهند نیز تنها طی چند سال تغییر کرده است. ممکن است این تغییر عاملی برای ایجاد نابرابری باشد. بدین صورت اگر پول نقد از بین برود، افراد مسن، فقیر و سایر افرادی که به فناوری دسترسی ندارند، از حقوق خود محروم می‌شوند. اما در واقع تلفن‌های همراه در بسیاری از کشورها به وفور یافت می‌شوند و اگر پول‌های دیجیتال به درستی به کار روند، عامل مؤثری در مشارکت مالی خانوارهایی هستند که به نظام‌های رسمی بانکی دسترسی کمتری دارند.

پول نقد همچنان در جریان است. در دوران همه‌گیری کرونا، با وجود اینکه پرداخت‌های غیرتماسی رایج‌تر بودند، اما تقاضا برای پول نقد نیز در اقتصادهای بزرگی مانند آمریکا افزایش یافت. علت این مسئله احتمالاً آن است که مردم پول نقد را نوعی پس‌انداز مطمئن می‌دانستند. بسیاری از ایالات آمریکا قوانینی دارند تا مطمئن شوند پرداخت با پول نقد نیز انجام می‌شود. این روش از افرادی حمایت می‌کند که نمی‌توانند یا نمی‌خواهند از روش‌های پرداختی دیگر استفاده کنند. با این حال به‌طور کلی، مصرف‌کنندگان، کسب‌وکارها و دولت‌ها از تغییر پول نقد به روش‌های پرداخت دیجیتال استقبال کردند؛ به‌خصوص اینکه این فناوری‌ها کار آنها را کم‌هزینه‌تر و راحت‌تر کرده بود. با این حال، کاهش پول نقد (که زمانی به‌عنوان شکل نهایی پول ارزش‌گذاری می‌شد) تأثیر ناچیزی در چشم‌انداز مالی دارد که به سرعت در حال تغییر است. یکی از چشم‌گیرترین

در نهایت ظهور بانک‌های مرکزی به این رقابت پایان داد. این بانک‌ها امتیاز انحصاری چاپ پول رایج قانونی را در دست داشتند و موظف بودند آن را ثابت نگه دارند. این تغییر اول از همه در سوئد، در بانک ریکز اتفاق افتاد؛ قدیمی‌ترین بانک مرکزی جهان که در قرن هفدهم تأسیس شد. با تأسیس بانک People در سال ۱۹۴۸ در چین، کمی قبل از تشکیل رسمی جمهوری خلق چین، رقابت در این کشور به پایان رسید. از آنجایی که بانک‌های مرکزی در این مسئله دخیل بودند و ارزش نسبی پول‌های رایج به اعتبار و ثبات بانک‌های مرکزی صادرکننده آنها بستگی داشت، رقابت بیشتر بین‌المللی بود.

اکنون ما در آستانه تحول دیگری هستیم. پول نقد دیگر قدیمی شده و فناوری‌های دیجیتال جایگزین آن می‌توانند ماهیت و قدرت پول را تغییر دهند. امروزه پول بانک مرکزی هم‌زمان به‌عنوان یک واحد محاسبه، روشی برای مبادله و منبع ارزش به کار می‌رود. اما از آنجایی که اشکال مختلف پول دیجیتال خصوصی مانند برخی رمزارزها محبوبیت پیدا کرده‌اند، فناوری‌های دیجیتال می‌توانند این عملکردها را از یکدیگر تفکیک کنند. این تغییر می‌تواند باعث کاهش قدرت پول بانک مرکزی شود و موج رقابتی ارزی دیگری را به وجود آورد. این موج می‌تواند عواقب ماندگاری برای بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای دارای اقتصادهای کوچک‌تر داشته باشد.

در جوامع قدیم از وسایلی مانند صدف، مهره و سنگ به‌عنوان پول استفاده می‌کردند. اولین پول رایج کاغذی در قرن هفتم در چین چاپ شد. تاجران معتبر این پول را به‌صورت یک گواهی سپرده چاپ کرده و با ذخیره کالاها یا فلزات گران‌بها از اسکناس‌ها پشتیبانی می‌کردند. در قرن سیزدهم، کوبلای خان اولین پول رایج کاغذی بدون پشتوانه

مهرتراکتس



۹۲

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران



۱۲۶۰

کوبلای خان، رهبر مغولی، پول رایج بدون پشتوانه‌ای را چاپ کرد که اگر مردم آن را نمی‌پذیرفتند به اعدام محکوم می‌شدند.



۲۰۶-۲۲۱ پیش از میلاد

کین شای هوانگ (Qin Shi Huang)، اولین امپراتور چین، سکه‌های استاندارد را به‌عنوان پول رایج ساخت.



اوایل قرن نهم

چین با کمبود مس مواجه شد. امپراتور هیوان تسانگ (Emperor Hien) پول کاغذی را چاپ کرد.

۱۰۳۲

تعداد زیادی از بانک‌های خصوصی در چین پول چاپ کردند و باعث افزایش فشار تورم شدند.

عصر تراکتس

جهان

۹۳

مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره ششم

ارزش‌گذاری‌های فوق‌العاده زیادی تبدیل شده‌اند که تنها پشتوانه آنها اعتماد سرمایه‌گذاران است.

اکنون نسل جدیدی از رمزارزها به وجود آمده‌اند که می‌توانند بسیاری از کاستی‌های بیت‌کوین را برطرف کنند. استیبل‌کوین‌ها رمزارزهایی هستند که ذخایر دلار آمریکا یا دیگر ارزهای معتبر فیات پشتوانه ارزش ثابت آنها هستند. این نوع رمزارزها در حال افزایش‌اند. استیبل‌کوین‌ها نظام‌های پرداخت دیجیتال معتبر و قابل دسترسی هستند که پرداخت‌های داخلی و بین‌المللی را ارزان‌تر و سریع‌تر می‌کنند. با این حال، برخلاف بیت‌کوین‌ها که کاملاً غیرمتمرکز هستند، مؤسسه صادرکننده باید استیبل‌کوین‌ها را تأیید کند. این مؤسسه می‌تواند یک بانک، شرکت یا فقط یک نهاد آنلاین باشد. این بدان معناست که کاربران باید به آن مؤسسه اعتماد کنند که فقط تراکنش‌های قانونی را تأیید کند و ذخایر کافی داشته باشد. در حال حاضر، رگولاتورها به تأیید مستقل هیچ‌کدام از این نهادها نیازی ندارند؛ بنابراین با وجود اینکه هدف ارزشمند استیبل‌کوین‌ها رفع تقاضا برای نظام‌های پرداخت بهتر است، اما آنها نگرانی‌های زیادی نیز به وجود آورده‌اند.

انقلاب رمزارز با وجود همه این دردسرهایی که روز به روز بیشتر می‌شوند، مرزهای فناوری‌های پرداخت دیجیتال را گسترش داده و به رشد بانک‌های مرکزی کمک کرده است. بسیاری از این بانک‌ها که تا مدت‌ها مؤسسات محافظه‌کاری بودند و در برابر تغییرهای بزرگ مقاومت می‌کردند، اکنون وارد رقابت دیجیتال شده‌اند.

بسیاری از بانک‌های مرکزی در سراسر جهان با این مشکل مواجه شده‌اند که ارز کاغذی آنها به مرور زمان دیگر کاربردی ندارد و به دنبال آن هستند که پول‌شان را به صورت دیجیتالی منتشر کنند. اقتصادهای بزرگی مانند چین، ژاپن و سوئد در حال آزمایش کردن ارزهای دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) هستند. این ارزها در واقع نسخه دیجیتال همان ارزهایی هستند که اکنون به صورت اسکناس و سکه منتشر می‌شوند. باهاما و نیجر به پیش از این CBDCهای خود را در سراسر کشور راه‌اندازی کرده‌اند. کشورهایی شامل برزیل، هند و روسیه در حال آغاز آزمایش‌های خود هستند.

برخی کشورها، CBDC را روشی برای دسترسی بیشتر به نظام مالی رسمی به‌شمار می‌آورند. با این روش حتی خانوارهایی که حساب بانکی یا کارت اعتباری ندارند نیز می‌توانند به یک نظام پرداخت دیجیتال امن و ارزان‌قیمت دسترسی پیدا کنند. دیگر کشورها، به دنبال CBDCها هستند تا کارایی و ثبات نظام‌های پرداخت دیجیتال را افزایش دهند. نظام پرداخت شرکت‌های خصوصی سوئدی که در اکثر شرایط به درستی عمل

عوامل تغییر، ظهور رمزارزها بود که قوانین قدیمی در زمینه پول و امور مالی را به هم زده است.

اولین رمزارز یا همان بیت‌کوین احتمالاً نقش چندانی در این آینده مالی نداشته باشد.

بیت‌کوین به گونه‌ای طراحی شده تا مردم بتوانند تراکنش‌های خود را به صورت مستعار (تنها با استفاده از هویت‌های دیجیتال، به جای هویت واقعی) و بدون دخالت شخص ثالث قابل اعتماد، مانند یک بانک مرکزی یا مؤسسه مالی انجام دهند. به عبارت دیگر، هر کسی می‌تواند با استفاده از یک کامپیوتر تراکنش انجام دهد و نیازی به کارت اعتباری یا حساب بانکی ندارد. سکه‌ها تولید می‌شوند و یک الگوریتم رایانه‌ای جداگانه اعتبار تراکنش‌ها را تأیید می‌کند. بدین صورت هویت سازنده آن تا به امروز ناشناس مانده است.

هنگام معرفی بیت‌کوین در سال ۲۰۰۹، زمانی که بحران مالی جهانی اعتماد به دولت‌ها و بانک‌ها را از بین برده بود، شرایط بسیار بر وفق مراد بود، اما بیت‌کوین با وجود محبوبیت بسیار در کارکرد اصلی خود دچار مشکل شد. نوسانات ارزش بیت‌کوین به همراه نوسانات شدید و پی‌درپی قیمت، باعث شد این رمزارز به روش پرداختی غیر قابل اعتمادی تبدیل شود. علاوه بر این، مشخص شد که این رمزارز ناشناس بودن افراد را تضمین نمی‌کند. یعنی با کمی تلاش می‌توان هویت واقعی کاربران دیجیتال را شناسایی کرد (از جهاتی این مسئله مفید است؛ زیرا تراکنش‌های بیت‌کوین که زمانی باعث پیشرفت دارکوب بودند، اکنون به شدت کاهش یافته‌اند. دارکوب محل انجام تجارت‌های غیرقانونی است). امروزه بیت‌کوین و دیگر رمزارزهای شبیه آن، اکثراً به سرمایه‌های مالی پرخطر با ارزش ذاتی کم و با

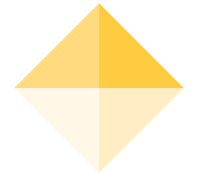


واحدهای پولی بانک مرکزی در حال فراگیر شدن هستند و می توانند جابه جایی پول در جهان را تغییر دهند

# CBDC ها جهانی می شوند

فاطمه اکیما  
مترجم

مصرف تراکنش



۹۶

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی فناوری های مالی ایران

ارز دیجیتال بانک های مرکزی یا CBDC ها مانند اسکناس از طرف دولت منتشر می شوند. در واقع دولت به جای ایجاد



صورت حساب ها و سکه های فیزیکی، یک توکن منتشر می کند که در کیف پول های دیجیتالی یا اپلیکیشن ها نگهداری می شود. امروزه دولت ها، از نیجریه گرفته تا چین در حال آزمایش این راه جدید هستند. ده ها کشور روی CBDC ها کار می کنند و هر کدام انگیزه های کاملاً متفاوت از دیگری دارند. «جاش لپسکی»، مدیر مرکز «ژئواکونومیک» در شورای آتلانتیک می گوید: «CBDC چیزی نیست که برای همه مناسب باشد.» شورای آتلانتیک اندیشکده ای آمریکایی است که CBDC ها را در تمام دنیا ردیابی می کند (اطلاعات نقشه ای که می بینید بر اساس کارهای شورای آتلانتیک است).

تمرکز بعضی از پروژه های CBDC روی پرداخت های بین کشورهاست. اما بیشتر این به اصطلاح واحدهای پولی تجاری برای تراکنش های مالی روزمره طراحی شده اند. CBDC های در سطح خرده فروشی می توانند افراد بیشتری را به سیستم بانکی وارد کنند و شمول مالی را افزایش دهند. لپسکی می گوید در کشورهایی مثل نیجریه، افزایش دربرگیرندگی مالی انگیزه ای بسیار مهم است، چون در کشور نیجریه قسمت اعظمی از جمعیت کشور خارج از مراکز شهری زندگی می کنند. کشورهای حوزه دریای کارائیب هم همین شرایط را دارند و ارسال پول به ده ها و حتی صدها جزیره کار دشواری است. حتی در کشورهایی که پیوستگی بیشتری دارند هم افزایش شمول مالی تأثیر مهمی خواهد داشت. امروزه در آمریکا حدود پنج درصد خانوارها به هیچ حساب بانکی دسترسی ندارند. CBDC ها می توانند راهی دموکراتیک برای دسترسی همه به اقتصاد دیجیتال باشند

۲۴

تا مارس ۲۴، ۲۰۲۲ پروژه CBDC راه اندازی شده یا در مرحله آزمایشی قرار دارند (شورای آتلانتیک).

باهاما

باهاما در اکتبر ۲۰۲۰، اولین CBDC را به نام «سند دلار» (Sand Dollar) در تمام کشور راه اندازی کرد (شورای آتلانتیک، فوربس).

۸۰

۸۰ کشور CBDC راه اندازی کرده اند یا در حال تحقیق برای راه اندازی آنها هستند (شورای آتلانتیک).

راه اندازی شده



- در مرحله اجرای آزمایشی
- در مرحله توسعه
- در مرحله تحقیق
- راه اندازی شده
- غیرفعال

در مرحله اجرای آزمایشی

- جامائیکا
- آنغولا
- سوئد
- لیتوانی
- اوکراین
- روسیه
- چین
- کره جنوبی
- هنگ کنگ
- عمارتان سعودی
- امارات متحده
- عربی

۱۵

- تایلند
- سنگاپور
- مالزی
- آفریقای جنوبی

۱/۷

میلیارد نفر  
در تمام دنیا (حدود ۳۰ درصد بزرگسال):  
کسانی که دسترسی به حساب بانکی  
ندارد (بانک جهانی، ۲۰۱۷).

در مرحله توسعه

- کانادا
- هائیتی
- ونزوئلا
- برزیل
- سوئیس
- مدیترانه شرقی  
(سه کشور)
- ترکیه
- بحرین
- هند
- موریس
- کامبوج
- ژاپن
- پالائو
- استرالیا

۱۶

۲

میلیون یوان دیجیتال  
(حدود ۳۱۵,۰۰۰ دلار آمریکا):  
میزانی که طی المپیک ۲۰۲۲، هر روز در  
دوره آزمایشی در چین با CBDC  
معامله شده است (رویترز).

- آمریکا
- مکزیک
- بلیز
- گواتمالا
- هندوراس
- ترینیداد و توباگو
- پرو
- شیلی
- ایسلند
- نروژ
- بریتانیا
- مغرب
- عنا
- تونس
- اسواتینی
- تایوان
- فیلیپین
- لائوس
- اندونزی

۱۷

۱/۷

میلیون تراکنش بر ثانیه:  
حجمی که توسط کدهای آزمایشی  
برای یک CBDC بالقوه ایالات متحده  
به دست آمده است (پروژه  
همیلتون).

در مرحله تحقیقاتی

عمر تراکنش



۹۷

مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره شصتم

# راهنما

در یکی، دو دهه اخیر، چرخ‌های اقتصاد و سیاست و بحران‌های گوناگون طبیعی و غیرطبیعی در کشورمان طوری به هم پیچیده‌اند و وضعیت اقتصادی خانوارها را به هم ریخته‌اند که تأمین تسهیلات و وام‌های خرد بیش از هر زمان دیگری اهمیت یافته و به معضلی منتظر چاره‌جویی تبدیل شده است. در این میان، کسب‌وکارهایی هم هستند که از شعار دادن فاصله گرفته و راهکارهایی مبتنی بر فناوری ارائه داده‌اند تا هم رؤیای برابری را قدری زمینی کنند، هم از محافظه‌کاری‌های اقتصاد سنتی عبور کنند.

استمرار تورم بیش از ۴۰ درصدی در سال‌های اخیر در ایران، از قدرت خرید مردم به شدت کاسته؛ بنابراین نیاز به ارائه وام‌های خرد بیش از پیش احساس می‌شود. کسب‌وکارهای حوزه لندتک در ایران این نوید را می‌دهند که با فراهم آوردن تسهیلات خرد قدری فشارها را از روی دوش خانوارها کم کنند. همچنین با توجه به اهمیت و نیاز امروز ما به موضوع لندتک شماره دوم مجموعه کتاب‌های راهکار با تمرکز بر این حوزه منتشر شده است. در این شماره خوانندگان خلاصه‌ای از مهم‌ترین کتاب‌هایی را که در حوزه وام‌دهی و اقتصاد نوشته شده، می‌خوانند.

۱۰۶

بیمه‌گری بایک کلیک

۱۰۸

در پی بهبود فرایندهای کسب‌وکاری

۱۱۰

مردان بازار سرمایه

## لندتک میدان جدید

کتاب راهکار ۲



درباره  
لندتک

آموزه‌های مهم‌ترین کتاب‌های حوزه اقتصاد و تأمین مالی خرد





تاریخ انتشار	۲۷ ژوئن ۲۰۲۲
صاحب امتیاز	مایکل بلومبرگ
تیراژ	۳۲۵ هزار نسخه
انتشار اولین شماره	سپتامبر ۱۹۲۹
دفتر مرکزی	نیویورک، آمریکا
وبسایت	bloomberg.com/ businessweek
سوژه‌ها	سوژه‌ها: #ثروت #ژائو #دنیای رمزارز

## در انتظار ترکیدن حباب بیت کوین

سقوط رمزارزها، سرمایه‌گذاران در این عرصه را غافلگیر کرد. هفته‌نامه گاردین در جدیدترین شماره خود به سراغ تصویر تکان‌دهنده

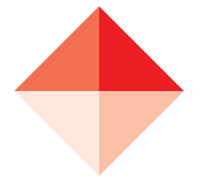


ریزش بیت کوین رفته است. حدود یک دهه پیش بود که بیت کوین برای نخستین بار به عنوان یک دارایی قابل معامله وارد بازار شد. اصولاً بازار رمزارزها همیشه بدون قانون مشخص بوده و رونق و رکود آن هم عده کمی را دربر می‌گرفته، اما طی دو سال گذشته، وضعیت به کلی تغییر کرد. بسیاری از معامله‌گران از آमतورها گرفته تا حرفه‌ای‌ها وارد میدان شدند. در دوران همه‌گیری، سرمایه‌ی زیادی روانه بازار رمزارزها شد، اما اکنون، به دنبال جنگ روسیه و اوکراین، شرایط عوض شده است. افزایش نرخ تورم و خیزش هزینه‌های زندگی باعث شده حوزه دیجیتال برای مالی سقوط کند. در واقع تلاش بانک‌های مرکزی برای افزایش نرخ بهره، روی دارایی‌های ریسک‌پذیر از جمله بیت کوین و سایر رمزارزها اثر منفی گذاشته و ارزش آنها را کاهش داده است. اما آیا رکود در بازار رمزارزها می‌تواند در سایر بازارهای مالی و دنیای اقتصادی هم اختلالی ایجاد کند؟ واقعیت این است که این روزها شاهد تحولات بزرگی در دنیا هستیم، از آشوب در کشورهای مختلف گرفته تا تغییر نخست‌وزیر در بریتانیا و احتمال رکود اقتصادی در آمریکا. همه اینها نشان می‌دهد جهان وضعیت باثباتی ندارد و به همین خاطر نمی‌توان به سادگی اثرات بازار رمزارزها بر اقتصاد جهان را مورد بررسی قرار داد. با این حال، «الکس هرن» و «دان میلمو» در گاردین تلاش کرده‌اند نگاهی به پشت صحنه تحولات در بازار رمزارزها بیندازند و به این پرسش پاسخ دهند که آیا باید نگران رکود اقتصاد و اثرات مختل‌کننده بازار رمزارزها بر اقتصاد جهانی باشیم یا خیر.



**نسیم بنایی**  
مترجم

مهرتراکتس



ASAFETARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران

## مقاومت ثروتمندترین

اهالی دنیای رمزارز حتماً چانگ پنگ ژائو را می‌شناسند؛ فعال اقتصادی چینی-کانادایی که با عنوان



سی‌زی (CZ) شناخته می‌شود. او همان کسی است که بزرگ‌ترین صرافی رمزارزها یعنی بایننس را راه‌اندازی کرد. ژائو به عنوان ثروتمندترین مرد دنیای رمزارزها هم شناخته می‌شود. اما این روزها حال رمزارزها خوب نیست. به همین خاطر است که مجله بلومبرگ بیزینسویک تصویر ژائو را روی جلد خود قرار داده و این پرسش را مطرح کرده که آیا ثروتمندترین مرد دنیای رمزارزها می‌تواند در مقابل سرمای سخت مقاومت کند؟ بسیاری از افراد در دوران همه‌گیری تصور می‌کردند بازار رمزارزها بهترین عرصه برای فعالیت و سرمایه‌گذاری است، به این دلیل که آینده را در خود دارد، اما حالا شرایط تغییر کرده و بهار کریپتوها به پایان آمده است. در همین شرایطی که خزان به بازار پریسک رمزارزها یورش برده، برخی افراد نظیر ژائو، تلاش دارند با ابتکاراتی ویژه، سرمایه خود را حفظ کنند. یکی از اقدامات ژائو، معرفی ترا بود؛ رمزارزی

تاریخ انتشار	۸ جولای ۲۰۲۲
صاحب امتیاز	گروه رسانه‌ای گاردین
تیراژ	۱۱۱.۱۵۵ نسخه
انتشار اولین شماره	۴ جولای ۱۹۱۹
دفتر مرکزی	انگلستان، لندن
وبسایت	theguardian.com/ weekly
سوژه‌ها	#بیت‌کوین #بول #دیجیتالی #ارز دیجیتال



## معرفی برترین بانکدار دیجیتال سال

بانکداری دیجیتالی یکی از به روزترین مقولاتی است که در راستای بانکداری آنلاین مطرح شده و ارائه خدمات بانکی به صورت اینترنتی را

مجله  
آمریکن بنکر

بهبود می بخشد. در اکثر کشورهای توسعه یافته حرکت از بانکداری سنتی به سمت بانکداری دیجیتالی آغاز شده است. انجام فرایندهای مختلف به صورت خودکار از جمله اقداماتی است که در بانکداری دیجیتال صورت می گیرد. افراد بسیاری هم در همین راستا فعالیت دارند. مجله آمریکن بنکر در جدیدترین شماره خود به معرفی چهره‌ای پرداخته که به عنوان بانکدار نمونه در عرصه بانکداری دیجیتال انتخاب شده است. «الن ریسون» به دلیل فعالیت در حوزه فین تک و ایجاد تحولات فناورانه توانسته به عنوان چهره برتر در عرصه بانکداری دیجیتالی انتخاب شود. به همین دلیل تصویر او روی جلد مجله آمریکن بنکر قرار گرفته است. ایجاد تحول در زمینه ارائه خدمات به مشتریان به صورت دیجیتالی از مهم‌ترین موضوعاتی است که ریسون در کارهای خود به آن پرداخته و توانسته ابداعاتی را در این زمینه به نام خودش به ثبت برساند. هرچند او جایزه بهترین را در رابطه با بانکداری دیجیتالی در سال ۲۰۲۲ از آن خودش کرده، اما در مصاحبه با مجله آمریکن بنکر تأکید کرده که هنوز کارش به اتمام نرسیده و تازه فعالیت‌هایش را در این عرصه آغاز کرده است. فعالان در بانکداری دیجیتالی، ریسون را به عنوان یکی از خوره‌های فناوری می شناسند. نوآوری‌هایی که او داشته، به بهبود خدمات‌رسانی به مشتریان بانکی کمک کرده است. او با فعالیت در یکی از بانک‌ها توانسته طی سه سال، دارایی بانک را از ۱۵۹ میلیون دلار به ۱٫۸ میلیارد دلار برساند. تعداد کارکنان هم در این کسب‌وکار در آرکانزاس به حدود ۲۵۰ نفر رسیده است. ریسون معتقد است فعالیت‌های نوآورانه خود را تازه شروع کرده و هنوز راه طولانی تا خط پایان دارد.



مهرتراکتس

دکه

مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره شصتم



## سن مرد دنیای رمزارزها

که قرار است در هر شرایطی، ارزشش کمتر از یک دلار نشود. سرمایه‌گذاری در این عرصه به توصیه اصلی صرافی بایننس و مدیرعامل آن یعنی ژائو تبدیل شد. او می‌گفت این رمزارز ویژه، بازگشت سرمایه تضمینی به همراه خواهد داشت؛ چراکه یک رمزارز معمولی نیست.

وعده بازگشت سرمایه سالانه هم ۲۰ درصد بود. ترا به عنوان سرمایه‌گذاری امن و همراه با بازگشت سرمایه بالا معرفی شده بود. اما وضعیت ترا به کجا رسید؟ آیا وعده‌هایی که فعالان در این عرصه داده بودند، محقق شد؟ این همان پرسشی است که خبرنگار بلومبرگ بیزینس‌ویک در جدیدترین شماره این مجله سعی داشته به آن پاسخ دهد. ظاهراً در این شرایط پرخطر، ژائو هم در امان نیست. او در سال ۲۰۱۹ معادل ۱٫۳ میلیارد دلار ثروت داشت و به دنبال بهبود بازار رمزارزها توانست ارزش دارایی خود را در سال ۲۰۲۰ به ۲٫۶ میلیارد دلار برساند.

اما آیا این رویه متوقف شده، یا ژائو می‌تواند ثروت خود را حفظ و حتی باز هم ثروت‌اندوزی کند؟ بلومبرگ بیزینس‌ویک به بررسی احتمال تاب‌آوری ژائو در این شرایط سخت پرداخته است.

تاریخ انتشار

ژوئن ۲۰۲۲

صاحب امتیاز

Arizent

تیراژ

انتشار آنلاین

انتشار اولین شماره

۱۸۸۵

دفتر مرکزی

نیویورک، آمریکا

وبسایت

americanbanker.co

سوژه‌ها

#بانکداری #بانکداری

دیجیتالی #بانکدار نمونه

Wiley Finance Series

# BANKS AND FINTECH ON PLATFORM ECONOMIES

Contextual and Conscious Banking

PAOLO SIRONI

عنوان اصلی

Banks and Fintech on Platform Economies: Contextual and Conscious Banking

نویسنده

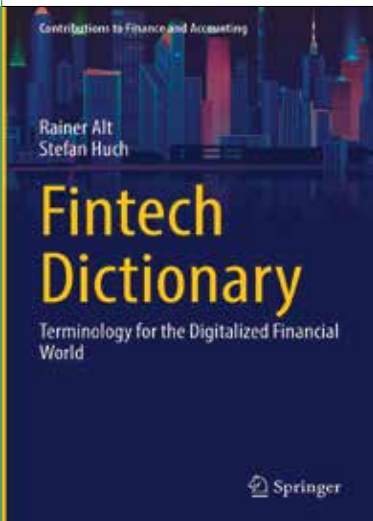
پائولو سیرونی

انتشارات

وایلی

سال انتشار

۲۰۲۱



عنوان اصلی

Disrupting Finance: Fin Tech and Strategy in ۲۱st Century the

نویسندگان

تنو لین، جان مونی، پییر آنجلو روزاتی و مارک کامینز

انتشارات

Palgrave Pivot

سال انتشار

۲۰۱۸

## بانک‌ها و فین‌تک در اقتصادهای پلتفرمی

بانکداری بافتاری و آگاهانه

اگر خودشان را با تغییرات در دهه آتی همگام نکنند، محکوم به نابودی هستند، پس در این اثر می‌کوشد صنعت را به سوی شکل جدیدی از تحول دیجیتال هدایت کند که استراتژی‌های مبتنی بر پلتفرم، زیربنای آن را تشکیل می‌دهند.

نظریه پلتفرم بیرون از حوزه فایننس متولد شده، اما سیرونی در این کتاب توضیح می‌دهد که این نظریه چگونه راه خودش را به بانکداری و بازارهای مالی باز کرده تا روش کسب‌وکار شرکت‌ها را از بنیاد تغییر دهد. همچنین، او تأکید می‌کند که مشتری و شکنندگی اکوسیستم‌ها باید بیش از پیش در نظر گرفته شود و همگامی با تجارب مبتنی بر فناوری، با وجود دشواری‌های آن، باید در دستور کار بانک‌ها قرار بگیرد

**چرا مهم است:** پائولو سیرونی یکی از معتبرترین افراد حوزه فین‌تک، از میزبان‌های نسخه اروپایی پادکست «Breaking Banks»، نویسنده تحسین‌شده و از سخنران‌های اصلی رویدادهای مهم و بین‌المللی در حوزه تحول دیجیتال، اقتصاد و فایننس است. او در مؤسسه ارزش کسب‌وکار (IBM) سرپرستی تیم تحقیقات در حوزه بانکداری و بازارهای را بر عهده دارد و به تیم‌های خدماتی در زمینه اتخاذ مدل کسب‌وکار در اقتصادهای پلتفرمی کمک می‌کند. سیرونی با تکیه بر این پشتوانه علمی و عملی قوی، در کتاب «بانک‌ها و فین‌تک در اقتصادهای پلتفرمی» به مهم‌ترین روندها مدل کسب‌وکار می‌پردازد که در ۵۰ سال اخیر بر صنعت خدمات فایننس اثر گذاشته است.

سیرونی به این نکته توجه دارد که بانک‌ها



غزاله صدر

مهرتراکتس



۱۰۴

ASAE TARA HONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران

## دگرگونی فایننس

فین‌تک و استراتژی در قرن بیست و یکم

و گشودن چشم‌اندازهایی از کسب‌وکار، فناوری و صنعت عرضه کنند. همچنین، نشان می‌دهند که چگونه انواع فناوری در نقش عاملی تسریع‌کننده برای فرایند نوآوری در بخش بانکی و خدمات مالی عمل می‌کند. امروزه بانک‌های سنتی و ارائه‌دهندگان خدمات مالی سنتی از سوئی، زیر فشار رقابت فزاینده با شرکت‌های فناوری اطلاعات جهانی مانند گوگل و اپل و آمازون و پی‌پال هستند و از سوی دیگر، با فشار سرمایه‌گذاران برای کاستن از هزینه‌ها، افزودن چابکی، حفظ مشتریان فعلی و بهبود ارتباط با آنها دست‌وپنجه نرم می‌کنند و ظاهراً فناوری‌هایی مانند بلاکچین، محاسبات ابری، فناوری‌های تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی در این صنعت و در حوزه کسب‌وکار در مقایسه با سایر حوزه‌ها پتانسیل بیشتری بروز می‌دهند

**چرا مهم است:** «دگرگونی فایننس» یکی از شماره‌های مجموعه چندرشته‌ای «مطالعات پالگریو در تجارت دیجیتال و فناوری‌های توانمند» است که گزارشی جامع و منسجم از محاسبات ابری، شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه، بیگ‌دیتا و سایر فناوری‌های توانمندساز دگرگون‌کننده نحوه عملکرد و تعامل افراد با یکدیگر در جامعه ارائه می‌دهد. هر شماره از این مجموعه بر یک موضوع مجزا و مهم در کسب‌وکار و علوم کامپیوتر متمرکز است و تحقیقات و ایده‌های پیشرفته در این حوزه را پوشش می‌دهد. هر شماره را متخصصان حوزه مربوطه می‌نویسند.

نویسندگان کتاب «دگرگونی فایننس» ضمن مرور موقعیت فعلی، می‌کوشند تعریفی برای اکوسیستم فین‌تک در قرن بیست و یکم ارائه دهند و راه‌هایی برای تحقیقات جدید



نگاهی به هشت اپلیکیشن مقایسه و فروش آنلاین بیمه در کشور

# بیمه‌گری بایک کلیک

تا چند سال پیش، دورانی که هنوز پای فناوری‌های جدید به صنعت بیمه باز نشده بود، همه سازوکار خرید بیمه از طریق ارتباط چهره‌به‌چهره نماینده‌های بیمه بود با مشتریانی که اطلاع چندانی از محصولات مختلف شرکت‌های مختلف نداشتند و صرفاً از شنیده‌ها و تجربه‌های زیسته خودشان دست به خرید بیمه‌نامه می‌زدند. اما امروز نسل جدید برهم‌زننده‌ها به مدد فناوری‌های جدید زمین بازی را تغییر داده‌اند. امروز فناوری چنان با زندگی مردم در آمیخته که دیگر رویکردی مانند خرید بیمه در مدت زمانی کوتاه و بدون حضور انجام می‌گیرد؛ آن هم با امکان مقایسه همه محصولات و استفاده از تخفیف‌ها. امروز اپلیکیشن‌ها و سایت‌های بیمه‌ای مختلفی وجود دارند که امکان خرید امن و بدون دغدغه آنلاین بیمه را برای مشتریان فراهم می‌کنند. در این مطلب به بررسی امکانات و ویژگی‌های هشت اپلیکیشن مقایسه و فروش بیمه پرداخته‌ایم. اپلیکیشن‌هایی که بعضاً با تجربه حضور در تبلیغات محیطی برای بسیاری از ما نام آشنا هستند و یکی از ابزارهای مهم در مدیریت جامع بیمه‌نامه‌های امروز ما. ناگفته نماند که سایت‌های فروش بیمه زیادی در حال حاضر مشغول فعالیت در اکوسیستم نوآوری بیمه کشور هستند که اپلیکیشن‌ی ندارند و به همین سبب در این فهرست دیده نشدند. مانند بیمه دات کام که مدت‌هاست در بازار بیمه کشور فعال است و سهم مشخصی در بازار فروش بیمه‌نامه آنلاین دارد.



مهرتراکتس



۱۰۶

ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری‌های مالی ایران

## آیتول

آیتول یک اپلیکیشن چندکاره همه‌فن‌حریف در زمینه خودرو است؛ یکی از کامل‌ترین و جامع‌ترین اپلیکیشن‌های حوزه مدیریت پرداخت و خدمات خودرویی. در آیتول هر نیازی که در رابطه با خدمات خودرویی خودتان داشته باشید، پیدا می‌کنید. از پرداخت عوارض سالیانه، عوارض آزادراهی، دریافت طرح ترافیک، امکان ثبت درخواست معاینه فنی و امکان تعویض پلاک غیرحضور گرفته تا خرید بیمه‌نامه شخص ثالث. حتی خدمات کارواش در محل یا اطلاع از زمان تعویض روغن ماشین‌تان را هم می‌توانید به اپلیکیشن آیتول بسپارید.

TOLL

در این میان خرید بیمه خودرو از مهم‌ترین خدماتی است که اپلیکیشن آیتول به شما ارائه می‌دهد. با کمک اپلیکیشن آیتول می‌توانید برای خرید بیمه شخص ثالث و بدنه خودرو و موتورسیکلت خود اقدام کنید. برای خرید این بیمه می‌توانید در پلتفرم آیتول، خدمات شرکت‌های بیمه را با هم مقایسه و دست به انتخاب بزنید. نکته قابل توجه این است که شما می‌توانید حق بیمه خودرو و موتورسیکلت خود را به صورت نقد یا اقساط پرداخت کنید. مهم‌ترین مزیت اپلیکیشن آیتول در مقایسه با سامانه‌های فروش آنلاین بیمه در مدت زمان اندک صدور بیمه‌نامه شخص ثالث است. آیتولی‌ها به سبب دسترسی به داده‌های سوابق خودروی مشتری از طریق سامانه پرداخت عوارض آیتول می‌توانند کاری را که سایر سایت‌های آنلاین در چند ساعت انجام می‌دهند، در کمتر از نیم ساعت پیش ببرند. این موضوع در کنار راحتی طراحی اپلیکیشن باعث شده تا آیتول یکی از راحت‌ترین سامانه‌های خرید بیمه شخص ثالث باشد.

## ازکی

تا دو، سه سال پیش ازکی و بیمیتو دو شرکت مستقل از هم بودند، ولی حالا مدت‌هاست دو سامانه فروش آنلاین بیمه ادغام شده‌اند و با نام واحد ازکی به فعالیت خود ادامه می‌دهند. ازکی امروز یکی از مهم‌ترین سامانه‌های فروش آنلاین بیمه در ایران به‌شمار می‌رود که با در اختیار داشتن سهم زیادی از بازار فروش آنلاین پیش می‌رود. در اپلیکیشن ازکی انواع بیمه‌نامه‌ها را می‌توان در کمترین زمان ممکن تهیه کرد؛ از بیمه شخص ثالث و بدنه و موتورسیکلت بگیر تا حوادث و درمان و مسئولیت. اما ازکی فقط سامانه خرید آنلاین بیمه نیست.

azki.com

مهم‌ترین مزیت ازکی در مقایسه با سایر سامانه‌های آنلاین بیمه در پرداخت خسارت است. در ازکی می‌توانید خسارت ماشین خود را آنلاین و فقط در سه مرحله دریافت کنید؛ بدون دردسر و پرداخت هزینه اضافه با پشتیبانی ۲۴ ساعته ازکی که در تمام مراحل مشتری را همراهی می‌کند. ازکی یک قابلیت مهم دیگر نیز دارد؛ اینکه فقط مخصوص بیمه‌گزاران نیست و گروه زیاد نماینده‌های بیمه هم می‌توانند با ثبت نام در مرکز فروشندگان ازکی به دیگران بیمه بفروشند. به این ترتیب که شما می‌توانید به عنوان فروشنده ازکی بیمه‌های مختلف (بیمه شخص ثالث، بدنه، آتش سوزی، عمر و...) را از همه شرکت‌های بیمه به دیگران بفروشید و به ازای هر بیمه، به صورت هفتگی پورسانت بگیرید. کیف پول، گزارش کارمزدها، بیمه‌نامه‌های قبلی، یادآورها و... همه در اپلیکیشن نمایندگان ازکی در دسترس هستند تا فروشنده با تسلط بیشتری کار فروش بیمه را انجام دهد.



عصر تراکتس



۱۰۸

ASARETAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی  
فناوری های مالی ایران

معرفی پایانه پرداخت الکترونیک هوشمند TECHNO A920Pro شرکت توسن تکنو  
که در طرح هوشمندسازی نان مورد استفاده قرار گرفته است

# درپی بهبود فرایندهای کسب و کاری

شرکت توسن تکنو به تازگی از کارت خوان اندرویدی TECHNO A920Pro در حوزه پایانه های پرداخت الکترونیک هوشمند رونمایی کرده است. پایانه پرداخت الکترونیک هوشمند TECHNO A920Pro با بهره گیری از پلتفرم اندرویدی موجب ایجاد پیوند بین فین تک ها، بانک ها و شرکت های پرداخت الکترونیک شده و امکان ارائه سرویس های نوآورانه در نقطه فروش را فراهم می کند. همچنین این پایانه به دلیل مجهز بودن به سیستم عامل اندروید ظرفیت توسعه و پشتیبانی مناسبی برای بهبود فرایندهای کسب و کاری دارد. TECHNO A920Pro همان کارت خوانی است که در طرح هوشمندسازی نان مورد استفاده قرار گرفته و می توان آن را در نانوایی ها مشاهده کرد. یکی از ویژگی های کلیدی این پایانه، قابلیت نصب اپلیکیشن های گوناگون است که به فروشگاه ها اجازه نصب نرم افزارهای کاربردی برای مدیریت کسب و کارشان را می دهد و از این طریق امکان کنترل موجودی محصولات، تعداد و زمان فروش، اوج زمان فروش محصولات، مدیریت کارکنان و شاخص های ارزش آفرین دیگر برای مدیریت هوشمند کسب و کار فراهم می شود. در ادامه نگاه کامل تری به پایانه پرداخت الکترونیک هوشمند TECHNO A920Pro خواهیم داشت.



## تولید تحت لایسنس

این پایانه در حال حاضر به دلیل کیفیت، ویژگی های کلیدی و قابلیت پشتیبانی گسترده خود در طرح های ملی و کشوری به کار گرفته شده و عملکرد خوبی هم داشته است. برای مثال این پایانه در طرح هوشمندسازی یارانه نان مورد استفاده قرار گرفته است.

شرکت توسن تکنو بنا به نیاز اکوسیستم فناوری و نوآوری، با انتقال دانش فنی به داخل کشور و انجام فرایند تحقیق و توسعه، طراحی و تولید تحت لایسنس پایانه TECHNO A920Pro را انجام داده است. به گفته مدیران این شرکت، TECHNO A920Pro محصول مشترکی است که در سایه همکاری های بین المللی به بازار پرداخت الکترونیکی ایران معرفی شده است.





ممبر تراکتس



۱۰۹

مرداد ۱۴۰۱

سال ششم  
شماره ششم

## ◀ خلق ارزش در مدیریت هوشمند فروشگاه

پایانه TECHNO A920Pro دارای قابلیت نصب اپلیکیشن‌های گوناگون است و به فروشگاه‌ها اجازه نصب نرم‌افزارهای کاربردی برای مدیریت کسب‌وکار را می‌دهد. از این طریق امکان کنترل موجودی محصولات، تعداد و زمان فروش، اوج زمان فروش محصولات، مدیریت کارکنان و شاخص‌های ارزش آفرین دیگر برای مدیریت هوشمند کسب‌وکار فراهم می‌شود. امکان رصد گردش مالی فروشگاه و تفکیک فاکتورها در کنار ارزیابی رفتار خرید مشتری ارزشی است که در نتیجه این قابلیت برای کسب‌وکار ایجاد می‌شود. بدین ترتیب کسب‌وکار می‌تواند در خریدهای بعدی، پیشنهادهای سفارشی شده و خاص به مشتریان ارائه دهد. اعطای اعتبارات به اعضای باشگاه مشتریان، ارزش دیگری است که در نتیجه این قابلیت برای صاحبان کسب‌وکار و مشتریان فراهم می‌شود.

## ◀ ارزش آفرینی با کاهش هزینه‌های عملیاتی پی‌اس‌پی‌ها

TECHNO A920Pro در یک نمای کلی پایانه‌ای است که برای صاحبان کسب‌وکار، امکان ارائه سرویس‌های ارزش افزوده بیشتر به مشتریان را عملیاتی کرده و از طرفی با قابلیت اتصال پایانه به سامانه TECHSTORE توسن تکنو - که پلتفرم باز نرم‌افزارهای پرداخت الکترونیک است - امکان پشتیبانی کامل کارت خوان برای پی‌اس‌پی‌ها و کسب‌وکارها را محقق ساخته است. دسترسی پی‌اس‌پی‌ها به پایانه از راه دور و امکان کنترل آن از حیث روشن یا خاموش بودن، عملکرد، فعال سازی یا عدم فعال سازی ماژول‌های مختلف، میزان فعالیت و همچنین ارسال توصیه‌های همگانی برای کسب‌وکارها از طرف پی‌اس‌پی‌ها از مهم‌ترین ویژگی‌های TECHNO A920Pro است که طبق گفته مدیر بازار بای و توسعه کسب‌وکار توسن تکنو مزیت رقابتی این محصول نیز محسوب می‌شود. این پایانه با قابلیت پشتیبانی و محدودیت حوزه فعالیت، عملاً جلوی استفاده‌های نامشخص (مواردی چون استفاده از پایانه‌ها در خارج از کشور) و تراکنش‌های مشکوک را می‌گیرد. در نتیجه این پایانه علاوه بر اینکه کارایی یک کارت خوان را دارد، روی مدیریت و کنترل پرداخت‌ها از سمت پی‌اس‌پی‌ها و فروشگاه‌ها نیز متمرکز است. بدین ترتیب این پایانه با برخورداری از قابلیت اتصال به TECHSTORE و امکان کنترل هوشمند از راه دور در اموری نظیر عملیات‌های به‌روزرسانی و نصب بسته‌های امنیتی، سرعتی فوق‌العاده در انجام عملیات را رقم زده، کاهش هزینه‌های EM و PM را به دنبال داشته و در نتیجه به کاهش هزینه‌های سنگین عملیاتی پی‌اس‌پی‌ها منجر می‌شود.

## ◀ قابلیت نصب نرم‌افزارهای کاربردی

پایانه TECHNO A920Pro در فروشگاه‌ها، پارکینگ‌های عمومی، کسب‌وکارهای تحویل کالا، رستوران‌ها، کافی‌شاپ‌ها و کسب‌وکارهای شخصی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای قابلیت به‌کارگیری دارد و با توجه به نیاز هر کسب‌وکار می‌توان نرم‌افزار ویژه‌ای برای آن طراحی کرد. TECHNO A920Pro با ویژگی‌هایی کلیدی نظیر قابلیت اتصال به پلتفرم TECHSTORE، امکان استفاده از به‌روزترین نرم‌افزارها و جدیدترین نسخه‌های سیستم عامل اندروید را در برابر پی‌اس‌پی‌ها و پذیرندگان قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، این پایانه تنها یک کارت خوان نیست و با قابلیت نصب نرم‌افزارهای کاربردی، متناسب با نیاز کسب‌وکار و کاربر، به روند توسعه تجارت الکترونیکی در کشور کمک می‌کند.

## ◀ ویژگی‌های سخت‌افزاری

این پایانه در کنار برخورداری از باتری با ظرفیت بالا، با دارا بودن پردازنده چهار هسته‌ای، قدرت مانور بالایی در انجام تراکنش‌ها دارد و در عمل شتاب ویژه‌ای به عملیات فروش کسب‌وکارها می‌بخشد. این ویژگی‌ها سبب می‌شوند کسب‌وکارها در به‌کارگیری این پایانه، با کمترین محدودیت سخت‌افزاری روبه‌رو باشند و با شتاب عملیاتی قابل توجهی، فرایند پرداخت الکترونیک را انجام دهند. همچنین این پایانه دارای استاندارد امنیتی PCI PTS 5.X است. علاوه بر این موارد، صفحه‌نمایش رنگی لمسی ۵/۵ اینچی پایانه با وضوح و شفافیت بالا، توانسته عمق و کیفیت تصویر مناسبی در انجام تراکنش ارائه دهد و نیز طراحی و اجرای نرم‌افزارهای کاربردی تحت سیستم عامل اندروید برای استفاده در این کارت خوان را محقق سازد.

دوربین TECHNO A920Pro قابلیت استفاده از روش‌های پرداخت الکترونیک نوین نظیر پرداخت از طریق تشخیص چهره، بارکد و کیوآرکد را برای کاربر رقم زده است. در کنار دوربین و بارکدخوان تک‌بعدی و دو بعدی TECHNO A920Pro این پایانه می‌تواند با اتصال به انواع شبکه‌های مخابراتی نسل سوم و چهارم و شبکه‌های اینترنتی بی‌سیم، تراکنش‌ها را بدون وجود محدودیت اتصال اینترنتی انجام دهد و به کاربر این اجازه را می‌دهد که شبکه دلخواه خود را برای اتصال به اینترنت انتخاب کند.

در ادامه بررسی ویژگی‌های TECHNO A920Pro باید به بارکدخوان آن نیز توجه ویژه‌ای داشت که با دکمه اسکن خود، عملاً به عملیات خرید و فروش پذیرندگان فروشگاه‌های شتاب ویژه‌ای بخشیده است. TECHNO A920Pro با دارا بودن بارکدخوان، نیاز به سخت‌افزار بارکدخوان مجزا در عملیات فروش را برطرف ساخته است. این توسعه سخت‌افزاری به نحوی می‌تواند رویکرد تجمعی در ارائه محصولات را در بستر شبکه پرداخت الکترونیکی کشور جا بیندازد و همچنین به حذف نگاه تک‌بعدی در طراحی محصولات پرداخت الکترونیکی بینجامد.

وجود سیستم عامل اندروید روی TECHNO A920Pro به کمک توسعه نرم‌افزاری پذیرندگان آمده و یکپارچگی نرم‌افزاری در تراکنش‌ها را ممکن کرده است. بدین ترتیب این پایانه می‌تواند به شکل دائمی با توجه به نیاز نرم‌افزاری کسب‌وکارها مورد استفاده قرار بگیرد و سهولت دو جانبه‌ای، چه برای مشتری و چه برای پذیرنده خدمات پرداخت الکترونیکی ایجاد کند. با این حال، باید دید نگاه کسب‌وکارها به پایانه TECHNO A920Pro چگونه خواهد بود و ویژگی‌های آن تا چه حد نیازهای کسب‌وکاری فروشگاه‌ها را پوشش می‌دهد.

طبق گفته مدیر بازار بای و توسعه کسب‌وکار توسن تکنو، نمونه‌هایی از این پایانه را می‌توان در کشورهای اروپایی و همچنین کشورهای حاشیه خلیج فارس مشاهده کرد که توسط کسب‌وکارها به کار گرفته شده است. در نهایت به نظر می‌رسد TECHNO A920Pro گامی به سمت انجام تراکنش‌های پرداخت الکترونیک آسان‌تر در کنار توجه به ارزش افزوده‌های مورد نیاز کسب‌وکارهاست.

شرکت توسن تکنو که از شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در زمینه تولید راهکارهای مورد نیاز صنعت فناوری‌های مالی است، در سال ۱۳۸۹ تأسیس شده و با دارا بودن بیش از ۳۵ درصد سهم بازار پایانه‌های پرداخت الکترونیکی و بیش از ۹۵ درصد سهم بازار ماشین‌های بانکی خودگردان کشور از پیش‌تازان صنعت فناوری‌های مالی ایران به‌شمار می‌رود. این شرکت با تمرکز بر موضوع تحقیق و توسعه، توانسته عمق تولید داخلی پایانه‌های پرداخت الکترونیک تولیدی خود را به بیش از ۵۳ درصد و عمق تولید داخلی ماشین‌های بانکی خود را به بیش از ۵۸ درصد برساند و با برنامه‌ریزی صورت گرفته، این افزایش عمق تولید داخلی محصولات همچنان ادامه خواهد داشت. توسن تکنو با داشتن بیش از ۸۵ دفتر نمایندگی فعال در سراسر کشور، توانسته خدمات پس از فروش مطلوبی به بیش از ۱۶ بانک و بالغ بر ۲۰ شرکت پرداخت الکترونیکی ایران ارائه دهد. ◆

# مردان بازار سرمایه

بازار سرمایه به عنوان یکی از بازوهای اقتصادی کشور که در گذشته اقبال کمتری به آن وجود داشت، در سال‌های اخیر با تغییر رویکرد حاکمیت مورد توجه سرمایه‌گذاران بیشتری قرار گرفته و همین موضوع، انتخاب کارگزاری معاملاتی مطمئن را برای سرمایه‌گذاران به موضوعی مهم تبدیل کرده است. همزمان با توسعه بازار سرمایه در ایران و افزایش تعداد کارگزاری‌های فعال در این بازار، سرمایه‌گذاران با گزینه‌های مختلف و بیشتری برای انتخاب کارگزاری خود روبه‌رو هستند. در این راستا، در این شماره از عصر تراکنش به سراغ معرفی مدیران عامل ۱۶ کارگزاری بورس رفتیم و رزومه آنها را بررسی کردیم. انتخاب این ۱۶ کارگزاری بر اساس ارزش کل معاملات آنها صورت گرفته است. سازمان بورس و اوراق بهادار تهران اوایل تیرماه سال جاری خلاصه رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری بورس و اوراق بهادار تهران (خردادماه ۱۴۰۱) را منتشر کرده که در آن خلاصه رتبه‌بندی شرکت‌های کارگزاری به تفکیک نوع معامله با چهار عنوان «ارزش کل معاملات»، «ارزش معاملات خرد و بلوک کل»، «ارزش معاملات خرد و بلوک عادی» و «ارزش معاملات الکترونیکی» برای خردادماه آورده شده بود. انتخاب این ۱۶ کارگزاری نیز بر اساس رتبه‌بندی منتشرشده از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار تهران انجام شده است.



محمد ارغوان

عصر تراکنش



ASAE.TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی فناوری‌های مالی ایران

هادی مهری  
کارگزاری مفید



هادی مهری، مدیرعامل کارگزاری مفید دارای مدرک لیسانس رشته مدیریت از دانشگاه تهران است. از جمله سوابق کاری مهری می‌توان به عضو شورای کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار، مدیرعامل کارگزاری فلزات مفید، نایب‌رئیس هیئت‌مدیره کارگزاری فلزات مفید و نایب‌رئیس هیئت‌مدیره کارگزاری مفید اشاره کرد.

محمد مهدی ناسوتی فر  
کارگزاری کاریزما



محمد مهدی ناسوتی فر، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره کارگزاری کاریزما است. او مدرک کارشناسی خود را در رشته اقتصاد و کارشناسی ارشد را در رشته مدیریت مالی از دانشگاه‌های شیراز و تهران اخذ کرده است. ناسوتی فر پیش از این در کارگزاری بانک رفاه، شرکت فرابورس، کارگزاری بورس به‌گزین و چندین شرکت در سمت‌های مختلف فعالیت داشته است.

حمیدرضا مهرآور  
کارگزاری بانک سامان



حمیدرضا مهرآور دارای مدرک تحصیلی کارشناسی حسابداری از دانشگاه علامه طباطبایی، کارشناسی ارشد رشته حسابداری از پردیس دانشگاه زاهدان و دکترای رشته حسابداری از دانشگاه آزاد اسلامی است. از جمله سوابق کاری او می‌توان به عضو هیئت‌مدیره صندوق سرمایه‌گذاری آویش، مدیرعامل و عضو هیئت‌مدیره کارگزاری بانک سامان، مدیر امور بازاریابی کارگزاری بانک سامان، مشاور سرمایه‌گذاری در بورس، مدیرمسئول معاملات کارگزاری سهام‌پژوهان، کارشناس اداره مطالعات و بررسی‌ها در سازمان بورس و اوراق بهادار و نایب‌رئیس و رئیس هیئت‌مدیره کانون کارگزاران بورس و اوراق بهادار اشاره کرد.

محمدعلی شریفی نیا  
کارگزاری مبین سرمایه



محمدعلی شریفی نیا دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی است. مدیر فروش شرکت صنایع کاوه و عضو هیئت‌مدیره کارگزاری مبین سرمایه از جمله فعالیت‌هایی هستند که در رزومه کاری محمدعلی شریفی نیا دیده می‌شود.

عباس دهقان  
کارگزاری آرمون بورس



عباس دهقان، مدیر اسبق نظارت بر بازار در سال‌های ۱۳۷۹ الی ۱۳۸۴ و مدیرعامل پیشین شرکت‌های کارگزاری اردیبهشت ایرانیان و آگاه و رئیس هیئت‌مدیره کارگزاری کارآمد، با افتتاح رسمی دور جدید فعالیت کارگزاری آرمون بورس که اخیراً توسط ساتا خریداری شده، مدیرعامل این کارگزاری شد. او دارای مدرک کارشناسی ارشد MBA مدیریت مالی است.

محسن عباسلو  
کارگزاری ارگ هومن



محسن عباسلو در سال ۱۳۹۲ مدیرعامل شرکت کارگزاری ارگ هومن شد. نایب‌رئیس هیئت‌مدیره آبادگران دیار سمنگان، عضو اصلی هیئت‌مدیره طلوع فولاد پارس، عضو هیئت‌مدیره کارگزاری ارگ هومن و عضو هیئت‌مدیره آرا فولاد خلیج فارس از سوابق کاری عباسلو هستند.