

# مصرف تراکتش

**بندبازی  
در شرایط توفانی**

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

**جهانی درگوشی**

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

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

**پذیرش نوآوری  
گریزناپذیر است**



**پویا پورا عظم:**  
مقوله امنیت در اولویت  
صنعت بانکی و پرداخت  
کشور قرار ندارد



**سامان بیرقی:**  
به مشارکت حاکمیت  
و بخش خصوصی نیاز  
داریم



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



**علیرضا شفیعی:**  
به دنبال  
سبک زندگی  
اعتباری هستیم

**فرهاد اینالویی:**

**به ساختن تیم  
همدل اهمیت  
بدهید و تکرار  
نیاشید**



### عصر تراکنش

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



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

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

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

۲۴

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

۲۵

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

۲۶

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

۲۸

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

۳۲

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

۳۶

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

۴۲

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

۵۰

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

۵۵

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

## ASRE TARAKHESH.IR



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

۵۹

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

۵۵



@AsreTarakonesh

@Asretarakonesh

@AsreTarakonesh

@Asretarakonesh

AsreTarakonesh.ir

Way2Pay.ir

وبسایت: AsreTarakonesh.ir

ایمیل: mag@way2pay.ir

چاپ: واژه (۸۸۳۱۶۶۱۳)

صحافی: واژه

ناظر چاپ: قادر شهبازی

شبکه‌های اجتماعی: محمد حسین صیادی نژاد

حائیه همتی

نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، بلوار لاله غربی

کوچه حدیث، بن بست حدیث ۲، پلاک ۸

تلفن تحریریه: ۴۴۴۳۹۶۶



عکس: حامد خورشیدی

۹۸

بررسی ۱۵ سرویس خودرویی در ۲۴ اپلیکیشن پرداختی نوآوری خودرویی

۱۰۰

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

۱۰۱

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

۷۷

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

بندبازی در شرایط توفانی

۸۲

ارائه راه حل‌های دفاعی با در نظر گرفتن خطای انسانی

ایمن بر مبنای طراحی

۸۴

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

هوش مصنوعی و شخصی سازی سفر مشتری

۶۵

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

اولویت مان بهبود تجربه کاربری است

۶۷

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

یک بانکدار دیجیتال

۷۴

روند هک شش سازمان دولتی و خصوصی در شهریورماه بررسی شد

ترکش فیلترینگ بر امنیت اطلاعات



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

اولویت مان بهبود تجربه کاربری است

۶۵

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

به مشارکت حاکمیت و بخش خصوصی نیاز داریم

۶۳



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

# مهاجران از فناوری دورمانده



مینا والی  
مدیرمسئول

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

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

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



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

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

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

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



مهرتراکتس



۲۴

ASARETA@HONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری‌های مالی ایران

# بازی شطرنج همیشگی



مینا حاجی  
سر دبیر

عصر تراکتس

یادداشت

۲۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## در چهل و سومین دوره از جیتکس چه گذشت؟

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

گزارش‌ها

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

### ممنوعیت شبیه‌سازی عملیات خرید در کیوسک‌های غیرنقدی

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

### اجرای طرح کهربا

طبق اعلام مدیر اداره نظارت بر نظام‌های

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

### ارائه خدمات بانکداری مبتنی بر بلاکچین

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

### اصلاح دستورالعمل پذیرش شرکت‌های دانش‌بنیان در فرابورس



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

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

### حذف پرداخت‌یارها از فهرست رسمی شاپرک



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

### به روزرسانی سامانه اینماد

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

مهر تراکنش



۳۴

ASAE@TARHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

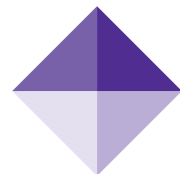
یادداشت هایی از رضا قربانی، میثم سلیمانی  
رضا جمیلی و ایمان جلیلی از چهل و سومین نمایشگاه جیتکس

# روایت هایی از بزرگ ترین رویداد فناوری آسیا

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



مهرتراکتس



۳۶

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری های مالی ایران

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

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

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



رضا قربانی  
مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه کار

## جایی به نام ایران وجود ندارد!

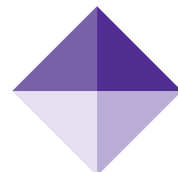
وبسایت تک کرانچ یکی از وبسایت‌های پرمخاطب در حوزه فناوری و نوآوری است. این وبسایت آمریکایی درباره مهم ترین روندها و رویدادهای حوزه مرتبط با کسب و کارهای فناوری و استارت‌آپ‌ها به صورت پیوسته محتوا منتشر می‌کند. خودش هم رویدادهایی دارد و زیرمجموعه‌هایی برای معرفی کسب و کارهای فعال در حوزه اقتصاد نوآوری.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

در سال‌های گذشته بارها و بارها گزارش‌های متعددی را درباره روندهای کسب و کاری خوانده‌ام؛ در این گزارش‌ها چیزی که به چشم می‌خورد این است که گویی اساساً منطقه‌ای به نام خاورمیانه و شمال آفریقا





همراهکن



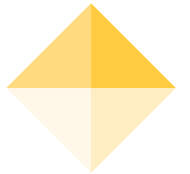
ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری های مالی ایران



نیلوفر نادری

مصرف تراکتس



۴۲

ASAE@TRAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران



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

# جهانی درگوشی

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



# روایت‌هایی از کسب‌وکارها

بانک تجارت، پرداخت  
الکترونیک سپهر، کیپا  
اوامپی‌فینکس  
و همراه کارت

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

باشگاه

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

# پذیرش نوآوری گریزناپذیر است



مینا حاجی  
سر دبیر

عصر تراکتس



ASAE-TARAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری های مالی ایران



عکس: حامد خورشیدی



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

## تحکیم بانکداری شرکتی و حرکت به سمت بانکداری جامع

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

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

## بانکداری شخصی؛ در کانون توجه

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

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



عصر تراکتس



آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم



عکس: نسیم اعتمادی

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

# ورود به عرصه نوآوری

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



## ◀ برنامه‌های توسعه‌ای یک سال گذشته

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

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

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



رضا امیرزاده

عمر تراکتس

کسب و کار

۵۹

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم



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

# به دنبال سبک زندگی اعتباری هستیم

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



## ◀ ورود به حوزه لندنک

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

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

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

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

### لندتک و اعتمادسازی در جامعه

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

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

### لندتک؛ راهکاری برای افزایش قدرت خرید مردم

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

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

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

# ۵۶

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

کرونا؛ بحرانی که به فرصت تبدیل شد

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

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

### ری‌برندینگ؛ از گلویت به کیپا

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





مهسا نجاتی



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

# به مشارکت حاکمیت بخش خصوصی نیاز داریم

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



## ◀ دیر شروع کردیم، اما به سرعت پیش رفتیم

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

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

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

#### ◀ هدف؛ ارائه خدمات بهتر

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

#### ◀ ضرورت تعامل بخش خصوصی و حاکمیت

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

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

#### ◀ در تلاش برای نگهداشت نیروی انسانی

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

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

#### ◀ همه موافق رگولاتوری نیستند

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



همراه کارت

غزل یگانگی



عکس: نسیم اقتصادی

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

# اولویت مان بهبود تجربه کاربری است

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



## عبور از بازارهای سوخته

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

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

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

عصر تراکنش

کسب و کار

۶۵

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم



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

# یک بانکدار دیجیتال

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



## خلئی به نام امنیت اطلاعات در سازمان‌ها



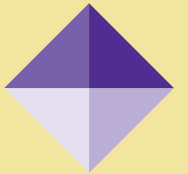
پرونده تنظیم‌گری این شماره از عصر تراکنش را به موضوع هک‌هایی که اخیراً در صنعت فناوری‌های مالی کشور اتفاق افتاده، لزوم ارتقای امنیت سایبری سازمان‌های دولتی و خصوصی و همچنین وضعیت صنعت بانکی و پرداخت کشور از نظر امنیت سایبری اختصاص داده‌ایم. فعالان و کارشناسان بر این باورند که صنعت بانکی و پرداخت کشور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

تنظیم‌گری



مهسا طاعتی

ممبر تراکتس



۷۴

ASAE.TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری های مالی ایران



روند هک شش سازمان دولتی و خصوصی در شهریورماه بررسی شد

# ترکش فیلترینگ بر امنیت اطلاعات

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



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

# بندبازی در شرایط توفانی



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

## بخش خصوصی؛ موتور محرکه توسعه امنیت سایبری

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

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

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



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

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

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

عصر تراکتس

تنظیم گری

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم

# ۶۶

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

## ◀ کلام آخر

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

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

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

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

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

به گفته مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد،

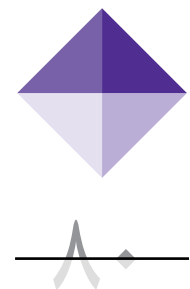
حذف بوروکراسی‌های ناکارآمد و سخت، تکیه بر ایجاد تغییرات مثبت بدون اعمال شوک‌های عملکردی و کسب‌وکاری به مشتریان و استفاده از فناوری‌های نوین در عرصه‌هایی چون احراز هویت دیجیتال و یادگیری ماشین و... از جمله مواردی است که از آنها می‌توان تحت عنوان مزیت رقابتی پرداخت الکترونیک پاسارگاد نام برد.

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

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

هاشم راز، مدیر امنیت پرداخت الکترونیک پاسارگاد

مصرف تراکنش



ASARETAARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران





# امنیت سایبری یا تاب‌آوری سایبری؟



اسماعیل  
باقری اصل

مدیر امنیت  
شرکت پرداخت  
الکترونیک  
سداد

عمر تراکتس

تنظیم‌گری

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم



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

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

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

## ۵۶

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

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

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

## ایجاد مزیت رقابتی با استفاده از فناوری هوش مصنوعی

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

جهان



ثریا حقی

مترجم

مصرف تراکتس



۸۴

ASAE TARA HONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری های مالی ایران



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

# هوش مصنوعی و شخصی سازی سفر مشتری

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

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



## ۱. محدودیت در جمع‌آوری داده‌ها

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

## ۲. عدم ارتباط بین راهکار هوش مصنوعی و بازاریابی

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

## ۳. عدم توانایی سیستم در مقیاس‌پذیری خودکار

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

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

## چهار کلید یکپارچه‌سازی یا ادغام هوشمند

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

● شفافیت و همسویی اهداف؛

● ابزار دقیق داده‌ها؛

● معماری فناوری متصل؛

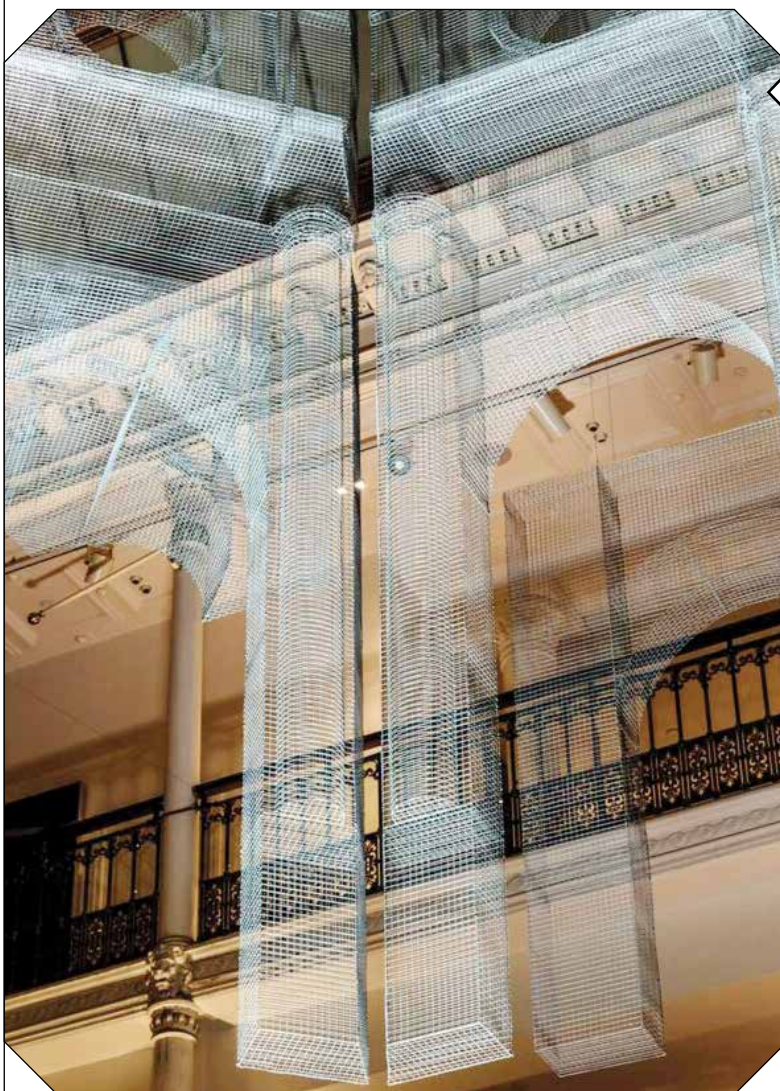
● فرهنگ تجربی.

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

## ۱. شفافیت و همسویی اهداف

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

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





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

از طرف دیگر، زمانی که یک شرکت یک ایمیل برای یکی از مشتریان خود ارسال می‌کند، باید بتواند بر همه چیز در مورد این ایمیل نظارت کرده، در صورت نیاز آن را شخصی سازی و بهینه سازی کند. عبارات، تصاویر تعبیه شده، اندازه فونت‌ها و رنگ‌های استفاده شده و هر متغیر دیگری که احتمالاً بر پاسخ مشتری تأثیرگذار هستند، باید بهینه سازی و شخصی سازی شوند. معماری برچسب گذاری چیزی است که امکان آزمون و یادگیری را در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد تا بتوانند فراداده یا متادیتای این تعاملات و ارتباطات را جمع آوری، نظارت، طبقه بندی و مدیریت کنند.

### ۳. معماری فناوری متصل

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

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

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

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

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

### ۲. ابزار دقیق داده‌ها

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

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



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



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

هدف اصلی آزمایش‌هایی که در ای‌تتا انجام می‌شدند، سفارشی‌کردن ابزارهای معمول مارکت بود، تا به اندازه کافی انعطاف‌پذیر باشند و بتوانند از این گستره در حال توسعه داده‌ها نهایت استفاده را ببرند. با این حال، برای اینکه ابزارهای هوش مصنوعی بتوانند در

سایر جنبه‌های اکوسیستم نیز شروع به شخصی‌سازی و بهینه‌سازی کنند، شرکت به داده‌های تاریخی بسیار بیشتر و غنی‌تری نیاز داشت. داده‌هایی که در آن برهه از زمان در اختیار ای‌تتا قرار داشتند، بد نبودند، اما قادر نبودند پاسخگوی نیاز ابزارهای هوش مصنوعی باشند و نمی‌توانستند آن‌طور که باید در یادگیری آن سودمند عمل کنند. به همین دلیل نیز ای‌تتا تصمیم به انجام یکسری آزمایش در مقیاسی عظیم و با جایگشت‌های متعدد، اما کنترل‌شده، گرفت.

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

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

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

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

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

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

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



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



معرفی ۵۵  
شخصیت  
تأثیرگذار هوش  
مصنوعی در  
جهان

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

راهنما



تاریخ انتشار

۱۵ اکتبر ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

گروه اکونومیست

تیراژ

۱۳۰۰۰۰

انتشار اولین شماره

سپتامبر ۱۸۴۳

دفتر مرکزی

لندن

وبسایت

economist.com

سوژه‌ها

#بازار آزاد #اقتصاد

#اکونومیست

## مهندس برجسته در فهرست زنان اثرگذار

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

فورچون

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



نسیم بنایی  
مترجم

مهرتراکتس



۹۲

ASAE2ARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری‌های مالی ایران

## بازار آزاد به ت

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

اکونومیست

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

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

تاریخ انتشار

اکتبر و نوامبر ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

Charoen Pokphand

(کرون پوکفند)

تیراژ

۸۵۲ هزار

انتشار اولین شماره

۱۹۲۹

دفتر مرکزی

نیویورک، آمریکا

وبسایت

fortune.com

سوژه‌ها

#فورچون #زنان

#هوش مصنوعی







زهرا قربانی

عصر تراکنش



۹۸

ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

بررسی ۱۵ سرویس خودرویی در ۲۴ اپلیکیشن پرداختی

# نوآوری خودرویی

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

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



## چند نکته درباره سایر اپ ها و خدمات خودرویی

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

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

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

# سرعت بخش فرایند اسکن چک‌ها

شرکت بازرگانی مینا کارت آریا یکی از شرکت‌های فعال در زمینه اتوماسیون بانکی و تجهیزات مبتنی بر کارت‌های PVC است که به عرضه گسترده دستگاه‌های چاپ و صدور آتی کارت Smart از شرکت IDP کره جنوبی و نیز کارت‌های PVC از شرکت Card Pro در سطح کشور پرداخته است. همچنین در این راستا، به ارائه دستگاه‌های سورت‌اسکناس از شرکت GRG با قابلیت تشخیص جعلی بودن ارز و ریال، دستگاه‌های چک‌اسکنر از شرکت Glory جهت اسکن کردن برگه‌های چک بانکی و اسناد هم‌اندازه اقدام کرده است. در این مطلب به معرفی دستگاه چک‌اسکنر گلوری FB-30 پرداخته‌ایم؛ دستگاهی که معمولاً در بانک‌ها، مؤسسات مالی و همچنین در مشاغلی که حجم زیادی از چک‌ها را جهت اسکن و ذخیره دیجیتال بررسی می‌کنند، استفاده می‌شود. چک‌اسکنر طیف وسیعی از مزایا از جمله افزایش کارایی، دقت و امنیت در معاملات را ارائه می‌دهد. از مزایای کلیدی آن نیز سرعت بخشی به فرایند اسکن، بررسی و بایگانی چک‌ها و کاهش هزینه‌هاست. این دستگاه می‌تواند چک‌ها را در چند ثانیه اسکن و پردازش کند که این امر باعث صرفه‌جویی قابل توجهی در زمان می‌شود. چک‌اسکنر گلوری FB-30 علاوه بر سرعت، به دقت نیز معروف است. این دستگاه معمولاً برای خواندن و تفسیر خط MICR (تشخیص کاراکتر جوهر مغناطیسی) روی چک طراحی شده که حاوی اطلاعات مهمی مانند شماره حساب و شماره مسیریابی است؛ این امر کمک می‌کند تا اطمینان حاصل شود که چک به درستی پردازش و وجوه به حساب صحیح منتقل می‌شود. در ادامه مروری بر مزایای این دستگاه خواهیم داشت.



## ◀ مزایای چک‌اسکنر گلوری FB-30

داده‌های چک‌ها استفاده می‌کنند. تمام این اطلاعات به‌طور خودکار و دیجیتالی در یک پایگاه داده ذخیره و سازمان‌دهی می‌شوند که می‌توان این اطلاعات را تنها با چند کلیک مدیریت و بازیابی کرد.

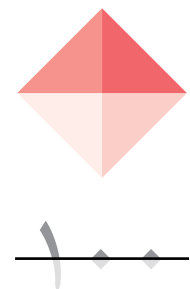
مزیت دیگر این دستگاه کاهش هزینه‌هاست؛ هر شرکتی در تلاش است تا هزینه‌های عملیاتی را کاهش دهد. هنگامی که از چک‌اسکنر استفاده می‌کنید، برای پردازش تراکنش‌ها به نیروی انسانی کمتری نیاز خواهید داشت که پذیرش چک را برای شما بسیار ارزان‌تر می‌کند. وقتی همه پردازش‌ها به جای چند ساعت در چند دقیقه انجام شود، هزینه‌های نیروی کار شما به این اندازه زیاد نخواهد بود. علاوه بر این، در هزینه‌های ذخیره‌سازی صرفه‌جویی خواهید کرد؛ زیرا به فضای فیزیکی برای بایگانی نیاز ندارید و می‌توان هزینه مربوط به زمان رفع خطاها را از این طریق کاهش داد. در حال حاضر بیش از دو هزار دستگاه چک‌اسکنر گلوری FB-30 با دارا بودن گواهی سازگاری سوئیچ‌های داتین، توسن و خدمات انفورماتیک در بانک‌ها و مؤسسات مالی سراسر کشور در حال ارائه سرویس به مشتریان است و به گفته مدیران شرکت بازرگانی مینا کارت آریا، به‌زودی شاهد توسعه نرم‌افزار کاربردی این دستگاه بر پایه ارزش افزوده‌های هوش مصنوعی خواهیم بود.

دستگاه چک‌اسکنر گلوری FB-30 یک اسکنر شعبه‌ای تصاویر اسناد (چک و چک‌پول) است. این دستگاه از تصویربرداری پست و روی اسناد به‌طور همزمان تصویربرداری کرده و همچنین قابلیت خواندن MICR (تشخیص کاراکتر جوهر مغناطیسی) با استاندارد CMC7/E13B و امکان پشت‌نویسی چک و خواندن مهر برجسته را داراست. از دیگر قابلیت‌های این دستگاه امکان اسکن رنگی، خاکستری و سیاه‌وسفید با سه رزولوشن ۳۰۰ و ۳۴۰، dpi200 و همزمان با تصویربرداری UV است که این تصاویر به تعداد بی‌نهایت قابل ذخیره و نگهداری است. خروجی خاص از نرم‌افزار نیز به دو صورت Excel و Json ارائه می‌شود. در قسمت پشت دستگاه اسکنر، یک شکاف ورودی دستی جداگانه جهت اسکن انواع کارت PVC از جمله کارت ملی هوشمند وجود دارد. با بارگذاری و اسکن این اسناد، امکان مقایسه هویتی کارت شناسایی با اطلاعات ثبت‌شده در چک وجود دارد. اسکن همزمان و ذخیره‌سازی چک و کارت هویتی به مستندسازی و امنیت هرچه بیشتر پرداخته‌ایم؛ به‌ویژه در ارائه چک‌های پشت‌نویسی شده کمک می‌کند.

اسکن و بررسی کد کیوآر مندرج در چک‌های صیادی ویژگی منحصر به فردی است که در این دستگاه ارائه شده و با این مزیت می‌توان اطلاعات بسیاری از جمله کد صیادی، نام شعبه، شماره شبا، شماره مشتری، نوع حساب، شماره چک و حتی وضعیت خوش‌حسابی صادرکننده چک را بررسی کرد. در دستگاه گلوری FB-30 امکان قرار دادن دسته‌های اسناد تا ۱۰۰ برگ جهت اسکن وجود دارد و با استفاده از تغذیه خودکار می‌توان تا ۱۰۰ برگ به‌درازا را به نوبت اسکن کرد.

- از ویژگی‌های امنیتی این دستگاه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:
- تشخیص خطای تغذیه؛
- تشخیص کشش دو برگ همزمان؛
- تشخیص ضخامت برگه‌های ورودی، جهت بررسی اصالت چک.

از دیگر مزایای این دستگاه می‌توان به ذخیره‌سازی اطلاعات خودکار این دستگاه اشاره کرد. چک‌اسکنرها از تشخیص کاراکتر جوهر مغناطیسی برای خواندن سریع و ذخیره





محمد رهبان  
مترجم

عصر تراکتس

مدیران

آبان ۱۴۰۳

سال هفتم  
شماره هفتاد و پنجم



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

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

# رهبران، نوآوران و متفکران هوش مصنوعی



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

## زیاد اوبرمایر

دانشیار دانشگاه کالیفرنیا، برکلی

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

## سوجین چونگ

هنرمند

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

## ریچارد ساکر

مدیرعامل و بنیان گذار You.com

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

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

## نتانیل مینینگ

مدیر ارشد عملیات و هم بنیان گذار Kettle

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

## توشیتا گوپتا

هم بنیان گذار و مدیر ارشد فناوری Refiberd

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

## نیل کسلا

مدیرعامل و هم بنیان گذار Curai

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

## اندرو هاپکینز

مدیرعامل و بنیان گذار Exscientia

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



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

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



**کلی مک کران**  
هنرمند

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

## عمر العلما

وزیر هوش مصنوعی امارات متحده  
عربی

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

## ریچارد ماتینگه

مؤسس اتحادیه بازیکنان محتوا

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

## مارگارت وستیر

معاون اجرایی کمیسیون اروپا

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

## اریک اشمیت

هم‌بنیان‌گذار Schmidt Futures

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

## آنا اشو

نماینده مجلس ایالات متحده

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

## اسنها ریونور (Sneha Revanur)

بنیان‌گذار و رئیس Encode Justice

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

رگولیشن هوش مصنوعی در آینده حمایت کنند.

## تريستان هريس

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

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

## دن هندریکس

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

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

## جوی بولاموینی

بنیان‌گذار لیگ عدالت الگوریتمی

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

## الیزر یادکاووسکی

هم‌بنیان‌گذار مؤسسه تحقیقات هوش

ماشین (Machine Intelligence Research Institute)

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

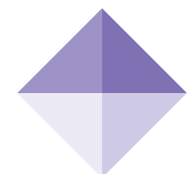
## سارا چندر

مشاور ارشد سیاست‌گذاری گروه حقوق

دیجیتال اروپایی (European Digital Rights)

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

مهرتراکتس



۱۰۶

ASAE TARA HONESH I.R

ماهنامه اختصاصی مدیران  
فناوری‌های مالی ایران



## جفری هینتون

استاد برجسته بازنشسته دانشگاه تورنتو

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

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

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

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

## ایلیا ساتسکور

دانشمند ارشد OpenAI



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

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

## بی زنگ

استاد آکادمی علوم چین



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