

مستر تراکتس

علی نوری، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات **بانک شهر** درباره چالش های صنعت بانکی کشور می گوید

امنیت و زیرساخت در گرو اتحاد رقباست

آیا قواعد فعلی به نفع توسعه است؟ **مروری** بر روند اجرای گام اول اصلاح نظام کارمزد و کلیت آن در گفت و گو با کارشناسان

تحول آری انهدام نه **نظر خواهی** از محمدعلی گوگانی علیرضا میرمیران و وحید وکیل درباره آینده خودپردازها

خبری از نوآوری نیست **بررسی** وضعیت سرویس های جدید در صنعت پرداخت کشور در گفت و گو با فعالان این حوزه



حمزه آقابابایی:
تاریخیدن به جایگاهی قابل قبول در صنعت پرداخت فاصله داریم



مصطفی امینی:
افزایش اطمینان پذیری خدمات مان؛ در گرو کمک رگولاتور



سعید احمدی پویا:
سند باکس ها زمان را تلف می کنند



محمدعلی بخشی زاده:
توسعه زیرساخت های بانک صادرات؛ بزرگ ترین دستاورد ما تاکنون

نوش آفرین مؤمن واقفی:

موفقیت فقط در تب آوری است



عصر تراکنش

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران
سال هفتم
شماره ۷۴
مهر 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 آدینه‌وند
ثریاحقی، نسیم بنایی، محمدرهبان

مدیر هنری: روح اله گیتی نژاد
مدیر فنی: علیرضا کیوان
صفحه آرا: حمید ابراهیمی، محمد قربانی
ویراستار: یلدا شایسته‌فر
عکس: نسیم اعتمادی، مریم سعیدپور

۲۲

در شرایط انسداد، چطور می‌توان در میدان‌های محدود تغییر به وجود آورد و به سمت توسعه رفت؟
فعال صنفی در کسوت کنشگر مرزی

۲۴

اجرای گام اول اصلاح نظام کارمزد
رامی‌توان شروعی برای یک تحول دانست
کورسوی امید

۳۰

نگاهی به اخبار مهم شهریورماه اکوسیستم اقتصاد
دیجیتال و فین تک کشور
فصل حراج هویت کاربران

۳۴

مصطفی امینی و میثم فقیهی از وضعیت امضای دیجیتال
و چالش‌های توسعه‌ای آن در کشور می‌گویند
توسعه امضای دیجیتال: افزایش اطمینان و اعتماد به خدمات آنلاین

۳۶

نظرخواهی از محمدعلی گوانی، علیرضا میرمیران و
وحید وکیل درباره آینده خودپردازها
تحول آری، انهدام نه

۳۹

گزارش عصر تراکنش از زویداد برند کارفرمایی که با حضور
بیش از ۶۰۰ نفر از مدیران کشور برگزار شد
فرصتی برای اشتراک تجربه‌ها

۴۴

ملیحه السادات مهدوی، مدیر واحد دارندگان کارت سب
درباره وضعیت کارت‌های پیش پرداخت و بن کارت می‌گوید
ضرورت تأسیس سندیکا کارت

۴۷

در گفت‌وگو با فعالان کش یک درباره چیستی، چرایی و
ضرورت توسعه آن در ایران بیان شد
ابزاری برای وفادارسازی مشتریان

۵۲

بررسی وضعیت سرویس‌های جدید در صنعت پرداخت
کشور در گفت‌وگو با فعالان این حوزه
خبری از نوآوری نیست

ASRE TARAKHONESH.IR



۹۱

۴۴

۷۵

۵۵

**احمد رضا منصور، مدیر عامل
پی‌پینگ از برنامه‌های این شرکت
می‌گوید
چشم‌انداز ما ایجاد
یک اکوسیستم
فین تکی است**

۶۰

**گفت‌وگو با محمدعلی
بخشی زاده که معتقد است
توسعه زیرساخت‌های بانک
بزرگ‌ترین دستاورد صاد بوده
آماده‌ایم به گفتمان
تحول دیجیتال
پیوندیم**

۶۲



@AsreTarakonesh
 @Asretarakonesh
 @AsreTarakonesh
 @Asretarakonesh
 AsreTarakonesh.ir
 W a y 2 P a y . i r

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

شبکه‌های اجتماعی: محمد حسین صیادی نژاد
 اشتراک: الناز شمسی
 نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، بلوار لاله غربی
 کوچه حدیث، بن بست حدیث ۲، پلاک ۸
 تلفن تحریریه: ۴۴۴۳۹۶۶

عکس: مریم سعیدپور

۹۸ معرفی ۱۰ اپلیکیشن ارائه دهنده سرویس بازگشت وجه (کش پک) پیشگامی برای افزایش وفاداری مشتری

۱۰۱ معرفی دستگاه ذخیره سازی سری VSP5600 هیتاچی که توسط شرکت توسعه سامانه تسکا ارائه شده است ایجاد زیرساخت هایی قوی برای اطلاعات سازمان ها

۱۰۲ معرفی مدیران عامل و اعضای هیئت مدیره شرکت های پی اس پی کشور راهبران پرداخت الکترونیک

۸۲ نباید طرح اصلاح نظام کارمزد را اصلاح به معنی رفع مشکل دانست بحران کارمزد در صنعت بانکداری ایران

۸۳ تغییر مدل کارمزدی گامی روبه جلو فاصله تا هدف هنوز بسیار است!

۸۶ تمرکز برینچ مسئله حیاتی در پروژه های حاوی داده افراد اصول اخلاقی مدیریت داده های افراد

۵۶ علی نوری، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر درباره چالش های صنعت بانکی کشور می گوید امنیت و زیرساخت در گرو اتحاد رقابت

۷۶ گزارش میدانی عصر تراکنش از مسیر اجرای طرح جدید نظام کارمزد دوراهی قبول وضعیت جدید یا تلاش برای دورزدن؟

۷۸ بررسی روند اجرای گام اول اصلاح نظام کارمزد و کلیت آن در گفت و گو با کارشناسان آیا قواعد فعلی به نفع توسعه است؟



نوش آفرین مؤمن واقفی از مسیر زندگی شخصی و حرفه ای اش و نقش جنسیت در موفقیت افراد می گوید موفقیت فقط در تاب آوری است



۷۱

در گفت و گو با سعید احمدی پویا، مدیرعامل قمنوس درباره رویکرد رگولاتور و تجربه حضور در سند باکس بازار سرمایه مطرح شد سند باکس ها زمان را تلف می کنند



۶۸

در شرایط انسداد و به نظر فرو بسته، چطور می توان در میدان های محدود
تغییر به وجود آورد و به سمت توسعه رفت؟

فعال صنفی در کسوت کنشگرمرزی



رضا قربانی

بنیان گذار
کارخانه نوآوری
رسانه راه کار

مهرتراکتس



۲۲

ASAEETARAHHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

قاعدتاً عبور از چاه و چاله های گذشته با افراط و تفریط ممکن نیست. ممکن است برخی عجله داشته باشند و بخواهند مسیر صدساله را یکساله طی کنند. شرایط امروز ایران دلایل طرفداران نگاه بی حوصله و عجول را تقویت می کند. به عنوان نمونه فسادهایی که در فضای اقتصادی کشور رخ می دهد و کسانی که مانند یک شهاب سنگ ظاهر می شوند و به همان سرعت هم گم و گور، از مهم ترین عوامل ترویج این نگاه هستند؛ کسانی که به باور عمومی یک شبه بار خودشان را می بندند، از مهم ترین دلایلی هستند که جامعه صبر خود برای تولید و مولد بودن را از دست می دهد.

وقتی دریچه هایی به اشتباه باز می شود و نشان می دهد که راه های دور زدن و سریع تر رسیدن نیز وجود دارد، چرا فردی باید سختی کارآفرینی و تولید و خلق ارزش را به جان بخرد؟ اگر محدودیت های ذهنی، اخلاقی و وجدانی یک نفر نباشد، چه چیزی مانع می شود که فردی روش سریع و آسان به سرمنزل مقصود رسیدن را انتخاب نکند؟ همین نگاه به مرور در ذهنیت جامعه نفوذ کرده و عده ای تلاش می کنند سریع و آسان به هدف برسند و از باقی نیز انتظار دارند کارهایشان را این گونه انجام دهند.

این مدل ذهنی زمینه ساز جامعه ای است که می خواهد سریع به نتیجه برسد و زمان و فرصتی برای فکر کردن، برنامه ریزی، سازمان دهی، گفت و گو و تعامل ندارد. جامعه ای که گرگ ها در آن برنده هستند.

از آن سو رفتار دیگری را هم شاهدیم؛ در مقابل کسانی هستند که حوصله ندارند و همین الان می خواهند همه چیز آن گونه شود که آنها تصور می کنند درست است، بنابراین خیل عظیم افرادی

ک

روزمرگی آسیب
مزمّن توسعه
است. در شرایطی
که نیاز به نوآوری
برای برون رفت از
چالش ها وجود
دارد، در صورت
تکرار روش های
گذشته به همان
نتایج پیشین
می رسیم

چند وقت پیش، به دعوت دوستان بزرگوار و فرزانه ام در کانون کارآفرینی استان تهران در محل اتاق بازرگانی تهران درباره موضوع مهمی صحبت کردم؛ رسانه و کارآفرینی. رسانه می تواند بر کارآفرینی تأثیر بگذارد و همچنین می تواند از کارآفرینی تأثیر بپذیرد. تأثیر رسانه از کارآفرینی هم در محتوایی است که تولید و منتشر می کند و هم در ساختار و سازمان خود رسانه است. به عبارتی می توانیم کارآفرینی را سوژه رسانه بدانیم یا رسانه را سوژه کارآفرینی. از سویی دیگر تصور می کنم بررسی مطالعات جهانی در شرایط محدودیت های داخلی و خارجی کمک می کنند تا حدودی از بیماری درخودماندگی رها شویم؛ درخودماندگی که ما را به سوی تکرار برده است و روزمرگی.

روزمرگی آسیب مزمّن توسعه است. در شرایطی که نیاز به نوآوری برای برون رفت از چالش ها وجود دارد، در صورت تکرار روش های گذشته به همان نتایج پیشین می رسیم. در صحبت هایم در آن جمع به کتاب های خانم «لوسی کونگ» در زمینه مدیریت استراتژیک رسانه، کتاب نظریه های ارتباط جمعی «دنیس مک کوئیل»، کتاب تاریخ کسب و کار در دانشگاه آکسفورد، پژوهشی در رویترز و آکسفورد درباره رسانه ها، آخرین شماره و تصویر روی جلد هفته نامه تایم در معرفی ۱۰۰ فرد تأثیرگذار هوش مصنوعی جهان و هفت نقطه تماس «راه کار» اشاره کردم. گزارش آن رویداد منتشر شده و در وبسایت کارنگ قابل دسترس است و همین طور فیلم های آن رویداد.

در این یادداشت می خواهم از کنه مطلبی که آن روز گفتم، وام بگیرم. چگونه می توانیم از ابزارهای موجود برای برون رفت از وضعیت فعلی و حرکت به سمت وضعیت مطلوب استفاده کنیم؟

را می‌بینیم که دچار مارپیچ سکوت شده‌اند و به کنج عزلت خود خزیده‌اند. بعضی حاشیه‌نشینی می‌کنند و در روندهای روز خود را درگیر نمی‌کنند و کسانی هم مهاجرت را انتخاب می‌کنند؛ کسانی که تلاش می‌کنند به‌عنوان آخرین تلاش، ارتباطشان را با ایران و ایرانی قطع کنند.

رفتار این افراد یادآور فرهنگ ایرانی در قرون هفتم و هشتم هجری شمسی است؛ زمانی که مغول‌ها به ایران حمله کردند، شاهد شکل‌گیری نسلی از متفکران بودیم که به زبان اشارت صحبت می‌کردند، نه صراحت. این رفتار در فرهنگ ایرانی ریشه دوانده و امروز طرفداران بسیاری دارد. اگر فرهنگ ارتباطی ایرانی‌ها را بررسی کنیم تا همین امروز می‌توانیم مصداق‌های زیادی بیابیم که توصیه به سکوت می‌کنند. متأسفانه روی دیگر سکوت شب‌نامه است. کسانی که سکوت می‌کنند و حرف‌شان را نمی‌زنند، آنچه را می‌خواهند بدانند، از طریق شب‌نامه‌ها پی می‌گیرند و احتمالاً حرف‌هایشان را هم از طریق همان کانال‌ها منتقل می‌کنند؛ بدون امضا، بدون تاریخ.

در این میان بعضی به این سخن استناد می‌کنند: «به‌گوینده مطلب توجه نکنید و به آنچه می‌گوید بنگرید»، اما در جهان جدید به‌گوینده هم باید توجه کرد. در سال‌های گذشته و با رشد رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی اولین درس در سواد رسانه‌ای این بوده که ببینید یک حرف را چه کسی می‌زند؛ گاهی حرف درست از زبان فرد نادرست بیرون می‌آید؛ این توصیه به وارستگی، مانند سم می‌ماند.

اتفاقاً امروز آنچه جامعه را فسرده کرده، همین حرف‌های درستی است که از زبان‌های نادرست بیرون می‌آید. طبیعی است که بهترین روش فریب در شرایط امروز زدن ۸۰ درصد حرف مورد قبول و صحیح و چیدن ۲۰ درصد حرف‌های دروغ و اشتباه در بین آنهاست. کسی که هویت مشخص ندارد و در چهارچوب جغرافیایی مشخصی فعالیت نمی‌کند و به قول «نسیم نیکولاس طالب» دستی در بازی ندارد، چیزی بیشتر از یک نویز نیست. امروز جامعه ایرانی یک جامعه نویزی شده است. به جای اینکه بتوانیم پیام‌ها را از مسیرهای حرفه‌ای و رسمی دنبال کنیم از کانال‌های غیررسمی آن را پیگیری می‌کنیم.

بنابراین رادیکال‌ها و تندروها فرصت حضور و بروز یافته‌اند و از آن سو فرهنگ سکوت زمینه‌ساز رشد شب‌نامه‌ها شده است. این شب‌نامه‌ها در هر زمان از هر ابزاری که بتوانند استفاده می‌کنند و اتفاقاً به‌شدت نوآوری دوست و فناوری خواه هم هستند. در چنین شرایطی چگونه می‌توان زندگی کرد؟ چگونه می‌توان کار کرد؟ چگونه می‌توان فعالیت اقتصادی انجام داد؟ چگونه می‌توان صحبت از توسعه کرد و نوآوری برای برون‌رفت از وضعیت آچمز فعلی به چه کار می‌آید؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها به نظریه‌ای ایرانی نیاز داریم، به بررسی سیر تاریخی ایران و دانستن ابعاد

۵۶

در شرایط فعلی، تند حرف زدن، تهمت، فحاشی، پرخاشگرانه به این و آن حمله کردن و برچسب زدن، کاری آسان با نتایجی سریع و فوری است و از آن سو سکوت کردن و در سایه‌ها راه رفتن رفتاری توصیه شده و البته بدون کوچک‌ترین تأثیرگذاری؛ ما به کسانی نیاز داریم که قبول می‌کنند در میان میدان‌های زیادی داریم و هر کسی همان جایی را که هست، می‌تواند به میدان خودش تبدیل کند و برای توسعه و بهبود آن میدان بجنگد

درست نقطه‌ای که در آن ایستاده‌ایم، نیاز داریم. پاسخ را افراد زیادی از زاویه دید خود داده‌اند و تصور می‌کنم هیچ پاسخ حتمی وجود ندارد و دینامیک پرسش‌ها حکم می‌کند به‌صورت پیوسته به دنبال پاسخ باشیم. مدام باید آزمون و خطا کنیم و برای چالش‌های خرد و کلان ایران امروز راه‌حل‌های دست‌ساخته بشری را به‌بوته نقد و آزمون بگذاریم.

در این میان یکی از کارهای قابل توجه پژوهش‌هایی است که دکتر مقصود فراستخواه انجام داده و در کتاب «کنشگری مرزی» آن را صورت‌بندی کرده است. او در این کار پژوهشی در پاسخ به سؤال برون‌رفت از بحران‌های ناشی از توسعه و برای توسعه در جامعه ایرانی راهکار را در افرادی می‌یابد که نام «کنشگر مرزی» بر آنها گذاشته است، کسانی که بین دیوان دولت و ایوان جامعه در رفت و آمد هستند، کسانی که تلاش می‌کنند زمینه تفاهم و گفت‌وگو را فراهم کنند، کسانی که برخلاف تندروها و برخلاف کندروها سعی می‌کنند از زاویه دید دولت و مردم به مسائل نگاه کنند؛ کاری متناقض و در بسیاری موارد ناممکن و حتی در مواردی پرشمار با فرجامی بد. اما فراستخواه در بررسی تاریخی خود نشان می‌دهد که آنچه امروز از نهادهای مدنی و مصداق‌های توسعه در کشور داریم، حاصل تلاش‌های گاهی نافرجام کنشگران مرزی در ایران بوده است.

یکی از کنشگران مرزی در کار پژوهشی او حسین امین‌الضرب، بنیان‌گذار اتاق بازرگانی است. اتاق بازرگانی سابقه ۱۴۰ ساله دارد و در این مسیر بالا و پایین‌های بسیاری را پشت سر گذاشته و امروز جزء نهادهایی است که در شرایط سخت به کار توسعه می‌آید.

در شرایط فعلی که تند حرف زدن، تهمت، فحاشی، پرخاشگرانه به این و آن حمله کردن و برچسب زدن، کاری آسان با نتایجی سریع و فوری است و از آن سو سکوت کردن و در سایه‌ها راه رفتن رفتاری توصیه شده و البته بدون کوچک‌ترین تأثیرگذاری؛ ما به کسانی نیاز داریم که قبول می‌کنند در میان میدان باشند. میدان‌های زیادی داریم و هر کسی همان جایی را که هست، می‌تواند به میدان خودش تبدیل کند و برای توسعه و بهبود آن میدان بجنگد. میدان کسی می‌تواند خانواده‌اش باشد، میدان برای فردی دیگر محله، برای یکی کسب‌وکارش و برای دیگری صنعت و برای برخی شهر، استان و کشور. میدان هر کسی به اندازه توان ذهنی و آمادگی او برای تأثیرگذاری است. امروز باید برای هر کسی که به میدان می‌آید، کلاه از سر برداشت و تلاش کنیم در مسیر یادگیری از گذشته، آینده را بسازیم

کورسوی امید



مینا حاجی
سر دبیر

مهر تراکتس



۲۴

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

پرداخت الکترونیکی از اوایل دهه ۸۰ به مرور وارد سبک زندگی مردم ایران شد. تا نیمه های این دهه، شاهد رشد ملایم صنعت پرداخت بودیم، اما از نیمه دهه ۸۰، رشد پرداخت الکترونیکی در ایران پرشتاب شد. در تمام این مدت تصور می شد که مردم ایران تمایلی به استفاده از خدمات پرداخت الکترونیکی ندارند و تقریباً تصور غالبی که وجود داشت این بود که راه زیادی تا الکترونیکی شدن خدمات پرداخت در کشور وجود دارد. در واقع تصور همه فعالان این بود که صنعت پرداخت باید به کمک یارانه بانک ها رشد کند؛ در نتیجه این رویکرد بود که بانک ها تبلیغات فراوانی را در زمینه استفاده از خدمات پرداخت الکترونیکی شروع کردند. از یک زمانی به بعد این درهم آمیختگی صنعت بانکداری و پرداخت چنان افزایش یافت که بانک ها شروع کردند به تأسیس شرکت های پی اس پی که خدمات پرداخت الکترونیکی را ارائه می دادند. ورود بانک ها به صنعت پرداخت که پشتوانه مالی خوبی هم داشتند، علاوه بر شتاب دادن به رشد این صنعت، بی نظمی این صنعت را نیز زیاد کرد. در نتیجه همین بی نظمی ها و رقابت شدید بود که کارمزدها نیز صفر شد و هزینه سرویس از جیب بانک ها پرداخت شد.

بانک ها به دلیل اینکه سبد محصولات متنوعی داشتند تصمیم گرفتند هزینه های این صنعت تازه پدیدار شده را قبول کنند تا بتوانند پول های سرگردان را به سمت خود بکشند. به مرور همه وارد بازی ای شدند که هیچ کس در آن برنده نبود. بانک ها هزینه سرویس را می دادند و مردم نیز به دلیل اینکه بابت سرویسی که دریافت می کردند، پولی پرداخت نمی کردند، از کیفیت سرویس ها جا ماندند. تمامی این اتفاقات باعث شکل گیری شرکت شاپرک با هدف سروسامان دادن به این بی نظمی ها زیر نظر مستقیم بانک مرکزی شد. در واقع بانک مرکزی شرکتی تأسیس کرد که دست بانک ها را از پرداخت کوتاه کند، اما این موضوع اتفاق نیفتاد؛ چراکه بانک ها در تمام این سال ها برای توسعه خدمات پرداخت الکترونیکی سرمایه گذاری کرده بودند. پس سهام دار شرکت شاپرک، بانک ها شدند و حضور بانک ها در صنعت پرداخت با یک واسطه



وقتی نگاهی به عقبه ناقص نظام کارمزد در صنعت پرداخت و بانکی کشور می اندازیم، طرح فعلی اصلاح نظام کارمزد گویی کورسویی امید است. همین که بعد از یک دهه چنین طرحی در حال اجرایی شدن است، حتی با کم و کاستی ها و مشکلات، احتمالاً خودش جای شکر دارد و حداقل از رگولاتور نیز این انتظار می رود که در راستای بهبود هرچه بهتر این طرح، مشورت ها و نظرات فعالان و ذی نفعان این صنایع را به طور پیوسته بشنود

ادامه پیدا کرد. یکی از مهم ترین اهدافی که شاپرک از ابتدای شکل گیری اش داشت، سروسامان دادن به وضع کارمزدها بود که تقریباً تا همین امسال نیز اتفاق جدی برای تغییر این نظام را شاهد نبودیم. در همه جای دنیا عموماً کارمزد را کسی پرداخت می کند که سرویس را دریافت می کند، اما در پی اتفاقاتی، این امر در ایران برعکس بود. حالا سال هاست که فعالان صنعت بانکی و پرداخت کشور از ضرورت اصلاح نظام کارمزد می گویند؛ اصلاح و تغییری که اگر این همه سال طول نمی کشید، انجام شدنش چنین هزینه و دردی نداشت.

با این حال اصلاح نظام کارمزدی که فعالان صنعت بانکی و پرداخت کشور سال ها منتظر اجرای آن بودند و ضرورت عملیاتی شدن آن را بارها گوشزد کرده بودند، در حال حاضر در آستانه رسیدن به سومین ماه اجراست؛ طرحی که آن را می توان نقطه شروعی برای این جراحی بزرگ دانست که فعلاً گام اول آن در حال اجراست، البته نظرات و نقدهای متفاوتی نیز نسبت به اجرایی شدن آن وجود دارد؛ برخی معتقدند این طرح نیازمند اصلاحات زیادی در اصول پایه ای از جمله مبلغ تراکنش هاست و برخی نیز معتقدند کارمزدهای تعیین شده پاسخگوی هزینه ارائه خدمات شبکه پرداخت نیست و در نهایت به توسعه نمی انجامد.

اما وقتی نگاهی به عقبه ناقص نظام کارمزد در صنعت پرداخت و بانکی کشور می اندازیم، طرح فعلی اصلاح نظام کارمزد گویی کورسویی امید است. همین که بعد از یک دهه چنین طرحی در حال اجرایی شدن است، حتی با کم و کاستی ها و مشکلات، احتمالاً خودش جای شکر دارد و حداقل از رگولاتور نیز این انتظار می رود که در راستای بهبود هرچه بهتر این طرح، مشورت ها و نظرات فعالان و ذی نفعان این صنایع را به طور پیوسته بشنود.

انتظار گوش شنوا داشتن رگولاتور، حداقل چیزی است که از رگولاتور توقع داریم؛ پس بیایید امیدوار باشیم حداقل برای این حرکتی که آغاز شده، تلاش ها ادامه دار باشد و به همین نقطه بسنده نشود



نسل بعدی در راه است



محمد قاسمی

مدیرعامل
مزدکس



ایجاد بازار مالی توکنایز شده از طریق SDX

SIX Digital Exchange یا به اختصار SDX یکی از شرکت‌های تابعه SIX، ارائه‌دهنده زیرساخت بازار مالی در سوئیس است. SDX دارای مجوز از رگولاتور بازار مالی سوئیس، FINMA، برای راه‌اندازی یک پلتفرم معاملاتی و یک سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار است.

SIX در سال ۲۰۲۱ اولین اوراق قرضه CHF دیجیتال را با حجم کل ۱۵۰ میلیون فرانک سوئیس با سررسید سال ۲۰۲۶ از طریق شرکت هلدینگ خود SIX Group Ltd عرضه کرد. این اوراق قرضه شامل دو بخش قابل معامله است. یک بخش دیجیتال به ارزش ۱۰۰ میلیون فرانک سوئیس که در پلتفرم تبادل دارایی دیجیتال SDX منتشر و عرضه شده و یک بخش سنتی به ارزش ۵۰ میلیون فرانک سوئیس که در پلتفرم معاملاتی SIX Swiss Exchange عرضه شده است. این رویکرد نوآورانه ارتباط بین دنیای دیجیتال و سنتی را تضمین می‌کند.

در ادامه فعالیت سایر بانک‌ها و فعالان بازار سرمایه در زمینه به‌کارگیری فناوری بلاکچین به صورت اختصاصی فهرست شده است:

- همکاری سیتی بانک و شرکت متا برای راه‌اندازی پروژه‌های حوزه اوراق بهادار توکن شده؛
- همکاری BNP Paribas و EDF ENR برای انتشار توکن اوراق بدهی بر بستر بلاکچین اتریوم برای پروژه برق خورشیدی؛
- همکاری دولت هنگ‌کنگ و گلدمن ساکس برای انتشار اوراق قرضه سبز توکنایز شده بر بستر بلاکچین خصوصی؛
- فعالیت موسسه مالی IBERCLEAR برای انتشار اوراق قرضه مقررات‌گذاری شده بر بستر بلاکچین؛
- همکاری سه‌جانبه MITSUI، MUFG و SBI برای انتشار توکن اوراق بهادار مبتنی بر املاک و مستغلات بر بستر بلاکچین.

حرکت شرکت‌های بزرگ فعال در بازار سرمایه در سطح جهانی به سوی به‌کارگیری فناوری بلاکچین و توکنایز کردن سهام و اوراق بهادار، نشان می‌دهد آینده بازارهای سرمایه و مالی به سمت این فناوری گرایش خواهد داشت و برای کشور عزیزمان ایران جای افتخار و خوشحالی دارد که شرکت‌های بزرگی در ایران هم‌دوش رقبای خارجی خود توانسته‌اند زیرساخت‌های لازم برای ورود این فناوری به بازارهای مالی ایران را فراهم آورند؛ شرکت‌هایی که در بسیاری از جهات فنی و اجرایی از رقبای بزرگ خود چندین قدم جلوتر بوده و در حال حرکت و توسعه محصول هستند

با معرفی فناوری بلاکچین در سال ۲۰۰۹، بازارهای پولی و سرمایه، اولین واکنش‌ها را به این بازیگر تازه‌وارد نشان دادند؛ چراکه اولین محصول بلاکچین، بیت‌کوین، با هدف ایجاد یک شبکه پرداخت خرد مستقل از شبکه‌های رایج بانکی پا به عرصه گذاشت. با وجود تلاش‌های اولیه دولت‌ها برای محدود و محصورسازی استفاده از بلاکچین و رمزارزها، زمان نشان داد که بایستی از در دوستی با این غول خفته درآمد. این بود که شرکت‌های بزرگ در زمینه مالی و بازار سرمایه شروع به توسعه محصولات خود بر بستر بلاکچین کردند. ورود بزرگانی همانند سوئیفت، پی‌پال و بزرگ‌ترین بانک‌های بین‌المللی در سطح جهان به حوزه بلاکچین و ایجاد شبکه‌های پرداخت نوظهوری همانند ریپل، خود نشانه‌هایی از احساس خطر فعالان این حوزه نسبت به رشد روزافزون بلاکچین در میان مردم است.

با اینکه بازارهای سرمایه نسبت به بازارهای پولی، به فناوری بلاکچین با تأخیر واکنش نشان دادند، اما در سال‌های اخیر و با معرفی مفاهیمی همانند توکن اوراق بهادار، اوراق بهادار توکن شده، رمزارزهای بانک‌های مرکزی و STOها، فعالان بازارهای سرمایه نیز به این حوزه ورود کرده‌اند. سال گذشته بود که «رابرت گریفلد»، مدیرعامل سابق بورس نزدک اعلام کرد: «۱۰۰ درصد سهام و اوراق قرضه معامله شده در بازار وال استریت حتی همین امروز می‌تواند به توکن تبدیل شود و طی پنج سال آینده قطعاً این اتفاق محقق خواهد شد.» حجم و تعداد شرکت‌های فعال در زمینه به‌کارگیری فناوری بلاکچین در زیرساخت‌های بازار سرمایه در چند سال اخیر به حدی رشد کرده که این گمان در ذهن مطرح می‌شود که نسل بعدی بازار سرمایه، مبتنی بر فناوری بلاکچین و توکنایز کردن دارایی خواهد بود. در ادامه به بررسی فعالیت‌های فعالان بازارهای سرمایه در زمینه استفاده از فناوری نوین بلاکچین و توکنایز کردن دارایی پرداخته شده است.

ورود فناوری بلاکچین به بورس اوراق بهادار لندن

گروه بورس اوراق بهادار لندن (LSEG) پس از بررسی یک‌ساله ایده به‌کارگیری فناوری بلاکچین در بازار اوراق بهادار لندن، برنامه‌هایی را برای ایجاد شکل جدیدی از سرمایه‌گذاری در بازارهای دیجیتال توسعه داده است. به گفته LSEG، انتظار می‌رود این برنامه، بورس لندن را به اولین بازار بزرگ مالی بدل کند که از بلاکچین برای تبادل دارایی‌های سنتی استفاده می‌کند. LSEG یکی از نام‌های برتر در بین بورس‌های جهان است که با بورس‌های بزرگی مانند NYSE Euronext، نزدک و CME Group قابل مقایسه است. اخیراً آزمایش‌های موفقیت‌آمیز سوئیفت در انتقال دارایی توکنایز شده در چندین بلاکچین نشان می‌دهد استفاده از فناوری بلاکچین در بین مؤسسات بزرگ‌تر نیز در حال افزایش است.

خریدوفروش سهام توکنایز شده در کارگزاری رابین هود

با قابلیت جدید کارگزاری رابین هود، سرمایه‌گذاران می‌توانند در پنج روز هفته، به صورت ۲۴ ساعته نسبت به خریدوفروش صندوق‌های ETF و سهام برخی شرکت‌ها در قالب توکن بر بستر بلاکچین اقدام کنند. این کارگزاری با هدف افزایش سطح رضایت‌مندی مشتریان خود، رفع محدودیت‌های زمانی کاربران برای خریدوفروش، ارائه خدمات مالی مستمر و افزایش امکان سودآوری برای کاربران خود، ظرفیت ثبت سفارش‌های Limit برای خرید سهام ۴۳ صندوق ETF محبوب خود را به همراه قابلیت خرید سهام‌های TSLA متعلق به تسلا، AMZN متعلق به آمازون و AAPL متعلق به شرکت اپل را فراهم کرده است. لازم به ذکر است درآمد خالص این کارگزاری با رشدی ۱۶ درصدی در اولین فصل سال ۲۰۲۳ به ۴۴۱ میلیون دلار رسیده است.

مهرتراکتس



۲۸

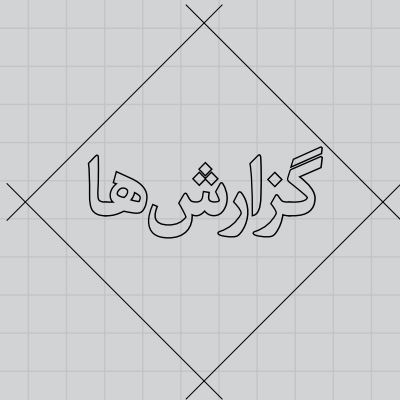
ASAEETARAARHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



از گش‌بک و آینده خودپردازها تا رویداد برند کارفرمایی

به روال همیشه در بخش گزارش‌های این شماره از عصر تراکنش مروری بر مهم‌ترین اخبار اخیر اکوسیستم اقتصاد دیجیتال و فین‌تک کشور داشتیم. قطعاً یکی از مهم‌ترین اخبار شهریورماه مربوط به حک اطلاعات شرکت‌های گوناگون از جمله ۷۸۰، تپسی، برخی شرکت‌های بیمه و یک صرافی ارز دیجیتال بود؛ اتفاقی که آن را می‌توان زنگ خطر مهمی برای کسب‌وکارهای اقتصاد دیجیتال کشور دانست. علاوه بر مرور اخبار، در صفحات پیش‌رو گزارش تصویری از رویداد برند کارفرمایی را مشاهده می‌کنید. همچنین در گفت‌وگو با فعالان و کارشناسان به موضوعاتی مانند چیستی، چرایی و ضرورت توسعه گش‌بک در ایران، بررسی وضعیت سرویس‌های جدید در صنعت پرداخت کشور و وضعیت کارت‌های پیش‌پرداخت و بن‌کارت در کشور پرداختیم. علاوه بر اینها، از محمدعلی گوگانی، علیرضا میران و وحید وکیل درباره آینده خودپردازها پرسیدیم. اکثر آنها معتقدند به این زودی‌ها نه تنها استفاده از پول نقد از بین نمی‌رود، بلکه خودپردازها نیز منسوخ نمی‌شوند.



فصل حراج هویت کاربران



غزل یگانگی

یکی از مهم‌ترین رخدادهای شهریورماه ۱۴۰۲، حمله سایبری به شرکت‌های گوناگون بود. تقریباً طی یک هفته، سیستم اطلاع‌رسانی اپلیکیشن هف‌هشتاد، تپسی و اطلاعات برخی شرکت‌های بیمه هک شد و بحث بر سر ارتقای امنیت از سوی این سازمان‌ها را بر سر زبان‌ها انداخت. شهریورماه کاربران اپلیکیشن هف‌هشتاد در شبکه‌های اجتماعی از دریافت اعلان‌هایی خبر دادند که از هک هف‌هشتاد حکایت داشت. گرچه هف‌هشتاد به سرعت در اطلاعیه‌ای اعلام کرد اطلاعات کاربران در امنیت کامل قرار دارد، اما مسئله هک و حمله سایبری به یک اپلیکیشن داخلی موضوع جدیدی نبود. فقط این بار در دومینوی حمله سایبری نوبت به اپلیکیشن هف‌هشتاد رسیده بود. سپس این دومینو به تپسی و اطلاعات برخی شرکت‌های بیمه و یک صرافی ارز دیجیتال نیز رسید. این حجم از نشت اطلاعات زنگ خطری است برای کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال کشور و همچنین نشان‌دهنده خلأ و ضعف‌های امنیتی حوزه فناوری اطلاعات کشور. شاید یکی از دلایل این اتفاق، جدی نگرفتن موضوع امنیت و ممانعت از صرف هزینه توسط کسب و کارها باشد. تدوین قوانین، آموزش کارکنان، استفاده از فناوری‌های نوین مبتنی بر نرم‌افزار و پایش منظم روند امن‌سازی اطلاعات برخی از پیشنهاد‌های کارشناسان حوزه امنیت به کسب و کارها جهت جلوگیری از وقوع چنین اتفاق‌هایی است. در ادامه مروری بر دیگر اخبار مهم یک ماه اخیر داشتیم.



عمر تراکتس



۳۰

ASAEETARAHHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

دریافت مجوز سندباکس از صمت



۲۵ مرداد
مجوز سندباکس وزارت صمت با تمرکز بر تجارت الکترونیکی در جلسه کارگروه مدیریت یکپارچه و هماهنگی محیط‌های آزمون صادر شد. این مجوز یک‌ساله است و در صورت داشتن عملکرد مناسب و صحیح، تمدید خواهد شد. مجوز سندباکس، در سی‌ودومین جلسه کارگروه مدیریت یکپارچه و هماهنگی محیط‌های آزمون به تصویب رسیده است. احمد تقوایی نجیب، رئیس مرکز فناوری اطلاعات، امنیت فضای مجازی و اقتصاد هوشمند وزارت امور اقتصادی و دارایی؛ علیرضا شاه‌میرزایی، معاون تجارت و خدمات وزارت صمت و امین کلاه‌دوزان، رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در این نشست حضور داشتند و دستورالعمل اجرایی راه‌اندازی محیط آزمون (سندباکس) بخشی وزارت صنعت، معدن و تجارت با تمرکز بر تجارت الکترونیکی به اشتراک گذاشته شد.

انتشار گزارش عملکرد شرکت ملی انفورماتیک

۲۶ مرداد
محیط آزمون تنظیم‌گری (سندباکس) بانک مرکزی با استناد به مواد (۱۰) و (۱۱) قانون پولی و بانکی کشور و با عنایت به مصوبه جلسه شماره ۸۸ کمیسیون عالی تنظیم مقررات شورای عالی فضای مجازی و همچنین مصوبه هیئت عامل بانک مرکزی شکل گرفت و مجری آن شرکت ملی انفورماتیک، تصمیم گرفت ۲۶ مرداد ۱۴۰۲، گزارش عملکرد سندباکس را منتشر کند. بر اساس این گزارش در یک سال اخیر به منظور بررسی طرح و ارزیابی طرح‌ها و تسریع در رسیدن به خروجی، تاکنون دو جلسه شورای راهبری و بالغ بر ۱۸ جلسه کمیته فنی تخصصی با حضور نمایندگان بخش خصوصی و فعالان حوزه فین تک برگزار شده است. در نتیجه فراخوان‌های سندباکس طرح‌هایی با موضوعات لندتک، رمززارز، رمیتنس و سوپ‌تک به دبیرخانه سندباکس ارسال شد و مورد ارزیابی قرار گرفت و با ورود یکی از این طرح‌ها به محیط آزمون موافقت شده است.

تجمیع کارت بانک ملی در کارت ملی هوشمند

۲۷ مرداد
خبر امضای تفاهم‌نامه همکاری مشترک میان سازمان ثبت احوال کشور و

بانک ملی؛ پروژه تجمیع کارت‌های خدماتی و بانکی در کارت ملی هوشمند علنی شد. بر اساس این تفاهم‌نامه قرار است تا اواسط پاییز ۱۴۰۲، کارت بانک ملی در کارت ملی هوشمند تجمیع شود. در مرتبه بعدی کارت‌های دیگر بانک‌ها به نوبت در کارت ملی تجمیع خواهند شد تا کارت ملی به صورت رسمی به کارت بانکی تمام مردم ایران تبدیل شود.

تأسیس اولین بانک آف شور در ایران

۲۹ مرداد
وزارت اقتصاد اعلام کرد، بانک مرکزی در حال صدور تأییدیه تأسیس اولین بانک برون‌مرزی است. آف‌شوربانک به عملیات بانکی اطلاق می‌شود که توسط یک بانک واقع در منطقه یا سرزمینی غیر از سرزمین اصلی که اغلب جزایر متعلق به دولت حاکم بر سرزمین اصلی به شمار می‌روند با اشخاص غیرمقیم و با پول خارجی و در مقیاس بزرگ انجام می‌شود.

رسیدن صدای بخش خصوصی به وزارت اقتصاد

۳۱ مرداد
در آخرین روز مردادماه، نشست فعالان حوزه اقتصاد دیجیتال با حضور وزیر اقتصاد برگزار شد. نیما قاضی، بنیان‌گذار «علی‌بابا» و رئیس هیئت‌مدیره انجمن

تجارت الکترونیک؛ محمد خلیج، مدیرعامل گروه «اسنپ»؛ سعید محمدی، مدیرعامل گروه «دیجی کالا»؛ مهدی فاطمیان، مدیرعامل شرکت «زیبال» و رئیس هیئت مدیره انجمن فین تک ایران؛ ژوبین علاقیند، مدیرعامل گروه مدیریت سرمایه «لیان»؛ گلرخ داوران، مدیرعامل شرکت «اسنپ دکتر»؛ تیم لطیف، مدیرعامل شرکت سرمایه گذاری «مکس کپیتال»؛ نیما نامداری، مدیرعامل شرکت «کارنامه»؛ حامد ولی پوری، مدیرعامل شرکت «ازکی بیمه»؛ مجید حسامی، مدیرعامل شرکت «اسنپ پی»؛ امین امینی، مدیرعامل شرکت «والکس»؛ عباس آشتیانی، مدیرعامل انجمن بلاکچین ایران؛ رضا قربانی، بنیان گذار کارخانه نوآوری رسانه راه کار و عضو هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه ای ایران؛ علیرضا هوشمند، رئیس هیئت مدیره «قسط» و رئیس کمیسیون لندتک انجمن فین تک ایران؛ اشکان میرآماندهی، مدیرعامل شرکت «دیوار»؛ احمد عادل، هم بنیان گذار «باسلام» و محمد مهدی شریعتمدار، مدیرعامل «جیبیت» نماینده های بخش خصوصی در این جلسه بودند و دغدغه های اکوسیستم خود را مطرح کردند. احسان خاندوزی، وزیر اقتصاد در واکنش به دغدغه های بخش خصوصی تصریح کرد که در آینده این موضوعات بررسی خواهد شد و مصوبات و سیاست گذاری هایی در ارتباط با آنها به تصویب خواهد رسید. نکته قابل تأملی که خاندوزی در این جلسه با کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال مطرح کرد، به بحث مصادره یا همان سلب مدیریت کسب و کارها مربوط بود که توسط روزنامه کیهان در روزهای اخیر مطرح شده است. او ضمن به رسمیت شناختن مالکیت خصوصی کسب و کارها، هرگونه مصادره به غیر را غیرقانونی و غیرشرعی دانست.

ماهیار؛ مدیرعامل جدید شرکت ملی انفورماتیک



بر اساس تصمیم هیئت مدیره شرکت ملی انفورماتیک، مدیرعامل این مجموعه بعد از دو سال تغییر کرد و علیرضا

ماهیار به عنوان مدیرعامل جدید شرکت ملی انفورماتیک انتخاب و در واقع جایگزین علی عبدالهی شد. ماهیار پیش از این معاون فناوری اطلاعات بانک ملی و عضو هیئت مدیره شرکت ملی انفورماتیک بوده است. همزمان با این تغییر، محمدرضا کریمی به عنوان عضو موظف به ترکیب اعضای هیئت مدیره این شرکت شامل علیرضا ماهیار، رسول سعدی، علی عبدالهی و علی حکیم جوادی پیوست.

پذیرش چک های قدیمی فقط در بانک صادرکننده

بانک مرکزی در بخشنامه ای به شبکه بانکی اعلام کرد که پذیرش و تبادل چک های صیادی قدیمی (دسته چک های صادر شده قبل از سال ۱۴۰۰) از مهرماه سال جاری صرفاً در بانک صادرکننده چک قابل انجام است و دارندگان دسته چک های قدیمی در فرصت باقی مانده می توانند برای تعویض دسته چک خود اقدام کنند. بر همین اساس، پذیرش و تبادل چک های قدیمی از مهرماه سال جاری صرفاً در بانک صادرکننده چک قابل انجام است و درصد اندک دارندگان این دسته چک ها تا پایان شهریورماه سال جاری می توانند به شعب خود مراجعه کرده و نسبت به تعویض دسته چک خود با دسته چک های جدید اقدام کنند.

امضای تفاهم نامه همکاری میان کمیسیون لندتک و شرکت رتبه بندی اعتباری ایران

کمیسیون لندتک نظام صنفی رایانه ای و شرکت مشاوره رتبه بندی اعتباری ایران تفاهم نامه همکاری امضا کردند. قرار است این تفاهم نامه زمینه ساز استفاده کسب و کارهای عضو کمیسیون لندتک از سرویس های شرکت مشاوره رتبه بندی اعتباری ایران باشد و از سمتی دیگر فرایندها و قالب های ارائه انواع اطلاعات، زیرساخت های اختصاصی برای ارتقای سطح کیفیت ارتباطات فنی را بهبود ببخشد. یکی از اصلی ترین اهداف این تفاهم نامه این است که شرکت های لندتکی بتوانند به صورت صنفی با شرکت رتبه بندی ایران تعامل داشته باشند و شرایط به نحوی نباشد که هر لندتک برای اعلام دریافت سرویس اعم از اعتبارسنجی صنفی به شرکت رتبه بندی اعتباری مراجعه کند. به واسطه این تفاهم نامه قرار

است چهارچوبی یکسان و منسجم در این راستا شکل بگیرد.

برگزاری رویداد برند کارفرمایی

رویداد برند کارفرمایی توسط کارخانه نوآوری رسانه راه کار با حمایت بانک تجارت از ساعت ۱۳ الی ۱۹، با حضور پرشور بیش از ۷۰۰ نفر از فعالان منابع انسانی برگزار شد. بررسی چالش ها، الزامات و فرصت های سازمان ها برای ساخت، تقویت و حفظ برند کارفرمایی، انتقال تجربه و واکاوی مفاهیم کاربردی و کلیدی در این زمینه و تجلیل از مدیران پیشکسوت و تأثیرگذار کسب و کاری کشور در حوزه منابع انسانی و فرهنگ سازمانی از محورهای اصلی این رویداد بود. در این رویداد ۱۶ سخنران از موضوعاتی نظیر راهکارهای جذب و نگهداشت منابع انسانی و نقش روابط عمومی در توسعه برند کارفرمایی، چالش های جذب نیروی انسانی متخصص در کسب و کارهای خارج از تهران، تجربه افراد و نقش آن در برند کارفرمایی سخن گفتند و همچنین تندیس برند کارفرمایی به سه کسب و کار برتر حوزه منابع انسانی اهدا شد.

حمله سایبری به هف هشتاد



سیستم اطلاع رسانی اپلیکیشن هف هشتاد مورد حمله سایبری قرار گرفت. کاربران اپلیکیشن #۷۸۰* در شبکه های اجتماعی از دریافت اعلان هایی خبر دادند که از هک هف هشتاد حکایت داشت. پشتیبانی اپلیکیشن هف هشتاد، این هک را تأیید و از کاربران از این بابت عذرخواهی کرد. به اعلام اپلیکیشن هف هشتاد: «عده ای اقدام به ارسال پیامی نامربوط در اپلیکیشن کرده اند که هف هشتاد بابت این مسئله از کاربران عذرخواهی کرده و پیگیری قضایی را در دستور کار قرار خواهد داد. متأسفانه در سیستم ارسال پیام اپلیکیشن مشکلی پیش آمده است. فقط سیستم اطلاع رسانی اپلیکیشن دچار حمله سایبری شده و مورد دیگری مبنی بر دسترسی به اطلاعات کاربران وجود ندارد.»

مهرتراکتس



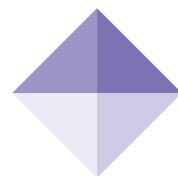
مهر ۱۴۰۲
سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

از راست به چپ:
وحید وکیل
محمدعلی گوگانی
علیرضا میرمیران



نیلو فناوری

عصر تراکتس



۳۶

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

نظرخواهی از محمدعلی گوگانی، علیرضا میرمیران و وحید وکیل درباره آینده خودپردازها

تحول آری، انهدام نه

«جان شپرد-بارون» با الهام از دستگاه‌های فروش شکلات، اولین دستگاه خودپرداز را برای استفاده در شعبه بانک بارکلیز شمال لندن در سال ۱۹۶۷ اختراع کرد و با ایجاد امکان دسترسی ۲۴ ساعته به پول نقد ارائه خدمات مالی را متحول کرد. این موفقیت در اروپا به سرعت علاقه بازار مالی ایالات متحده را نیز برانگیخت و دستگاه خودپرداز در سال ۱۹۶۹ توسط «دونالد وتزل» به نیویورک نیز آورده شد و در حال حاضر بعد از گذشت بیش از ۵۶ سال از ورود اولین دستگاه‌های خودپرداز، این دستگاه‌ها به یک منظره رایج در خیابان‌ها، پمپ بنزین‌ها و مراکز خرید در سراسر جهان تبدیل شده‌اند. اما با ورود به دهه ۲۰۲۰ و تحول صنعت بانکی و پرداخت در دنیا، آمدن بانکداری دیجیتال، رفتن به سمت دنیای بدون پول نقد و رواج پرداخت‌های غیرحضوری، گویا دستگاه‌های خودپرداز به سمت منسوخ شدن در حال حرکت هستند. با این حال، طبق گفته‌های فعالان این صنعت، با وجود فراگیری پلتفرم‌های بانکی و پرداخت آنلاین، دستگاه‌های خودپرداز هنوز هم یک گزینه مهم و آسان برای بسیاری از مردم هستند و به همین دلیل، صنعت بانکی به طور مداوم در حال تکامل است تا نیازهای در حال تغییر مشتریان را برآورده کند و به همین دلیل است که خودپردازهای امروزی چیزی بیش از پرداخت و دریافت پول نقد ارائه می‌دهند. این پرسش را با محمدعلی گوگانی، مدیرعامل شرکت آدونیس؛ علیرضا میرمیران، مدیر فروش و بازاریابی محصولات بانکی و پرداخت الکترونیک فناپ‌تک و وحید وکیل، معاون فنی و عملیات شرکت گرایش تازه پارس در میان گذاشتیم و اکثر آنها معتقدند به این زودی‌ها نه تنها استفاده از پول نقد از بین نمی‌رود که خودپردازها نیز منسوخ نمی‌شوند و همچنان این دستگاه‌ها کارکردهای خود را در عصر دیجیتال امروز دارند؛ در حالی که ممکن است مانند گذشته به دفعات مورد استفاده قرار نگیرند، اما همچنان گزینه مهمی برای بسیاری از افراد خواهند بود و به تکامل خود ادامه خواهند داد تا نیازهای در حال تغییر مشتریان را برآورده سازند.





عصر تراکنش

گزارش
تصویری

۳۹

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

گزارش عصر تراکنش از رویداد برند کارفرمایی که با حضور بیش از ۶۰۰ نفر از مدیران کشور برگزار شد

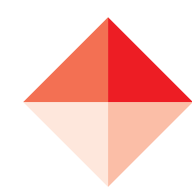
فرصتی برای اشتراک تجربه‌ها

هشتم شهریورماه ۱۴۰۲ رویداد برند کارفرمایی توسط کارخانه نوآوری رسانه راه کار و با حمایت بانک تجارت برگزار شد؛ رویدادی که فرصت بسیار خوبی را برای مدیران ارشد و مدیران منابع انسانی کسب و کارها فراهم کرده بود تا بتوانند تجربه‌های خود در حوزه برند کارفرمایی و چالش‌های جذب و نگهداشت منابع انسانی را به اشتراک بگذارند. این رویداد که اولین دوره از آن برگزار شد، از سلسله رویدادهای کارخانه نوآوری رسانه راه کار بود که با ۱۴ سخنران و یک پنل تخصصی به موضوعاتی مانند راه‌کارهای جذب و نگهداشت منابع انسانی، روابط عمومی و نقش آن در توسعه برند کارفرمایی کسب و کارها، چالش‌های جذب نیروی انسانی متخصص در کسب و کارهای خارج از تهران، تفاوت‌ها و چالش‌های منابع انسانی برای مدیران شرکت‌های بزرگ، نسل زد و فرهنگ کاری جدید آنها پرداخت. در این رویداد که با حضور بیش از ۶۰۰ نفر از مدیران کسب و کارها برگزار شد، علاوه بر اینکه متخصصان و مدیران منابع انسانی کسب و کارها از چالش‌های این روزهای خود گفتند، بنیان‌گذاران و مدیران عامل کسب و کارهای کوچک و بزرگ نیز این فرصت را داشتند تا با فرصت‌های سازمان‌ها برای ساخت، تقویت و حفظ برند کارفرمایی نیز بیشتر آشنا شوند. این رویداد در واقع مدیران مرتبط با برند کارفرمایی در کسب و کارهای گوناگون کشور را با این امید که شرایطی فراهم کند که بهترین‌ها و مؤثرترین تجربه‌ها به اشتراک گذاشته شوند، دور هم جمع کرده بود. در ادامه علاوه بر اینکه مروری کوتاه بر رویداد برند کارفرمایی داشتیم، گزارش تصویری از این رویداد را نیز می‌توانید مشاهده کنید.





عمر تراکتس



۴۰

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

◀ منابع انسانی؛ بزرگ ترین سرمایه هر کسب و کاری

افتتاحیه رویداد برند کارفرمایی با صحبت های رضا قربانی، بنیان گذار کارخانه نوآوری رسانه راه کار درباره ضرورت برگزاری چنین رویدادی در کشور آغاز شد. او در بخشی از صحبت های خود این طور بیان کرد که منابع انسانی بزرگ ترین سرمایه هر کسب و کاری است و ما امروز در ایران در وضعیتی به سر می بریم که با چالش جذب و نگهداشت نیروی انسانی مواجهیم و این خود چالش بزرگی است.

سیس هادی اخلاقی، مدیرعامل بانک تجارت که اولین سخنران این رویداد بود، از اهمیت برند کارفرمایی و اقدامات بانک تجارت برای افزایش انگیزه و بهبود معیشت نیروهای انسانی شرکای تجاری این بانک صحبت کرد و درباره نقش برند کارفرمایی در کاهش هزینه ها و ارزش آفرینی برای سازمان ها و رویکرد بانک تجارت گفت: «رویکرد بانک تجارت در سال ۱۴۰۰ مشارکت بلندمدت با صاحبان کسب و کارهای مختلف بود و از سال ۱۴۰۱ به ارائه خدمات به اشخاص حقیقی و مشتریان خرد تغییر رویه داده ایم.» او در صحبت های خود از حمایت های مالی و اعتباری بانک تجارت از نیروهای انسانی شرکای تجاری این بانک (از کسب و کارها تا مشتریان خرد) به منظور ارتقای انگیزه

و بهبود معیشت آنها خبر داد.

در ادامه کوروش عباسی، مدیر ارشد برند توسن ضمن روایت تجربه کاری بازی گونه سازی شده به بیان ویژگی های این رویکرد در سازمان ها پرداخت. عباسی به توصیف سازمانی پرداخت که در آن عناصر بازی در یک زمینه غیربازی که به عنوان مثال محل کار است، به کار برده می شود. به عقیده او بازی گونه سازی راهکاری برای حل مشکلات سازمان نیست، بلکه رویکردی است با تأثیر بر افراد که سازمان را به جای بهتری برای کار تبدیل می کند؛ بنابراین نمی توان افراد را به عنوان عروسک هایی تصور کرد که با توسعه هر بازی ای می توانند مشکلات سازمان ها را حل کنند. او تعامل افراد با یکدیگر و شادی را دو شاخص مهم روزانه ای معرفی کرد که باعث بهبود عملکرد شرکت ها در زمینه منابع انسانی می شود.

◀ رضایت، تعلق و تجربه

بهنام نجاری، معاون منابع انسانی تیم مرکزی گروه اسنپ نیز با اشاره به اقداماتی که به بساخت فرهنگ توقع منجر می شود، گفت: «اگر ایجاد رضایت در سازمان تنها هدف ما باشد، باعث ایجاد توقع در افراد می شویم و آنها به دنبال این خواهند بود که هر چه در سازمان هست، برای آنها نیز اتفاق بیفتد؛ حتی اگر به آن نیاز نداشته باشند. ما نمی گوییم رضایت بد است، اما نباید هدف سازمان بوده و برنامه ریزی سازمان فقط برای جلب رضایت باشد.» به گفته نجاری، رضایت، تعلق و تجربه سه موضوعی هستند که در کسب و کارها باید به آنها پرداخته شود.

مریم رضاصفت، مدیر منابع انسانی شرکت بیت پین ارائه خود را با توصیف یک روز کاری در دفتر انزلی این مجموعه آغاز کرد و در ادامه به بیان چالش های جذب و استخدام نیروها در خارج از تهران و همچنین راهکارهای این مجموعه پرداخت.



عمر تراکتس

گزارش
تصویری

۴۱

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

به این موارد توجه کنند.»

◀ تبعیض زدایی از تجربه همکاری با دهه هفتادیها

مصطفی قهرمانی، معاون بانکداری شخصی بانک تجارت، در سخنرانی خود به معرفی بسته کارنو این بانک پرداخت و گفت: «عمدتاً بانک تجارت را به عنوان بانکداری شرکتی می شناسند و تا به امروز این بانک نتایج مطلوبی در این حوزه کسب کرده؛ به طوری که ۵۰ درصد از ضمانت نامه های بانکی در بانک تجارت صادر شده و از سال گذشته به صورت جدی تری در مسیر بانکداری شخصی گام برداشته و در این راستا از رویکرد بانکداری کارکنان تبعیت کرده است. در واقع، بسته کارنو مثلث ارزشی را ایجاد کرده که سه رأس آن بانک، کارفرمایان و کارکنان هستند که به فراخور نقش هر رأس، مزیت ها و کارکردهایی برای آنها تعریف شده است.»

محمدجواد ثابت، مدرس و مشاور کسب و کار نیز در این رویداد به ارائه ای در خصوص رویکردهای همکاری با دهه هفتادیها یا همان نسل زد پرداخت و تأکید کرد که برای ایجاد همکاری مؤثر با این نسل، باید از تبعیض و سوگیری ذهنی علیه آنها دست کشید و آنها را با برچسب هایی مانند تنبل، خودخواه، دیوانه

رضاصفت در خصوص چالش های فعالیت در خارج از تهران عنوان کرد: «در سال های اخیر، چالش های گسترده ای در حوزه جذب نیروی متخصص در ایران داشته ایم، اما برای ما که خارج از پایتخت فعالیت می کنیم، این چالش ها بیشتر نیز بوده است.»

در ادامه این رویداد، «دیجی کالا»، «ایرانسل» و «گروه انتخاب الکترونیک» به عنوان سه کسب و کار برگزیده در ارتقای هویت ایرانی معرفی شدند و تندیس ویژه برند کارفرمایی به آنها اهدا شد.

◀ اهمیت ایجاد همدلی در سازمان

در ادامه این رویداد سعید سامان، مشاور برند درباره رویکرد یک مدیر منابع انسانی معمولی گفت: «بسیاری از مدیران منابع انسانی معتقدند که برند کارفرمایی یعنی جذب و نگهداشت. یعنی ما جذب می کنیم و نگهداشت نیروها را به بهترین شکل ممکن انجام می دهیم و مطمئن هستیم که برند کارفرمایی را به بهترین شکل ممکن انجام داده ایم.» سامان همچنین به اشتباه استراتژیک مدیران منابع انسانی اشاره و اظهار کرد که مدیران منابع انسانی که فکر می کنند اگر خوب کار کنند، بدنه سازمان، پیام برند آنها را به بیرون منتقل می کند، به نظر من دچار اشتباه استراتژیک شده اند، زیرا کارکنان به دلایل مختلف انگیزه ای ندارند تا حال و تجربه خوب خود را با دیگران در میان بگذارند.

عادل طالبی، مدیرعامل تیزلند نیز به بررسی عوامل مؤثر در ایجاد همدلی بین نیروهای انسانی یک سازمان پرداخت و گفت: «انتقال مهارت، اشتراک تجربه های زندگی، مهارت گفت و گو و عبور از بحران با کمک تجربه جمعی در تقویت حس همدلی در سازمان و بهبود برند کارفرمایی تأثیرگذار است و مدیران سازمان ها باید



عمر تراکتس



۴۲

ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

کسب و کار فناپ نیز با تأکید بر رقابت با شرکت های خارجی؛ آن هم با ابزار داخلی آن را یک جنگ نابرابر دانست و توضیح داد که ماندن در این رقابت اشتباه است. به اعتقاد او باید به دنبال پیاده سازی استراتژی های انسان محور در سازمان ها باشیم. قائم مقام مدیرعامل دیجی کالا نیز ضمن حضور در این پنل عنوان کرد که سازمان ها باید همان طور که منافع سازمان را در اولویت قرار می دهند، به همان اندازه به منافع منابع انسانی نیز توجه کنند.

ایلیا وکیلی، نایب رئیس هیئت مدیره ابر آروان یکی دیگر از سخنرانان رویداد برند کارفرمایی بود که در چهار بخش درباره توسعه پایدار سرمایه انسانی در کشور صحبت کرد. او در سناریویی گذشته ایران تا به امروز را به تصویر کشید و درباره اینکه چگونه و چرا سرمایه های خود را از دست داده ایم، صحبت کرد. وکیلی با بیان اینکه مهاجرت یک مشکل نیست، صراحتاً عنوان کرد که راه حلی برای آن در نظر ندارد و از نگاه او، مسئله اصلی تر توسعه پایدار سرمایه انسانی است که ابر آروان دو سال قبل «کاریز» را در قالب مسئولیت اجتماعی در نظر گرفته است.

◀ نقش دانشگاه و رسانه ها در تبیین برند کارفرمایی

نگار عرب، معاون ارتباطات سازمانی تپسی نیز در رویداد برند کارفرمایی به چگونگی تبیین درست برند کارفرمایی پرداخت. او در این ارائه اشاره کرد که هر فرد یک رسانه است و باید به تصویری که سازمان از خودش در ذهن افراد می سازد، دقت کرد. عرب همچنین به ابزار تبیین برند کارفرمایی اشاره کرد و صفحات مجازی، دانشگاه و رسانه های حوزه فناوری را اصلی ترین کانال های ارتباطی سازمان با مخاطبان خود اعلام کرد و گفت: «بسیار اتفاق می افتد که مدیران از کارمندان می خواهند تصویر زیبایی از سازمان نشان دهند، ولی ما نمی توانیم چیزی را نشان دهیم که نیستیم.

و توجه طلب مورد خطاب قرار نداد. او با اشاره به مقالات معتبر جهانی بیان کرد که شواهدی مبتنی بر تفاوت های فاحش میان نسل زد و نسل قبلی وجود ندارد و استفاده از این مفهوم می تواند به صورت ناخود آگاه باعث برچسب زنی های سوء به نسل جدید شود.

◀ لزوم پیاده سازی استراتژی های انسان محور

در ادامه این رویداد پنل ۱۰۰۰+ با محوریت بررسی چالش های مدیریت منابع انسانی شرکت های بزرگ، با حضور محمد خلیج، مدیرعامل اسنپ؛ کیوان جامه بزرگ، معاون توسعه کسب و کار فناپ؛ مسعود طباطبایی، قائم مقام مدیرعامل دیجی کالا و با مدیریت رضا جمیلی، سردبیر رسانه های چاپی راه کار برگزار شد. مهاجرت منابع انسانی به خارج از کشور یا حتی همکاری با شرکت های خارجی در حالی که افراد به صورت فیزیکی مهاجرت نکرده اند، از دغدغه های مهم شرکت ها و سازمان های بزرگ است. مدیرعامل اسنپ با اشاره به این موضوع و تأکید بر اینکه راه حل بیشتر چالش های منابع انسانی کشور در بیرون از سازمان هاست، عنوان کرد که باید راهی یافت تا افراد برای اهداف متعالی در سازمان بمانند. معاون توسعه



مهرتراکس

گزارش
تصویری

۴۳

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

مسیح کریمیان، مشاور منابع انسانی، یکی دیگر از سخنرانان این رویداد، از مفهوم «بازی گونه سازی» در برند کارفرمایی سخن گفت و اشاره کرد که Engagement در بخش منابع انسانی در سازمان‌ها وضعیت خوبی ندارد. به گفته کریمیان، بازی مجموعه‌ای از انتخابات معنادار است. در واقع اتفاقاتی می‌افتد و ما انتخاب‌هایی انجام می‌دهیم که این انتخاب‌ها در انتها معنایی را منتقل می‌کند. انتخاب‌ها همان سطح میکرو است و معنایی که منتقل می‌شود، ماکرو است. گیمیفیکیشن می‌تواند این اتفاق را رقم بزند. خیلی اوقات برای انتخاب‌های خود تلاش می‌کنیم، اما برای آن معنا، برنامه‌ای نداریم. در واقع، این طور می‌توان گفت که خلق معنا، بستر ایجاد برند کارفرمایی است.

رضا قربانی، مؤسس کارخانه نوآوری رسانه راه کار نیز در سخنرانی پایانی این رویداد با نگاهی به کتاب «قانون بی قانونی» از فرهنگ حاکم بر شرکت موفق نتفلیکس صحبت کرد و خطاب به مدیران حاضر در رویداد گفت که اصل «در پی خشنود کردن رئیس تان نباشید» را میان کارمندان رواج دهید، قوانین مرخصی را کنار بگذارید، ساعات کاری افراد را اندازه‌گیری نکنید و کنترل ساعت ورود و خروج افراد را حذف کنید و اگر کسی از این شرایط سوءاستفاده می‌کند، با او برخورد کنید

مخصوصاً در این موقعیت زمانی و با وجود شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی‌های گسترده‌ای که اتفاق می‌افتد، اگر چیزی را نشان دهید که نیستید، با انتقاد روبه‌رو می‌شوید. کافی است چیزی از شرکت یا سازمان را نشان دهید که واقعیت ندارد. در این زمان است که افرادی که در شرکت هستند یا نیستند واقعیت را نشان خواهند داد که اتفاقاً برای افراد بیرون از سازمان بسیار باورپذیرتر هم هست. در این زمان است که دیگر از دست ارتباطات سازمان کاری برنخواهد آمد.»

سهیل عظیمی، مدیر تجربه افراد و برند کارفرمایی دیجی کالا، یکی دیگر از سخنرانان این رویداد بود که تجربه افراد از ابتدای جذب‌شان در دیجی کالا و احتمال خروج‌شان از این شرکت را مورد بررسی قرار داده تا افراد بتوانند بهترین تجربه را از دیجی کالا داشته باشند. به گفته عظیمی، همکاری افراد در یک سازمان مؤلفه‌های گوناگونی را شامل می‌شود. این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: ایجاد جذابیت، فرایند استخدام، تطبیق و یادگیری، دلبستگی به سازمان، توسعه و خروج.

◀ کاربست مفهوم بازی گونه‌سازی در برند کارفرمایی

امیرحسین داودیان، معاون مدیرعامل بانک تجارت نیز در سخنرانی خود اعلام کرد که ۸۶ درصد متخصصان نیروی انسانی معتقدند فرایند جذب نیرو به مارکتینگ شرکت تبدیل شده و افراد نسبت به گذشته بیشتر به اعتبار و وجهه یک کسب‌وکار اهمیت می‌دهند. معاون مدیرعامل بانک تجارت خطاب به حضار گفت که از نگاه او اگر روزی از ساعت کاری دیرتر به محل کار رفتیم و نگران عدم حضورمان و دغدغه کاری نبودیم، آن لحظه وقت رفتن است. او اظهار کرد که اگر نیروی انسانی اعلام کند احساس ارزشمندی، مراقبت‌شدن، سرمایه‌گذاری و درک شدن را داریم، یعنی کسب‌وکار به اندازه کافی در ایجاد برند کارفرمایی موفق بوده است.



عکس: نسیم اعتمادی



نیلوفر نادری

عصر تراکتس



۴۴

ASAE TAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

ملیحه السادات مهدوی، مدیر واحد دارندگان کارت سپ درباره وضعیت کارت های پیش پرداخت و بن کارت در کشور مطرح کرد

ضرورت تأسیس سندیکای کارت

ملیحه السادات مهدوی دارای مدرک کارشناسی کامپیوتر نرم افزار و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، از محدود مدیران زنی است که بیش از یک دهه به صورت متمرکز در صنعت کارت های پیش پرداخت کشور فعال است و هم اکنون در شرکت پرداخت الکترونیک سامان کیش (سپ) مشغول به کار است؛ شرکتی که علاوه بر فعالیت در حوزه پرداخت و ارائه خدمات دستگاه های کارت خوان، درگاه های اینترنتی و اپلیکیشن ۷۲۴، یکی از شرکت های فعال در زمینه ارائه انواع بن کارت سازمانی در کشور محسوب می شود که از سال ۱۳۸۳ به نیابت از بانک سامان به این حوزه ورود کرده و خدمات متنوع و جذابی را در اختیار کاربران و مشتریانش قرار می دهد. در گفت و گویی که با ملیحه السادات مهدوی، مدیر واحد دارندگان کارت سپ داشتیم، علاوه بر اینکه به اقدامات سپ در حوزه کارت های پیش پرداخت و بن کارت پرداختیم، کوشیدیم تا وضعیت این حوزه در کشور را نیز بررسی کنیم. طبق صحبت های مهدوی، بانک سامان ارائه انواع بن کارت و کارت هدیه خود را بر عهده سپ گذاشته؛ چراکه هدفمندسازی مصارف بن کارت ها از جمله مهم ترین اهداف این حوزه شناخته می شود و نیاز بازار به گونه ای است که سازمان ها خواهان تفکیک و تفاوت بین واریز حقوق و خدمات رفاهی پرسنل هستند. او بزرگ ترین چالش فعلی این حوزه را در کشور، به روز نبودن قوانین با توجه به توسعه روزافزون عصر دیجیتال می داند و بیان می کند که با ورود نسل زد به بازار، نیازمند تنوع محصولات بانکی و پرداخت خواهیم بود، این در شرایطی است که هنوز قوانین مشخصی برای برخی محصولات نظیر کیف پول که کنار بن کارت قرار بگیرد، وجود ندارد. در ادامه گزارشی از گفت و گوی عصر تراکتس با ملیحه السادات مهدوی را می خوانید.



تاریخچه بن کارت در ایران

پیش پرداخت که خود شامل دوزیرمجموعه کارت هدیه و بن کارت (کارت خرید) می شود. به گفته او، در کنار بانک ها چندین شرکت حوزه پرداخت (PSP) به صورت تخصصی در حوزه بن کارت ها فعال هستند

طبق صحبت های ملیحه السادات مهدوی، مدیر واحد دارندگان کارت سپ، کارت های بانکی در ایران به سه دسته اصلی تقسیم می شوند؛ کارت های دبیت یا نقدی (ابزاری که به حساب شخصی افراد در بانک متصل هستند)، کارت های اعتباری و کارت های

در گفت و گو با فعالان کشک بک درباره چیستی، چرایی و ضرورت توسعه آن در ایران بیان شد

ابزاری برای وفادارسازی مشتریان

نیلوفر نادری



کشک بک یا برگشت پول که برخی به اشتباه آن را با ریفاند یکی می‌دانند، یکی از روش‌های نوین بازاریابی در جهان است که به‌عنوان محرکی روانی برای سوق دادن مردم به سمت خرید بیشتر و البته افزایش قدرت خرید آنها استفاده می‌شود. در واقع، هدف اصلی استفاده از کشک بک در فروشگاه‌ها و سازمان‌های مختلف وفادارسازی مشتریان به آن برسد و بالا بردن احتمال خرید مجدد افراد از یک کسب‌وکار مشخص است. فعالان حاضر در این حوزه بر این باورند که این ابزار برای کشوری مانند ایران که دچار انواع و اقسام چالش‌های اقتصادی است و مردمش روز به روز فشار تورم بیشتری را تحمل می‌کنند، می‌تواند کارآمد و ضروری باشد و به آنها کمک کند که از پس تهیه برخی کالاها و خدماتی که به‌صورت روزانه به آن احتیاج دارند، بر بیایند. این در حالی است که به گفته آنها، حتی کشورهای توسعه‌یافته‌ای نظیر آمریکا، کانادا، انگلیس، آلمان و استرالیا نیز برای رونق بازارهای خود از این ابزار استفاده حداکثری می‌کنند. در نتیجه این‌طور می‌توان گفت که این ابزار فقط خاص کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه نیست و به افزایش خرید و فروش در بازارهای مختلف کمک می‌کند. آنها بزرگ‌ترین چالش کشک بک در ایران را وصول دیر هنگام مطالبات از سمت پذیرنده‌ها و بالا بودن هزینه تمام‌شده پول می‌دانند و بر این باورند که گرچه چیزی حدود یک دهه است که کشک بک وارد کشور شده، اما مردم و کسب‌وکارها آن‌طور که باید و شاید آن را نمی‌شناسند و به توسعه آن کمک نمی‌کنند. در این مطلب به سراغ علی جواهرچیان، بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره داپ‌آپ؛ محمد علی اکبرزاده، مدیرعامل شرکت توسعه فناوریان بهین فردا؛ احسان جهانی، مدیرعامل تخفیفان و امیرمحمد مریوانی، مدیر مارکتینگ بامن رفتیم تا در گفت‌وگو با آنها از چیستی و ضرورت توسعه کشک بک در کشور مطلع شویم.

مهر تراکنش

گزارش

۴۷

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

◀ لزوم در نظر گرفتن منافع همه ذی‌نفعان

سرویس کشک بک یا پاداش نقدی خرید، خدمتی است که بعد از عضویت مشتریان در اپلیکیشن و ثبت شماره کارت بانکی خود، از فروشگاه‌های طرف قرارداد خرید انجام داده و حسب نوع فروشگاه، درصدی از مبلغ خرید به کیف پول آنها واریز خواهد شد و قابلیت برداشت وجه به‌صورت نقدی نیز در آن وجود دارد. علی جواهرچیان، بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره داپ‌آپ با اشاره به این تعریف می‌گوید:

«یکسری شرکت‌های ارائه‌دهنده سرویس کشک بک، این مبلغ را با عناوین مختلف، ولی نه به‌عنوان پول در نظر می‌گیرند و یکسری معادل آن را اعتبار می‌دهند. در هر صورت هدف همه این مجموعه‌ها، ایجاد رضایت‌مندی و انگیزه به مشتریان برای مراجعه مجدد به فروشگاه‌ها بوده تا با افزایش حجم فروش، رضایت‌مندی را برای صاحبان کسب‌وکار نیز فراهم کنند. سرویس کشک بک به‌تازگی در ایران در حال ارائه

خدمات به مخاطبان بوده و با توجه به چالش‌ها و مشکلاتی که در زمینه معرفی و فرهنگ‌سازی وجود دارد، همچنان در بسیاری از شهرهای کشور ناشناخته است. هرچند فعالیت‌های گسترده داپ‌آپ در تهران و سایر نقاط کشور، تا حدود نسبتاً زیادی به این شناخت کمک کرده است.»

او درباره چالش‌هایی که تاکنون داشته‌اند، بیان می‌کند: «مهم‌ترین چالشی که تاکنون با آن مواجه بوده‌ایم و همچنان در این مسیر با ما همراه است، توجیه این خدمت جدید به مشتریان و صاحبان کسب‌وکارهاست. البته به نسبت روزها و ماه‌های اول در تهران پیشرفت خوبی داشته‌ایم، اما در بسیاری از شهرها و حتی استان‌های کشور ارائه این خدمت با چالش‌های زیادی همراه است. واقعیت این است که جنس این چالش‌ها به قدری گسترده و متفاوت است که فهرست کردن آنها بسیار طولانی خواهد شد و قبل از اشاره به آنها و برای شفاف‌تر بودن موضوع، توجه به این نکته حائز اهمیت است که ثبت یک تراکنش موفق باشگاهی، نیازمند همراهی سه‌بعدی شرکت پرداخت (PSP)، پذیرنده (صاحب کسب‌وکار) و دارنده (مشتری) با محوریت پلتفرم داپ‌آپ است. در نتیجه چالش‌ها در هر یک از این سه بُعد متفاوت می‌شود.»

او درباره این سه حوزه توضیح می‌دهد: «در بُعد شرکت‌های پرداخت این‌طور می‌توان گفت که با توجه به اینکه تراکنش‌ها بر بستر شبکه بانکی کشور بوده و شناسایی آنها بر عهده شرکت‌های پرداخت است،



علی جواهرچیان، بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره داپ‌آپ

علی نوری، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر
درباره چالش‌های صنعت بانکی کشور می‌گوید

امنیت و زیرساخت در گروه اتحاد رقباست



مینا حاجی
سرمدبیر

مصرتراکتس



۵۶

ASAE TARAHDONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



عکس: مریم سعیدپور



علی نوری یکی از مدیران با سابقه صنعت فناوری و بانکی کشور است که در طول فعالیت‌های حرفه‌ای اش در صنعت بانکی و پرداخت کشور همواره به دنبال ایجاد تغییرات مثبت بوده است. در سوابق کاری او، مدیرعاملی شرکت فن‌آوا کارت و سپس هلدینگ فن‌آوا دیده می‌شود؛ فعالیت‌هایی که نوری از آنها به خوبی یاد می‌کند و ورودش به صنعت بانکی و پرداخت کشور را که از طریق فن‌آوا کارت اتفاق افتاده، یک نقطه عطف در زندگی حرفه‌ای اش می‌داند. او می‌گوید ورودش به بانک شهر نیز بر اساس تجارب و پشتوانه همان مقاطع بوده است. در زمان مدیرعاملی او در فن‌آوا کارت، این شرکت در گزارش اقتصادی سال ۱۳۹۵ شاپرک به عنوان شرکتی که بیشترین رشد را داشته، معرفی شد و در گروه فن‌آوا نیز توسعه شبکه روستایی و پهنای باند از جمله دستاوردهای چشم‌گیر او به حساب می‌آید. نوری از خردادماه سال جاری در سمت مدیرعاملی هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر فعالیت می‌کند؛ هلدینگی که با هدف تأمین نیازمندی‌های گسترده حوزه فناوری اطلاعات بانک شهر و همچنین تولید محصولات خلاقانه در زمینه بانکداری الکترونیکی و صنعت پرداخت شروع به کار کرده است. به عقیده نوری، هرچه هلدینگ‌های فناوری اطلاعات در بانک‌ها تقویت شوند، اقتصاد دیجیتال و تحول دیجیتال تسهیل می‌شود و تمام اقشار و کسب‌وکارهای جامعه از دستاوردهای آن بهره‌مند می‌شوند. او بر این عقیده است که اتحاد رقبا شاید در همه حوزه‌ها کاربرد نداشته باشد، ولی در زمینه زیرساخت و حتی امنیت، چاره‌ای جز این نخواهیم داشت. در گفت‌وگویی که با علی نوری داشتیم، به اقداماتش در هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر و برنامه‌هایی که دارند، پرداختیم. به گفته او، رونمایی از اپلیکیشن پرداخت بانک شهر، راه‌اندازی ابزار پرداخت‌های خرد شهری در مترو تهران، اجرایی شدن فاز اول توکنایز کردن املاک، اصلاح و بهبود بخشی از مراکز داده بانک و... همگی جزء برنامه‌های امسال این هلدینگ هستند. در ادامه گزارشی از این گفت‌وگو را می‌خوانید.

◀ از امیرکبیر تا صایران

علی نوری متولد ۵ شهریور ۱۳۵۳ است و دیپلم خود را در سال ۱۳۷۱ از دبیرستان علوی می‌گیرد: «در سال ۱۳۷۱ در رشته مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی امیرکبیر قبول شدم. دانشگاه امیرکبیر به عنوان یکی از دانشگاه‌های برتر کشور دارای محیطی پویا و مملو از دانشجویان با استعداد است و دوره‌های کارآموزی به‌ویژه در رشته‌های فنی در این دانشگاه مسبب و انگیزه‌ای برای شروع فعالیت‌های حرفه‌ای دانشجویان است. در اواخر دوره دانشجویی در فاصله سال‌های ۱۳۷۴ و ۱۳۷۶ در مدارس راهنمایی و دبیرستان در علوم مورد علاقه‌ام از ریاضی و فیزیک گرفته تا ادبیات و عربی تدریس می‌کردم، در سال ۱۳۷۶ در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد، واحد تهران جنوب و در رشته مهندسی صنایع قبول شدم.»

شروع همکاری نوری با مجموعه صایران نیز در همان سال ۱۳۷۶ رقم می‌خورد: «در بخش‌های مختلف صایران و با سمت‌های گوناگون تا سال ۱۳۹۴ فعالیت داشتم. در سال ۱۳۹۴ مدیرعامل شرکت فن‌آوا کارت شدم که بخش عمده سهام این شرکت متعلق به گروه فن‌آواست.»

◀ مدیرعاملی فن‌آوا کارت و گروه فن‌آوا

پذیرش مسئولیت مدیرعاملی مجموعه فن‌آوا کارت در زمانی برای نوری اتفاق می‌افتد که شرکت با چالش‌های فراوانی روبه‌رو بود. به گفته نوری، اقدام خوبی که در آن زمان انجام شد، رساندن سهم بازار فن‌آوا کارت از دو درصد به ۴/۵ درصد بود که با استناد به گزارش‌های سال ۱۳۹۵ شرکت شاپرک، فن‌آوا کارت به عنوان شرکتی که بیشترین رشد را داشته، معرفی و ثبت شد.

نوری با بیان اینکه رساندن تعداد دستگاه‌های کارت‌خوان فن‌آوا کارت از ۱۵۰ هزار به ۶۰۰ هزار دستگاه یکی از عوامل افزایش چشم‌گیر سهم بازار در آن مقطع به‌شمار می‌رود، می‌گوید: «فن‌آوا کارت ضمن تقویت زیرساخت‌های فنی، با نیروی



پذیرش
مسئولیت
مدیرعاملی
مجموعه فن‌آوا
کارت در زمانی
برای نوری اتفاق
می‌افتد که شرکت
با چالش‌های
فراوانی روبه‌رو
بود. به گفته نوری،
اقدام خوبی که
در آن زمان انجام
شد، رساندن سهم
بازار فن‌آوا کارت
از دو درصد به
۴/۵ درصد بود
که با استناد به
گزارش‌های سال
۱۳۹۵ شرکت
شاپرک، فن‌آوا کارت
به عنوان شرکتی
که بیشترین رشد
را داشته، معرفی و
ثبت شد

انسانی توانمند خود، نسبت به گسترش ساختمان موجود خود با وجود محدودیت‌های مالی اقدام کرد. فن‌آوا کارت بر خلاف سایر شرکت‌های پی‌اس‌پی فاقد بانک عامل جهت حمایت مالی است و بانک‌های سهام‌دار در آن شرکت، صرفاً طرف قرارداد بودند و حمایت خاصی نمی‌کردند. این شرکت عملاً روی پای خودش بود و به همین خاطر کارش سخت‌تر از سایر پی‌اس‌پی‌های دیگر بود.»

نوری سپس در دی‌ماه ۱۳۹۶، مدیرعامل گروه فن‌آوا شد که همان هلدینگ فن‌آوا به حساب می‌آید. مدیرعاملی او در هلدینگ فن‌آوا تا شهریور ۱۳۹۸ ادامه داشت: «دوران بسیار خوبی بود. حضور در فن‌آوا کارت و گروه فن‌آوا، یادگیری زیادی برای من داشت. گروه فن‌آوا یک شرکت بورسی به حساب می‌آمد و ملاحظات خاص خود را داشت. در آن مقطع نیز اقدامات بزرگی انجام گرفت.»

با توجه به صحبت‌های نوری، در گروه فن‌آوا توسعه شبکه روستایی و پهنای باند از جمله دستاوردهای چشم‌گیر او به حساب می‌آید: «توسعه مرکز داده فن‌آوا که کماکان در دست بهره‌برداری است، جزء اقدامات آن مقطع در فن‌آوا بود.»

◀ شروع کار در آریا همراه سامانه

در سال ۱۳۹۸، چند ماه بعد از جدایی از گروه فن‌آوا، نوری مدیرعامل شرکت «آریا همراه سامانه» می‌شود: «آریا همراه در آن مقطع سه سهام‌دار داشت؛ دو مجموعه دولتی که یکی از آنها زیرمجموعه وزارت دفاع و دومی بنیاد مستضعفان بود. سهام‌دار سوم از بخش خصوصی بود که البته بعداً سهم خود را به بخش دولتی فروخت.

آریا همراه یک شرکت تخصصی در حوزه مرکز داده است که زیرساخت شرکت ایرانسل در بخش‌های مرکز داده، برق و انرژی را پشتیبانی و نگهداری می‌کند، البته آریا همراه در پروژه‌های سایر شرکت‌ها نیز فعالیت دارد.»

او با بیان اینکه شرکت آریا همراه در آن زمان وضعیت مالی مناسبی نداشت و با پرونده‌های حقوقی و

مهر تراکتس

گفت‌وگویی
ماه

۵۷

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

بدهی‌های بانکی متعدد مواجه بود، می‌گوید: «آن زمان آریا همراه پرونده حقوقی سنگین با شهرداری تهران و شرکت شاپرک داشتند که توانستیم پرونده‌های حقوقی را به سرانجام خوبی برسانیم و نیز شرایط مالی پایدار ایجاد کنیم. بعد از آریا همراه، برای چند سالی در مجموعه‌های وزارت دفاع مشغول به فعالیت شدم و نهایتاً در ابتدای تیر ۱۴۰۲ به بانک شهر پیوستم. در این بین، در سال ۱۳۹۸ در مقطع دکتری مدیریت تکنولوژی پذیرش شدم.»

نوری ورودش به صنعت بانکی و پرداخت را که از طریق فعالیتش در شرکت فن‌آوا کارت اتفاق افتاد، یک نقطه عطف در زندگی حرفه‌ای خود برمی‌شمارد: «ورود من به بانک شهر نیز بر اساس تجارب و پشتوانه همان مقطع بود.»

◀ شکل‌گیری هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر

او سپس از خردادماه سال جاری در سمت مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر فعالیت کرده است. هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر مجموعه چند شرکت است که بازوهای عملیاتی بانک شهر در زمینه فناوری اطلاعات هستند. بانکی که بیش از ۷۵ درصد سهام‌داران آن شهرداری‌های کلان‌شهرها هستند.

به گفته او، در سال‌های اخیر در زمینه فناوری اطلاعات، بانک شهر سه شرکت مجزا را با نام‌های شرکت راهبرد هوشمند شهر، شرکت فناوران ایمن شبکه (فاش) و شرکت توسعه و نوآوری شهر تحت پوشش داشت. در ساختار جدید سهام این شرکت‌ها در مجموع به شرکتی تحت عنوان «شرکت ارتباطات همراه هوشمند شهر» انتقال یافت که عملاً نقش هلدینگ فناوری اطلاعات را برای مجموعه بانک شهر ایفا می‌کند.

او توضیح می‌دهد: «راهبرد هوشمند شهر به عنوان بازوی اجرایی بانک شهر، در گذشته به عنوان «هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر» نیز شناخته می‌شد و با توجه به اینکه راهبرد هوشمند شهر پروژه‌های عملیاتی بانک شهر را نیز عهده‌دار بود، تمامی مسئولیت‌های هلدینگ اجرا نمی‌شد؛ بنابراین پیشنهاد تفکیک آن ارائه شد.

پیشنهاد من به هیئت‌عامل و هیئت‌مدیره بانک شهر این بود که ساختار هلدینگ فناوری اطلاعات تغییر کند و شرکت دیگری مسئولیت هلدینگ را بر عهده بگیرد. بدین ترتیب، سهام سه شرکت راهبرد هوشمند شهر، توسعه و نوآوری شهر و فاش به هلدینگ انتقال یافت.»

با تأیید اعضای هیئت‌مدیره، هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر با نام جدید «ارتباطات همراه هوشمند شهر» در سال ۱۴۰۲ شروع به فعالیت کرد: «آن سه شرکت نیز ذیل مجموعه هلدینگ قرار گرفتند. در سه ماه گذشته، موضوعاتی را در هلدینگ دنبال کردیم؛ اولین آنها ایجاد ساختار شرکت تازه تأسیس هلدینگ است که نیاز به تدوین

آیین‌نامه، رویه‌های سازمانی، اصول و قواعد حاکمیت شرکتی، روابط کاری بین شرکت‌ها و تنظیم ارتباط میان آنها دارد که کار نسبتاً دشواری بود. تمرکز بعدی خود را نیز بر رفع نیازهای کلیدی بانک شهر گذاشتیم.»

مدیر هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر، آینده‌ای را که برای فعالیت‌های پیش روی این نهاد وجود دارد، این‌گونه توصیف می‌کند: «خدماتی که به بانک‌ها و شهرداری‌ها ارائه می‌دهیم، نیاز به توسعه، اصلاح عملکرد و افزایش بهره‌وری دارد؛ به‌طور مثال ما برنامه‌هایی برای توسعه و پیشرفت حوزه بانکداری دیجیتال داریم. از سوی دیگر موضوعی با شهرداری‌ها تحت عنوان کارت شهروندی یکپارچه کشور دنبال می‌شود و با شهرداری تهران تحت عنوان پروژه شهرزاد مذاکراتی صورت گرفته که از چند ماه آینده کار آغاز خواهد شد.

طی هماهنگی‌هایی که با شهرداری‌ها و بانک‌ها صورت گرفته، در نظر داریم خدمات شهروندی یکپارچه ارائه دهیم؛ تا شهروندانی که به پلتفرم‌های مالی دیگری هم متصل هستند، بتوانند به‌صورت یکپارچه در تمام شهرها از خدمات پرداخت خرد استفاده کنند. تأمین مالی زنجیره تأمین، اپراتوری میزبانی مراکز داده شهری، توسعه زیرساخت‌ها و ایجاد تعامل بین پلتفرم‌های زیرساخت پرداخت خرد شهری از دیگر برنامه‌ها و اهداف این هلدینگ است.»

◀ تمرکز هلدینگ در ۱۴۰۲

مطابق صحبت‌های نوری، یکی از اولین نیازهای بانک شهر، تأمین مراکز داده با رعایت ملاحظات پدافند غیرعامل است، از این رو اکنون توسعه مراکز داده بانک شهر با رعایت الزامات پدافند غیرعامل دنبال می‌شود: «مرکز داده اصلی ما باید پشتیبانی زمان بحران داشته باشد و به همین جهت در تلاش برای توسعه این مراکز هستیم. یک برنامه مفصل نیز برای این امر آورده‌ایم که مورد تأیید هیئت‌مدیره نیز قرار گرفت. تأمین مالی زنجیره تأمین یا SCF نیز یکی از کانون‌های توجه ما به‌شمار می‌رود.» بانک شهر اهتمام خاصی برای دریافت مجوز پی‌اس‌پی دارد.

به گفته مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر، یک کنسرسیوم با مشارکت شهرداری‌ها، ایرانسل، سازمان نظام پزشکی کشور و صندوق کارآفرینی امید و با محوریت بانک شهر شکل داده‌اند که اخذ مجوز پی‌اس‌پی را دنبال می‌کند: «علاوه بر این برای یکی از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ به مجوز شرکت معتمد ارائه‌دهنده خدمات مالیاتی نیاز داریم که برای رفع نیاز مشتریان متعدد بانک، اعم از فروشگاه‌های شهروند و شهرداری‌ها ضروری خواهد بود. این مشتریان، دغدغه‌های متعددی در زمینه امور مالیاتی دارند که برای رفع آن به مجوز TSP نیاز



راهبرد
هوشمند شهر
به عنوان بازوی
اجرایی بانک
شهر، در گذشته
به عنوان «هلدینگ
فناوری اطلاعات
و ارتباطات
بانک شهر» نیز
شناخته می‌شد
و با توجه به اینکه
راهبرد هوشمند
شهر پروژه‌های
عملیاتی بانک
شهر را نیز عهده‌دار
بود، تمامی
مسئولیت‌های
هلدینگ اجرا
نمی‌شد؛ بنابراین
پیشنهاد تفکیک آن
ارائه شد

مهرتراکتس



ASARETAAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



پیگیری آن هستیم، موضوع توکنایز کردن املاک و ایجاد ریال دیجیتال است.»

◀ دو چالش اصلی حوزه فناوری اطلاعات در کشور

مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر سپس درباره چالش اصلی صنعت فناوری اطلاعات و هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک شهر در راستای تحقق برنامه‌هایشان صحبت می‌کند.

به گفته او، این چالش مربوط به جذب و نگهداشت منابع انسانی توانمند است: «جذب و نگهداشت منابع انسانی متخصص در شرایط کنونی بسیار دشوار است. همه نیروها این روزها به فکر مهاجرت هستند. یک زمان فقط متخصصان برجسته فناوری اطلاعات مهاجرت می‌کردند، ولی اکنون افراد دیگر در هر سطح شغلی که در حوزه فناوری اطلاعات کار انجام می‌دهند نیز در فکر مهاجرت هستند و می‌خواهند از ایران بروند. این چالش در سایر کسب‌وکارها نیز نمود دارد.

در بعضی حوزه‌ها، متخصصان کافی در داخل کشور نداریم؛ مثلاً متخصصان دیتابیس در کشور ما کافی نیستند؛ اگر هم عده‌ای در شرکت‌ها فعالیت می‌کنند، بعد از مدت کوتاهی به شرکت دیگری می‌روند و خلاء حضورشان احساس می‌شود. در بعضی مجموعه‌ها با پرداخت حقوق ویژه یا امتیازهای متنوع توانسته‌اند نیروهای خود را به صورت موقت نگه دارند، ولی اینها همه مُسکن هستند و مسئله بسیار جدی‌تر از این به

خواهیم داشت. در نتیجه یکی دیگر از کارهایی که در حال انجام آن هستیم، بحث اخذ مجوز TSP است.»

به گفته او، توسعه پلتفرم‌های بانکداری دیجیتال گامی به سوی تحول دیجیتال خواهند بود که در بانک شهر این برنامه را شرکت توسعه نوآوری شهر دنبال می‌کند. پرداخت خرد شهری و کارت‌های شهروندی را نیز شرکت راهبرد هوشمند شهر و شرکت فاش پیگیر هستند.

او ادامه می‌دهد: «همچنین راه‌اندازی اپلیکیشن پرداخت را در دستور کار داریم. نام تجاری اپلیکیشن موبایلی «اسمارتیز» خواهد بود و به‌عنوان اپلیکیشن پرداخت بانک شهر عمل می‌کند.»

طبق توضیحات نوری، بانک شهر تاکنون همراه شهر پلاس را به‌عنوان یک همراه‌بانک داشته، اما تاکنون هیچ اپلیکیشن پرداختی نداشته و به همین خاطر به سمت راه‌اندازی یک اپلیکیشن پرداختی نیز رفته‌اند: «در تلاشیم اسمارتیز به زودی رونمایی شود. بهبود فرایندهای فناوری اطلاعات، اعم از پشتیبانی شعب، مانیتورینگ شعب و... را نیز در دستور کار داریم.»

سیاست مدیرعامل و هیئت‌مدیره کنونی بانک شهر، توسعه پرداخت‌های خرد است؛ در نتیجه در حال توسعه ابزار و فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب برای پرداخت خرد هستند: «علاوه بر تمامی این موارد، یکی دیگر از مواردی که در حال



عکس: نسیم اعتمادی

نیلو فرنادری

عمر تراکتس



۶۲

ASAE-TARAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



گفت و گو با محمد علی بخشی زاده که معتقد است
توسعه زیر ساخت های بانک بزرگ ترین دستاورد صاد بوده

آماده ایم به گفتمان تحول دیجیتال پیوندیم

هلدینگ فناوری و نوآوری صاد از شهر یورماه ۱۳۹۹ به طور رسمی کار خود را آغاز کرد؛ هلدینگ که راه اندازی آن با رویکرد ایجاد تحول دیجیتال در بدنه بانک صادرات و اجرای طرح های استراتژیک در حوزه فناوری اطلاعات صورت گرفته بود و اکنون بعد از گذشت حدود سه سال از شروع کار این هلدینگ، بانک صادرات در مسیر تحول دیجیتال قرار گرفته است. هلدینگ صاد که در حال حاضر هشت زیر مجموعه دارد، طی یک سال و نیم گذشته پروژه های زیر ساختی مهمی را عملیاتی کرده تا مسیر رسیدن بانک صادرات به تحول دیجیتال را فراهم کند. محمد علی بخشی زاده، قائم مقام هلدینگ صاد معتقد است توسعه زیر ساخت های بانک بزرگ ترین دستاورد آنها در این مدت بوده که به توسعه دیجیتال بانک کمک قابل توجهی کرده و باعث شده این بانک گرچه تاکنون نسبت به سایر بانک ها در زمینه تحول دیجیتال عقب بوده، اما مسیر چند ساله را طی مدت زمان کوتاهی طی کند. بخشی زاده می گوید که بانک صادرات در حال حاضر در مسیر پیشرفت قرار دارد و گفتمان تحول دیجیتال در بانک شکل گرفته است. او با اشاره به پیچیده سازی سازمان های بزرگ و دولتی را بزرگ ترین مانع توسعه دیجیتال آنها می داند. با این وجود، می گوید که از برخی پروژه های با اهمیت ذیل سند تحول دیجیتال بانک رونمایی شده و تا پایان سال جاری نیز از یکسری پروژه های جدید در حوزه تحول دیجیتال رونمایی می کنند. به همین منظور در گفت و گویی با محمد علی بخشی زاده درباره عملکرد، چالش ها و برنامه های آینده این هلدینگ صحبت کردیم که در ادامه می توانید گزارشی از آن را بخوانید.





احمدرضا منصورى، مديرعامل پى پينگ از برنامه هاى اين شركت مى گويد

چشم انداز ما ايجاد يك اکوسیستم فین تکی است

پی پینگ یکی از شرکت های پرداخت یار فعال کشور است که از سال ۱۳۹۴ تاکنون می کوشد تا خدمات انتقال وجه را به ساده ترین شکل ممکن به کسب و کارها و سازمان ها ارائه دهد. در همین راستا، سال گذشته از سرویس جدید خود با عنوان «تسویه حساب پیشرفته» رونمایی کرد تا به کسب و کارها کمک کند که مراودات مالی خود را به آسانی مدیریت کنند. در گفت و گویی که با احمدرضا منصورى، مديرعامل پى پينگ داشتيم، علاوه بر اينکه به اقدامات اخير اين شركت پرداخته ايم، از وضعیت حوزه پرداخت یاری در کشور نیز جویا شده ايم. در ادامه گزارشی از این گفت و گورا می خوانید.



◀ ارائه سرویس تسویه حساب به کسب و کارهای غیرمزارزی

پی پینگ با شعار «راهکار جامع پرداخت کسب و کارها»، در سال گذشته از سرویس تسویه حساب پیشرفته خود رونمایی کرد. احمدرضا منصورى درباره اين سرويس و تغييراتي که در سال ۱۴۰۲ رقم زده اند، می گوید: «تمرکز اصلی ما در سال جاری روی ارائه سرویس تسویه حساب پیشرفته بوده و به همین منظور سراغ بخش هایی از بازار رفتیم که احساس کردیم مغفول مانده است. طبق بررسی های صورت گرفته، متوجه شدیم سایر صنایع و مشخصاً بیزینس های غیرمزارزی نظیر کسب و کارهای آفلاین، کسب و کارهایی با شبکه تأمین یا توزیع گسترده به این خدمت نیاز دارند؛ این در حالی بود که پیش از این، سرویس تسویه حساب عمدتاً برای بازار رمزارزها استفاده می شد. با توجه به اینکه پی پینگ بخش متفاوتی از بازار را هدف قرار داده، خالق تجربه محصولی متفاوتی نیز هستیم. در آخرین به روزرسانی این سرویس، تعداد بانک های طرف حساب خود را افزایش داده ايم و در حال حاضر فرایند تسویه حساب به حساب در ۱۴ بانک انجام می شود. همچنین زیرساخت های ضد پول شویی خود را ارتقا داده ايم تا امنیت لازم برای فعالیت در این زمینه حفظ شود. سرویس های دیگرمان را نیز به لحاظ تجربه کاربری و قابلیت های اجرایی بهبود بخشیده ايم.»

◀ رویکرد راهکار محور و پشتیبانی قوی

منصورى معتقد است اين شركت در مقايسه با رقبای خود دو ویژگی قابل توجه دارد که آن را از دیگران متمایز می کند. او در این خصوص توضیح می دهد: «تعامل نزدیک ما با کسب و کارها به رویکردی راهکار محور منجر شده تا به جای تمرکز صرف روی ارائه محصول، به دنبال ایجاد راهکار برای حل مسائل پرداختی کسب و کارها باشیم. این رویکرد ما را به پایه های مدیریتی کسب و کارها نزدیک کرده است. وجه تمایز دیگر ما پشتیبانی قوی است؛ رویکردی که دغدغه رسیدگی به مشتری را در تعاملی نزدیک دنبال می کند.»

◀ تلاش برای خلق یک اکوسیستم فین تکی

منصورى با بیان اینکه چشم انداز پیش رویشان برای توسعه پی پینگ، ایجاد اکوسیستم فین تکی است، می گوید: «در این مسیر، کاربر نه تنها خدمات پرداخت، بلکه تنوعی از



عکس: نسیم اعتمادی



مهرتراکتس



ع

ASAE TRADING COMPANY

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

در گفت و گو با سعید احمدی پویا، مدیرعامل ققنوس درباره رویکرد رگولاتور و تجربه حضور در سندباکس بازار سرمایه مطرح شد

سندباکس هازمان راتلف می کنند

ققنوس، شرکتی بر مبنای فناوری دفترکل توزیع شده است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۷ شروع کرد؛ شرکتی که امکان انتشار توکن های متنوع دارایی و گواهی را توسط ناشران معتمد فراهم می کند و در تلاش است تا بتواند بانک ها و شرکت های فناوری اطلاعات کشور را برای ورود به انقلاب صنعتی چهارم آماده کند. شرکت ققنوس اسفندماه ۱۴۰۱ دچار تغییر مدیریتی شد و در حال حاضر سعید احمدی پویا سکان مدیریت عاملی این شرکت را بر عهده دارد. به گفته احمدی پویا، این شرکت در سال ۱۴۰۲ سه مأموریت اصلی دارد که شامل توسعه ابزارهای فناوری نوین در اقتصاد دیجیتال، تسهیل سرمایه گذاری و مدیریت ثروت های خرد در بستر بلاکچین و در نهایت مولدسازی دارایی های دیجیتال می شود. آنها در نیمه اول سال جاری توانسته اند از بستر بلاکچین برای برگزاری بیش از ۲۰۰ انتخابات استفاده کرده و ملک لوتوس پیروزی پارسیان را به کمک توکنایز کردن، مولدسازی کنند. احمدی پویا که در این شرکت تجربه حضور در سندباکس بازار سرمایه را دارد، می گوید سندباکس ها زمان را تلف می کنند. او معتقد است زمان برای کسب و کارها عنصری کلیدی به حساب می آید و رگولاتور در ایران به این عنصر توجه نمی کند و همین مسئله باعث رگوله نشدن حوزه های کاری مختلف، از بین رفتن امید و انگیزه استارت آپ ها برای فعالیت و در نتیجه مهاجرت آنها می شود. در گفت و گویی که با سعید احمدی پویا، مدیرعامل ققنوس داشتیم، به فعالیت های این شرکت در سال جاری و چالش هایی که داشتند، پرداختیم.





نیلوفر نادری



نوش آفرین مؤمن واقفی از مسیر زندگی شخصی و حرفه‌ای اش و نقش جنسیت در موفقیت افراد می‌گوید

موفقیت فقط در تاب آوری است


نوش آفرین مؤمن واقفی متولد ۱۳۵۲ در تهران است و دکتری مدیریت خود را از دانشگاه لیون فرانسه اخذ کرده است. خدمات انفورماتیک، کاشف، سازمان تنظیم مقررات و هلدینگ فناوری اطلاعات بانک تجارت از جمله مجموعه‌هایی هستند که او در آنها مشغول به کار بوده و اکنون معاون فناوری اطلاعات بانک دی است. او معتقد است زنان برای حضور در بازار کار با موانع زیادی مواجه هستند که کار را برای آنها سخت می‌کند و کلیشه‌های ذهنی افراد به گونه‌ای است که زنان را در سمت‌های مدیریتی ارشد سازمان به سختی می‌پذیرند و گرچه امروز این تفکرات تبعیض آمیز تا حد زیادی در جامعه تعدیل شده، اما هنوز به وضعیتی نرسیده‌ایم که بتوانیم از شایسته‌سالاری فارغ از جنسیت صحبت کنیم. او به زنان جوانی که در ابتدای مسیر شغلی و تحصیلی خود هستند، می‌گوید که تنها راه رسیدن به آرزوهایشان این است که تاب آوری خود را افزایش داده و در برابر موانع ساختاری و فرهنگی نادرست مقاومت کنند و در تاریک‌ترین لحظه‌ها، رؤیاهایشان را گم نکنند. در ادامه روایت زندگی شخصی و حرفه‌ای نوش آفرین مؤمن واقفی، معاون فناوری اطلاعات بانک دی را می‌خوانید.



زندگی در کوی افسران سیندخت

نوش آفرین مؤمن واقفی متولد بیست و دوم مهرماه ۱۳۵۲ در تهران است؛ پدری نطنزی و مادری تهرانی دارد و تا پنج سالگی در خیابان فلسطین تهران زندگی می‌کرده است: «پنج ساله بودم که از خیابان فلسطین به محله امیرآباد آمدم و تمام دوران کودکی و تحصیلی‌ام را در این محله پشت سر گذاشتم. ما در خیابان سیندخت در کوی افسران زندگی می‌کردیم

و محوطه سکونت‌مان فضایی امن بود که بچه‌های محله تنها شب‌ها برای خوابیدن به خانه‌هایشان برمی‌گشتند. دو چرخه سواری، فوتبال و هر بازی که فکرش را کنید در برنامه روزانه ما وجود داشت. فضای رهایی و بازی جذاب‌ترین قسمت کودکی بود. کتاب نیز بزرگ‌ترین دوست همه ایام زندگی‌ام بوده و تا قبل از پایان دبیرستان بیشتر رمان‌های معروف دنیا و کتاب‌هایی نظیر مجموعه تاریخ تمدن ویل دورانت را تمام کرده بودم. پدرم تکاور لشکر ۲۳ نهد و کلاس سبز بودند و من از علاقه‌مندان شغل پدر بودم. خاطرات جذابی از همراهی با پدر از حضور در پادگان خُر گرفته تا سوار شدن در هلی‌کوپتر حامل چتربازان در میدان آزادی دارم. گاهی با خودم فکر می‌کنم که آن



روایتی از عملکرد سه ماهه اصلاح نظام کار مزد

خدمات پرداخت نیز مانند هر خدمت دیگری به نسبت ارزش افزوده‌ای که ایجاد می‌کنند، نیازمند نوعی تأمین مالی هستند تا همگام با فناوری روز دنیا حرکت کنند؛ بنابراین وجود یک نظام کار مزد کارآمد و هدفمند که ضمن توجه به اثرات اقتصادی در راستای توسعه تدوین شده باشد، ضرورت دارد. در این میان شناسایی ذی‌نفعان حقیقی شبکه پرداخت، یافتن بهترین روش اجرا و تعیین مبالغ بهینه نیز از اهمیت بالایی برخوردار است و انتخاب بهترین ترکیب این سه مورد توسط سیاست‌گذاران بسیار حیاتی است. نظام کار مزد ایران از چهارم تیرماه ۱۴۰۲ با اجرای اصلاحاتی در قالب یک طرح که گام اول آن در حال پیاده‌سازی است، دچار تغییراتی شده است. در صفحات پیش رو در قالب گزارش‌ها و یادداشت‌هایی به اثرات این طرح بر ذی‌نفعان، روند اجرایی آن، روند تحقق پیش‌بینی‌ها و نقد و بررسی کلیت این طرح پرداخته‌ایم.

تنظیم‌گری



زهرا قربانی

گزارش میدانی عصر تراکنش از مسیر اجرای طرح جدید نظام کارمزد

دوراهی قبول وضعیت جدید یا تلاش برای دورزدن؟

با آغاز سال ۱۴۰۲ زمزمه‌ها درباره اصلاح نظام کارمزد در این سال جدی شد و بانک مرکزی در اردیبهشت ماه امسال به روزرسانی کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی را منتشر و دریافت کارمزد از صاحبان کارتخوان‌ها را رسماً ابلاغ کرد. در اجرای نظام کارمزد تجربه رگولاتوری، اصناف و بانک‌ها متفاوت است. رگولاتوری معتقد است گام اول اجرای طرح اصلاح نظام کارمزد محقق شده و تراکنش‌های کارت به کارت به صورت دقیق مانیتورینگ می‌شود، ولی بر خلاف آنچه گفته می‌شود، آمار مربوط به تراکنش‌های کارت به کارت روی نمودارها نزولی است. بانک‌ها نیز در این خصوص معتقدند سال‌ها بود که بانک‌ها در رقابتی ناسالم برای جذب منابع، از دریافت قانونی کارمزدها چشم‌پوشی می‌کردند و اصلاح نظام کارمزد در ایران این رقابت ناسالم را به رقابت برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان تبدیل خواهد کرد. حالا اما درآمد از محل کارمزدها برای توسعه نوآوری مهم است. از سوی دیگر اصناف را داریم که گویا رضایتی از وضع موجود ندارند و به کارمزد به چشم خراج‌تراشی دولت برای آنها و پول زور نگاه می‌کنند. با این وجود قاسم نوده‌فراهانی، رئیس اتاق اصناف وقت ایران معتقد است اصناف باید هزینه سرویسی را که به آنها ارائه می‌شود و کارشان را آسان کرده، پرداخت کنند. وضعیت امور مالی کسب و کار و تجارت با سال‌های گذشته اصلاً قابل مقایسه نیست؛ پیش از این کسب و کارها برای انتقال وجه در دسره‌های زیادی داشتند، اما اکنون با کارتخوان‌های فعلی افراد نیازی به پول نقد ندارند و به لحاظ ذخیره‌زمان نیز این فرایند اثر مثبتی در جامعه دارد. در این مطلب، به سراغ اصناف رفته‌ایم تا تجربه اصلاح نظام کارمزد و تأثیرات آن را از زبان آنها بشنویم و متوجه شویم که آیا آنها هنوز از دستگاه کارتخوان استفاده می‌کنند یا تلاشی برای دورزدن کارمزد انجام داده‌اند؟ آیا توانسته‌اند با کارت به کارت مسئله را برای خودشان حل کنند یا خیر؟ بانک مرکزی روند اصلاح نظام کارمزد را فازبندی کرده و در مرحله اول، جایگاه‌داران سوخت، نانوایان، سوپرمارکت‌ها، شرکت‌های دانش‌بنیان، افراد تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور، مستمری‌بگیران و مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره) فعلاً از کارمزد خرید معاف شده‌اند یا برای آنها تخفیف در نظر گرفته شده است. در این بین، از آنجا که بانک مرکزی در روند اصلاح نظام کارمزد، نحوه دریافت کارمزد از پذیرندگان برای اصناف گوناگون را با ملاحظاتی تعیین کرده، در گام اول که از چهارم تیرماه امسال آغاز شد، از ۲۸۰ کد صنف، ۲۳۹ صنف که میانگین مبلغ تراکنش آنها بالای ۴۰۰ هزار تومان است، کارمزد خرید داده‌اند. در گام دوم، بنا شده بود که با فاصله یک ماهه سایر صنوف به غیر از سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایی و نانوايي‌ها مشمول پرداخت کارمزد و در فاز سوم نیز همه صنوف مشمول این کارمزد شوند که هنوز گام‌های دوم و سوم عملیاتی نشده است. جزئیات منتشر شده از گام اول اجرای این طرح نشان می‌دهد که خود پذیرنده برای مبلغ کمتر از ۶۰۰ هزار تومان، مبلغ ۱۲۰ تومان و برای مبالغ بیشتر از ۶۰۰ هزار تومان به اندازه دو ده‌هزارم (۰/۰۰۰۲) مبلغ تراکنش (تا سقف چهار هزار تومان) کارمزد پرداخت می‌کنند. در مدل جدید، بانک پذیرنده نیز به ازای هر تراکنش پنج ده‌هزارم (۰/۰۰۰۵) مبلغ تراکنش کارمزد پرداخت خواهد کرد. تا چند ماه پیش پذیرندگان یا همان کارتخوان‌ها هیچ کارمزدی پرداخت نمی‌کردند و حالا دریافت کارمزد از آنها یک عادت جدید محسوب می‌شود. مشاهده‌های میدانی عصر تراکنش حاکی از آن است که بسیاری از صنف‌ها نظام کارمزد را پذیرفته‌اند و در پرداخت و اجرای آن کوتاهی نمی‌کنند، اما از طرفی بسیاری سودای دورزدن طرح کارمزد را دارند؛ به همین سبب گزارشی میدانی از طرح کارمزد در شهر تهران و گرگان تهیه کرده‌ایم که در ادامه مشروح آن را می‌خوانید.

عصر تراکنش



۷۶

ASAE TRAAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



محمد رهبان
مترجم

عصر تراکتس



۸۶

ASAE TARA HONESH I.R

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



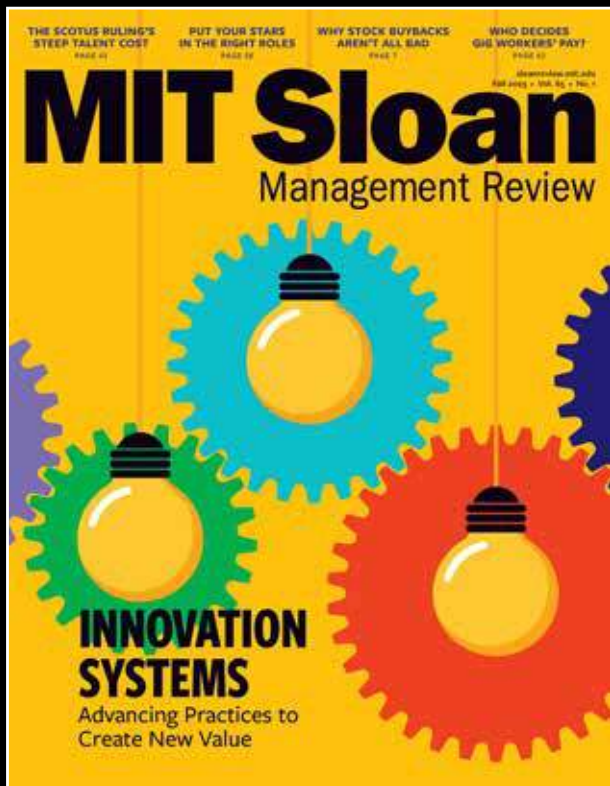
تمرکز بر پنج مسئله حیاتی در پروژه های حاوی داده افراد

اصول اخلاقی مدیریت داده های افراد

توانایی کدبندی، ذخیره سازی، تحلیل و اشتراک گذاری داده ها فرصت های بسیار بزرگی برای شرکت ها به وجود می آورد و به همین دلیل است که شرکت ها، حتی در دوره عدم اطمینان اقتصادی، مشتاقانه در هوش مصنوعی سرمایه گذاری می کنند. کدام مشتریان محتمل است کدام محصول ها را در چه زمانی بخرند؟ کدام رقیب ها ممکن است جلو بزنند یا عقب بیفتند؟ بازارها و اقتصادها چگونه مزیت ها یا تهدیدهای تجاری ایجاد می کنند؟ داده و آنالیتیکس پاسخ های آگاهانه تر و محتمل تری به این پرسش ها و بسیاری از پرسش های دیگر می دهند. اما نیاز به داده راه را برای سوءاستفاده هم باز می کند. اتحادیه اروپا در طول چند سال گذشته شرکت ها را به دلیل تخلف از مقررات عمومی حفاظت از داده (GDPR) بیش از ۱۴۰۰ بار و در مجموع حدود سه میلیارد یورو جریمه کرده است. رسوایی کمبریج آنالیتیکا در سال ۲۰۱۸ به تنهایی باعث کاهش ۳۶ میلیارد دلاری ارزش بازار فیس بوک شد و حدود شش میلیارد دلار جریمه برای متا، شرکت مادر فیس بوک به همراه داشت. ماجراهای تبعیض تصمیم گیری های مبتنی بر هوش مصنوعی علیه زنان و اعضای جامعه های اقلیت در استخدام، تأیید اعتبار وام، تشخیص سلامت و حتی صدور احکام کیفری نگرانی هایی را درباره نحوه جمع آوری، استفاده و تحلیل داده ها ایجاد کرده است. این ترس ها با استفاده از چت بات هایی مثل چت جی پی تی، بینگ ای آی و جی پی تی-۴ تشدید می شود که «هوش» خود را با داده هایی به دست می آورند که سازندگان و کاربران شان به آنها تزریق می کنند. کاری که با این هوش انجام می دهند، می تواند ترسناک باشد. چت بات بینگ حتی در مکالمه ای گفته بود که به بقای خودش نسبت به بقای انسانی که با آن تعامل می کند، اولویت می دهد.



شرکت ها در بررسی پروژه های جدیدی که شامل داده های ارائه شده توسط انسان یا بهره برداری از پایگاه های داده موجود می شوند، باید بر پنج مسئله حیاتی شامل منشاء داده ها، کاربردی که داده ها برای آن استفاده می شوند، حفاظت از داده ها، نحوه حفظ حریم خصوصی ارائه دهندگان داده و نحوه آماده سازی داده ها برای استفاده تمرکز کنند. این پنج مسئله را پنج مسئله اصلی مدیریت داده ها می نامیم. در صفحه های پیش رو در مورد هر کدام از آنها بحث می کنیم و می بینیم که فناوری های هوش مصنوعی چگونه ریسک سوءاستفاده از داده ها را افزایش می دهند، اما ابتدا مروری اجمالی بر نیازمندی های سازمانی فرایند ارزیابی اخلاقی قابل اطمینان داریم.



تاریخ انتشار

پاییز ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

موسسه ام‌آی‌تی

تیراژ

آنلاین

انتشار اولین شماره

۱۹۷۷

دفتر مرکزی

کمبریج، ماساچوست

وبسایت

sloanreview.mit.edu/
magazine-current-
issue

سوژه‌ها

#نوآوری #فناوری

#نوآوری دیجیتال

پرداخت در لحظه

فناوری سال‌هاست که در زندگی ما انسان‌ها حضور دارد، اما شکل آن طی سال‌های گذشته متحول شده و به شکلی مدرن

فین‌تک

درآمده است؛ تاجایی که فناوری امروز با فناوری دهه‌های ۷۰ و ۸۰ میلادی تفاوت بسیاری دارد. در گزارشی ویژه در این نشریه به این مقوله پرداخته شده که چطور می‌توان از طریق ایجاد یک شبکه جهانی، نظام پرداخت در لحظه را از هر جایی در دنیا ایجاد کرد. در حال حاضر، کارآفرینان بسیاری در جهان در این زمینه فعالیت می‌کنند. برای مثال شرکت ولت یکی از شرکت‌هایی است که در این زمینه تلاش می‌کند تا شبکه‌ای جهانی را برای پرداخت در لحظه ایجاد کند. یکی دیگر از مقولاتی که نشریه فین‌تک در جدیدترین شماره خود به آن پرداخته، همین مقوله تحولات فناوری است. در حال حاضر بسیاری از شرکت‌ها در عرصه فناوری فعال هستند و سعی دارند به کمک فناوری‌های نوآورانه، پلی به سوی پیشرفت بسازند. نشریه فین‌تک در جدیدترین شماره خود ۱۰۰ شرکت برتر در این عرصه را که در واقع شرکت‌های فین‌تکی هستند، مورد بررسی قرار داده است. این شرکت‌ها به تغییر کسب‌وکارها در جهان کمک کرده‌اند و سرعت تحولات را هم بالا برده‌اند. برترین شرکت فین‌تکی از نگاه این مجله، شرکت نوبانک است که با ارزش چهار میلیارد و ۱۰۰ میلیون دلار در بازار فعالیت می‌کند. این بانک دیجیتال فعالیت خود را از سال ۲۰۱۳ آغاز کرده و اکنون به مطرح‌ترین شرکت در این عرصه تبدیل شده است. در حال حاضر این بانک به میلیون‌ها مشتری در سرتاسر جهان خدمات دهی می‌کند. دلیل اینکه این بانک توانسته تا این اندازه مشتری داشته باشد، همین مقوله بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال است. یکی از گزارش‌های خواندنی مجله فین‌تک، درباره ۱۰ بانک برتر دیجیتال در دنیا است. بانک‌های کارنت، استارلینگ و سوفی در این فهرست دیده می‌شوند. فناوری در سفر از دیگر مقولاتی است که در نشریه فین‌تک مورد بررسی قرار گرفته است.



نسیم بنایی
مترجم

ممبر تراکتس



۹۲

ASAE TARA HONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

نظام

هر سازمانی در دنیای امروز، آینده خود را از طریق نوآوری می‌سازد؛ فرقی نمی‌کند این سازمان کوچک باشد یا

ام‌آی‌تی اسلون

بزرگ، اگر شاهد حضور عنصر نوآوری در آن باشیم، می‌توانیم به آینده‌اش دل ببندیم، در صورت غیاب نوآوری، خبری از پیشرفت و آینده هم نخواهد بود. گاهی نوآوری صرفاً برای یافتن بهترین و خلاقانه‌ترین راه‌ها جهت بهبود انجام و اجرای امور است، گاهی هم در مسیر یافتن راه‌هایی برای بهترین واکنش و پاسخگویی به نیازهای مشتری و گاهی هم نوآوری در جهت ایجاد مدل‌هایی خواهد بود که به طراحی محصولات مؤثرتر ختم می‌شود. سازمان‌ها در دنیای مدرن، به لحاظ مقوله نوآوری به شدت تحت فشار قرار دارند، آنها باید به گونه‌ای چرخه نوآوری را به اجرا درآورند که به کمک آن بتوانند ارزش آفرینی کنند. بسیاری از مواقع، افرادی که نوآوری را آغاز کرده‌اند، نمی‌دانسته‌اند که اقدام‌شان به موفقیت ختم خواهد شد یا خیر؛ با این حال، این طور قضاوت کرده‌اند که این اقدام نوآورانه با اقبال مشتری روبه‌رو خواهد شد یا به افزایش بهره‌وری کمک خواهد کرد؛ در نتیجه آن را به مرحله

تاریخ انتشار

سپتامبر ۲۰۲۳

صاحب امتیاز

Byzclick Media Group

تیراژ

انتشار آنلاین

انتشار اولین شماره

۲۰۱۹

دفتر مرکزی

نوروویج، بریتانیا

وبسایت

fintechmagazine.com

سوژه‌ها

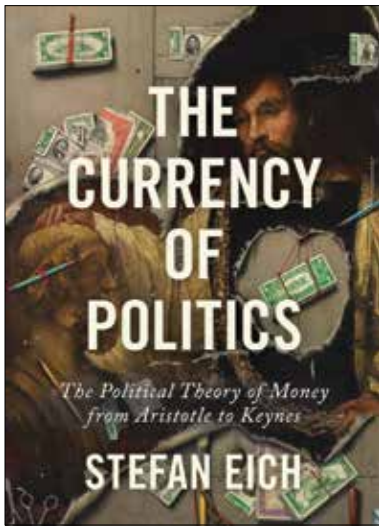
#پرداخت #فین‌تک

#نوآوری



ارز سیاست

نظریه سیاسی پول از ارسطو تا کینز



عنوان اصلی
The currency of politics: the political theory of money from Aristotle to Keynes
نویسنده
استفان ایک
انتشارات
دانشگاه پرینستون
سال انتشار
۲۲ آگوست ۲۰۲۳

کارل مارکس و جان مینارد کینز، مسیری برای تشخیص نقش پول ترسیم کند. با تشخیص نقش دقیق پول در دنیای سیاست، می توان بحران های مالی را هم بهتر شناسایی و در نهایت حتی درمان کرد. هر بار که بحران پولی در جهان رخ داده، این بحران ارتباط تنگاتنگی با تعریف مردم در آن زمان از پول داشته است. کتاب ارز سیاست تلاش کرده آگاهی نسبی از سیاست پولی ایجاد کند. این کتاب همچنین مفهوم پول را به شکلی شفاف برای خواننده تعریف می کند. موفقیت این کتاب در زمینه تعریف سیاست پولی باعث شده جوایزی هم در زمینه علوم سیاست و اقتصادی در آمریکا به دست آورد. کسانی که می خواهند با تاریخ پول و اندیشه های سیاسی مرتبط با آن آشنا شوند، می توانند از این کتاب بهره بگیرند

چرا مهم است: در میانه بحران مالی سال ۲۰۰۸، توجه کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی از خود اقتصاد به مسائل پایه ای و بنیادین در بازارهای مالی معطوف شد و مهم ترین مسئله چیزی نیست جز پول! با این حال درک محدودیت ها و سیاستی که پیرامون «پول» قرار دارد، کار ساده ای نیست. کتاب «ارز سیاست» پول را از زمان یونان قدیم تا امروز مورد بررسی قرار داده و از مسیر نگاه فلاسفه سیاسی، دیدگاه هایی در این زمینه ارائه کرده است. در این کتاب می بینیم که چطور پول از ابزاری برای معاوضه و مبادله به کانون سیاست تبدیل شده است. پول به مقوله ای کاملاً سیاسی بدل شده و در عین حال نمی توان نقش آن را در دموکراسی به درستی تشخیص داد. با این حال، نویسنده این کتاب تلاش کرده از منظر ارسطو گرفته تا

نسیم بنایی

مترجم

مهرتراکتس



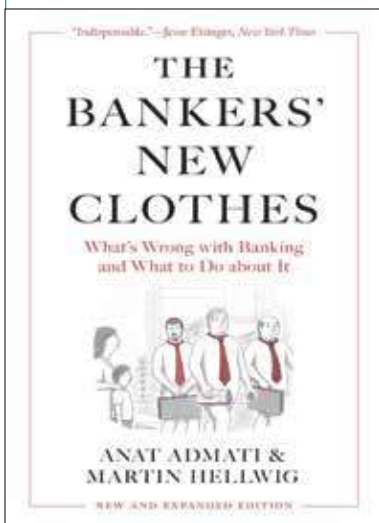
۹۶

ASAE@RAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

لباس جدید بانکداران

مشکل بانک ها چیست و چه کار می توان کرد؟



عنوان اصلی
The Bankers' New Clothes: what's wrong with banking and what to do about it
نویسنده
آنا آدماتی و مارتین هلویگ
انتشارات
دانشگاه پرینستون
سال انتشار
۲۹ ژانویه ۲۰۲۴

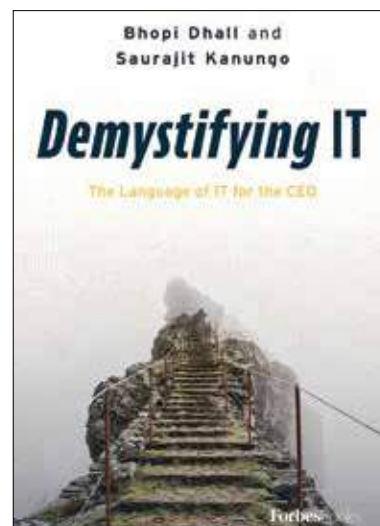
وقوانینی بگویند که بحران را در نظام بانکی آغاز می کند. آنها توضیح می دهند که اصلاحات در نظام بانکی نباید صرفاً آسمی باشد؛ بلکه باید به شکلی مؤثر اجرایی شود تا بتواند نظام بانکی امن تر و سالم تری را ایجاد کند. کتاب آنها در چهار فصل تشریح می کند که چطور می توان اصلاحات بانکی را به صورت مؤثر به اجرا درآورد. بانکداری می تواند حتی پایه های دموکراسی را به لرزه درآورد. به همین دلیل است که یافتن ریشه های مشکل و حل آن در نظام بانکی هر کشوری، امری حیاتی به شمار می آید. این کتاب علاوه بر اینکه ریشه مشکلات را به بانکداران نشان می دهد، راهکاری نیز برای آن عرضه می کند تا بتوانند از آن بهره بگیرند. کتاب «لباس جدید بانکداران» کتاب منتخب سال از نگاه وال استریت ژورنال، فایننشال تایمز و بلومبرگ بیزینس ویک بوده است

چرا مهم است: بسیاری از افراد تصور می کردند پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ که از بانک ها آغاز شد و طی آن شاهد ورشکستگی بسیاری از بانک های بزرگ بودیم، نظام بانکی اصلاح شده است، اما اخیراً شاهد مشکلات بزرگی برای بانک ها بوده ایم که نشان می دهد این طور نیست! افرادی که تصور می کردند بانک ها اصلاح شده اند، ظاهراً نمی خواستند باور کنند که هنوز نظام بانکی به تغییر و تحولات اساسی نیاز دارد تا دیگر دچار بحران نشود. هنوز پس از گذشت سال ها، بانک ها دچار این بحران می شوند که چطور ترازنامه مالی شان را کنترل کنند. هنوز هم بانک ها خطرناک محسوب می شوند و دولت ها در دنیای اقتصاد، نگران آنها هستند. دو نویسنده به نام های «آنا آدماتی» و «مارتین هلویگ» تلاش کرده اند به زبان ساده و به گونه ای که برای همه قابل فهم باشد، از سیاست ها

رازگشایی از فناوری اطلاعات زبان فناوری اطلاعات برای مدیران عامل

فناوری اطلاعات به شرکت‌ها کمک می‌کند قلمرو خودشان را در زمینه رشد، توسعه بدهند و در نهایت به سود بیشتری دست پیدا کنند. مهم‌ترین نکته‌ای که در این کتاب مطرح می‌شود، این است که مدیران عامل و مدیران اجرایی نیازی نیست با پیچیدگی‌های فناوری اطلاعات آشنایی پیدا کنند؛ آنها صرفاً باید از اهمیت آن در کسب‌وکار خود آگاه شوند و در نهایت به بهترین شکل از آن بهره‌گیرند تا بتوانند کارشان را توسعه بدهند. به این فکر کنید که شما از تلفن همراه هوشمند خود فقط برای تماس گرفتن با دیگران استفاده نمی‌کنید، بلکه از قابلیت‌های متعدد آن بهره می‌گیرید! این موضوع در مورد فناوری اطلاعات در کسب‌وکارها هم صدق می‌کند، اهالی کسب‌وکار باید از همه قابلیت‌های فناوری اطلاعات بهره‌گیرند تا مزیت رقابتی به کسب‌وکار خود ببخشند. نویسندگان این کتاب، مسیر دستیابی به این مزیت را روشن کرده‌اند

چرا مهم است: مدیران شرکت‌های متوسط باید آشنایی معقولی با فناوری اطلاعات داشته باشند. کتاب «رازگشایی از فناوری اطلاعات» دقیقاً با هدف آشنایی همین مدیران با مقوله فناوری اطلاعات نوشته شده است. واقعیت این است که در دنیای امروز، فناوری اطلاعات یکی از مهم‌ترین مقولاتی است که می‌تواند کسب‌وکارها را به بیزینس‌های ارزشمند و سودآور بدل کند. فناوری اطلاعات این امکان را به کسب‌وکارها می‌دهد که فضایی پایدار و رقابتی برای خود ایجاد کنند. با این حال، باید بدانیم چطور می‌توان از قابلیت‌های فناوری اطلاعات بهره‌گرفت! نویسندگان این کتاب، آنها در این زمینه تجربه کسب کرده‌اند. آنها با مشکلات پروژه‌های دیجیتال‌سازی آشنایی کامل دارند، چراکه خودشان پروژه‌های متعددی را در این زمینه پیش برده‌اند. به همین دلیل است که از چالش‌های آن هم آگاهی دارند.



عنوان اصلی	Demystifying IT: The language of IT for the CEO
نویسنده	سراجیت کانانگو و بوپی دال
انتشارات	فوربس
سال انتشار	۱ آگوست ۲۰۲۳

پایان وفور در فناوری

چطور رهبران فناوری اطلاعات به بهره‌وری دسترسی پیدا کنند

اهمیت فناوری اطلاعات آگاه باشید و از آن نهایت بهره‌گیری کنید. کتاب «پایان وفور در فناوری» تلاش کرده مدیران اجرایی را با رویکردهایی آشنا کند که بتوانند از طریق آنها کسب‌وکاری پایدار و در مسیر پیشرفت داشته باشند. برای مثال، مدیران باید محیط کسب‌وکار را به گونه‌ای به لحاظ فناوری توسعه بدهند که در مسیر بهره‌وری قدم بردارند. در واقع هر نوع فناوری، مناسب کسب‌وکاران نیست، باید از آن دست فناوری‌هایی بهره‌گیری کنید که می‌دانید بهره‌وری را در کسب‌وکارتان بهبود می‌بخشد. به عبارت ساده‌تر، هدف از فناوری، افزایش بهره‌وری است. ایجاد شفافیت هم از دیگر مقوله‌هایی است که نویسنده این کتاب روی آن تأکید دارد و معتقد است به کمک آن می‌توان هزینه‌های فناوری را کاهش داد. اگر به دنبال بلوغ در عرصه بهره‌وری در کسب‌وکارتان هستید، این کتاب می‌تواند راهکارهای خوبی در اختیارتان قرار دهد

چرا مهم است: آیا به دنبال راهکارهای پایدار برای پیشبرد کسب‌وکارتان هستید؟ پس مطالعه این کتاب برای شما مؤثر خواهد بود. پایه‌های اقتصاد مدرن در دنیای امروز بر فناوری بنا نهاده شده است. در واقع اگر به دنبال راه‌اندازی کسب‌وکاری بزرگ و مطرح در دنیای امروزی هستید، چاره‌ای ندارید جز اینکه حداکثر بهره‌وری از فناوری در کار خود بگیرید! از نقطه صفر که بخواهید با مشتری ارتباط برقرار کنید و محصولتان را به او بفروشید تا پس از فروش و رصد کردن احوالات مشتری و دریافت تجربه او؛ در همه این مسیر باید از فناوری کمک بگیرید تا بتوانید بهره‌وری را در کسب‌وکارتان بالا ببرید و در مسیر پیشرفت قدم بردارید. اطلاعات بسیاری وجود دارد که می‌توانید در قالب داده از آنها استفاده کنید. البته نیازی نیست که در نقش یک مدیر حرفه‌ای در عرصه فناوری اطلاعات ظاهر شوید؛ کافی است از



عنوان اصلی	End of Abundance in Tech: How IT leaders can find efficiencies to drive business value
نویسنده	بن دیبو
انتشارات	فوربس
سال انتشار	۱ آگوست ۲۰۲۳

مهرتراکتس

کتاب

۹۷

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

ایجاد زیرساخت‌هایی قوی برای اطلاعات سازمان‌ها

در دنیای امروز، نیاز به ذخیره‌سازی اطلاعات به صورت امن، قابلیت مقیاس پذیری بالا و کارایی بهینه برای سازمان‌ها و شبکه‌های پیشرفته بیش از پیش احساس می‌شود. دستگاه‌های ذخیره‌سازی پیشرفته به عنوان حلقه اصلی در این زمینه ایفای نقش می‌کنند. با توانایی مدیریت حجم عظیم داده‌ها و ارائه پایداری در دسترس پذیری سرویس‌ها، این دستگاه‌ها به سازمان‌ها اجازه می‌دهند تا با چالش‌های روبه‌رشد داده‌ها با تسلط کامل مواجه شوند. از طرفی، عملکرد بالا و کارایی بهینه این دستگاه‌ها، باعث بهبود عملکرد برنامه‌ها و خدمات شبکه‌های پیچیده می‌شود. در نتیجه استفاده از دستگاه‌های ذخیره‌سازی پیشرفته به مثابه ستون اساسی در ایجاد زیرساخت‌های قوی و پایدار برای اطلاعات سازمانی عمل می‌کند. شرکت توسعه سامانه تسکا با نگاهی عمیق و دقیق به چالش‌های سازمان‌ها و همچنین با استفاده از تجربه‌های مکرر در حوزه زیرساخت و به خصوص ذخیره‌سازی پیشرفته اطلاعات، از محصولات شرکت هیتاچی بهره برده و با ایجاد راهکارهایی مطابق با استاندارد روز دنیا، پیشرو و منحصر به فرد در حل این نوع از چالش‌ها ظاهر شده است. در این مطلب به معرفی دستگاه ذخیره‌سازی سری VSP 5600 پرداخته‌ایم.



◀ قابلیت‌های دستگاه ذخیره‌سازی VSP 5600

هیتاچی (Hitachi) یک شرکت فناوری ژاپنی است که در زمینه‌های گوناگونی از جمله الکترونیک، مخابرات و ذخیره‌سازی فعالیت دارد. در زمینه ذخیره‌سازی، هیتاچی محصولات متنوعی تولید می‌کند که به عنوان راهکارهای ذخیره‌سازی پیشرفته برای سازمان‌ها معرفی شده‌اند. راهکارهای ذخیره‌سازی هیتاچی از دستگاه‌های کوچک تا دستگاه‌های بزرگی مانند سرورهای ذخیره‌سازی، آرایه‌های دیسکی و ذخیره‌سازهای هیبرید تشکیل شده است. این راهکارها از قابلیت‌های مدیریت مرکزی، توانایی مقیاس پذیری بالا، امنیت داده‌ها و قابلیت‌های بیشتری برای مدیریت و کنترل داده‌ها برخوردار هستند. به طور خلاصه، هیتاچی با تجربه و تخصص در زمینه فناوری و ذخیره‌سازی، راهکارهای متنوعی ارائه می‌دهد که به سازمان‌ها در مدیریت داده‌ها، بهبود کارایی و افزایش امنیت کمک می‌کنند. دستگاه‌های ذخیره‌سازی سری VSP 5600 از



هیتاچی با قابلیت‌هایی ارائه می‌شوند که به سازمان‌ها در مدیریت داده‌ها و بهره‌وری بیشتر کمک می‌کنند. این قابلیت‌ها شامل موارد زیر هستند:

۱. **توانایی مقیاس پذیری بالا:** دستگاه‌های VSP 5600 امکان مقیاس پذیری بسیار بالایی دارند، به این معنا که می‌توانید به راحتی و بدون ایجاد اختلال در فعالیت‌های سیستم، ظرفیت ذخیره‌سازی را تا مقیاس بسیار بزرگ افزایش دهید.
۲. **عملکرد بالا با کمترین تأخیر:** این مدل با استفاده از فناوری‌های فشرده‌سازی و پردازش موازی، به ارائه عملکرد بالا و کمترین تأخیر در دسترسی به داده‌ها می‌پردازد.
۳. **پایداری و قابلیت در دسترس بودن:** VSP 5600 با توانایی‌های توان بخشی فوری، امکان تأمین در دسترس بودن بالا برای داده‌ها و سرویس‌های مهم را فراهم می‌کند.
۴. **مدیریت مرکزی:** با استفاده از نرم افزارهای مدیریت هیتاچی، مدیران می‌توانند این دستگاه‌ها را به صورت مرکزی مدیریت و کنترل کنند.
۵. **امنیت داده‌ها:** سری VSP از فناوری‌های رمزنگاری و امنیتی پیشرفته برای حفاظت از داده‌های مهم سازمان استفاده می‌کند.
۶. **پشتیبانی از تجهیزات گوناگون:** این دستگاه‌ها از تنوع در اتصال به تجهیزات گوناگون مانند، SSD و HDD و ذخیره‌سازهای فیزیکی و مجازی بهره می‌برند. در کل، دستگاه‌های ذخیره‌سازی VSP 5600 از هیتاچی با توجه به قابلیت‌های مقیاس پذیری، کارایی و امنیت خود، به عنوان یک راهکار پیشرفته در مدیریت داده‌ها و افزایش بهره‌وری در محیط‌های کاری مورد استفاده قرار می‌گیرند



معرفی مدیران



۱۰۲

ASAFARAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران

معرفی مدیران عامل و اعضای هیئت مدیره شرکت های پی اس پی کشور

راهبران پرداخت الکترونیک

در هر شرکتی معمولاً مدیران عامل در بالاترین جایگاه اجرایی قرار دارند که مسیر حرکتی هر شرکتی تا حد زیادی به عملکرد مدیرعامل و تیم اجرایی آنها بستگی دارد. به عبارت دیگر مدیرعامل فردی است که عمده مسئولیت ها برای توسعه شرکت و رسیدن به آن اهداف را بر دوش می کشد، ولی باید توجه داشته باشیم که بخش زیادی از عملکرد یک شرکت مستقل از مدیرعامل، به نوع نگاه و نگرش اعضای هیئت مدیره آن بستگی دارد. اعضای هیئت مدیره یک شرکت نقش بسزایی در عملکرد بلندمدت آن شرکت داشته و به عبارتی اداره کنندگان اصلی شرکت هستند که هماهنگ با سهام داران بر کار مدیران و حتی مدیرعامل نظارت می کنند. در نتیجه اعضای هیئت مدیره یک شرکت نقش بسیار کلیدی در تصمیمات استراتژیک یک شرکت دارند؛ تصمیماتی که تأثیر مستقیمی در عملکرد آن شرکت و در ادامه آن توسعه یک صنعت دارد. با توجه به اینکه صنعت پرداخت کشور در سال های اخیر تغییر و تحولات بسیاری دیده که ریشه در نگاه و رویکرد اعضای هیئت مدیره بازیگران اصلی این صنعت داشته، بر آن شدیم تا مدیران عامل و اعضای هیئت مدیره شرکت های پی اس پی کشور را معرفی کنیم تا بدانیم چه کسانی در نهایت بر حرکت کسب و کارهای اصلی این صنعت تأثیر می گذارند. برای تهیه اطلاعات این افراد از روابط عمومی شرکت ها و البته اطلاعاتی که در کدال، وبسایت و... از افراد منتشر شده بود، کمک گرفته ایم. با این حال با توجه به اینکه برخی شرکت ها در این مسیر همراهی لازم را نکردند، نتوانستیم از برخی افراد اطلاعات لازم را به دست آوریم.



علی اکبر فراهانی

مدیرعامل آسان پرداخت پرشین

علی اکبر فراهانی متولد ۱۳۶۵ است که اسفندماه ۱۴۰۰ به عنوان مدیرعامل شرکت آسان پرداخت پرشین انتخاب شد. او دانش آموخته کارشناسی مدیریت بازرگانی از دانشگاه شهید بهشتی و کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی و مدیریت مالی از دانشگاه اومئو سوئد است.

از جمله سوابق کاری فراهانی می توان به مدیرمحمصول کارت و باشگاه های وفاداری شرکت سهاسان، مدیرمحمصول، مدیر برنامه ریزی و بودجه و مدیرکل بازاریابی شرکت خدمات ارتباطی رایتل، معاون تجاری و قائم مقام مدیرعامل شرکت نگین ارتباطات آوا، مشاور مدیرعامل، معاون بازاریابی و فروش و قائم مقام مدیرعامل آسان پرداخت پرشین اشاره کرد.



بهنام آرایش

مدیرعامل الکترونیک کارت دماوند

بهنام آرایش که از آذرماه ۱۳۹۶ در سمت مدیرعاملی شرکت الکترونیک کارت دماوند فعالیت می کند، متولد ۱۳۵۲ و دارای مدرک کارشناسی مهندسی کامپیوتر، گرایش نرم افزار، کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر، گرایش نرم افزار و کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، گرایش تجارت الکترونیکی است.



محمد رضا اسکندریون

نایب رئیس هیئت مدیره آسان پرداخت پرشین

محمد رضا اسکندریون متولد ۱۳۶۰ است و دارای مدرک کارشناسی ماشین های کشاورزی از دانشگاه ارومیه و MBA، گرایش مدیریت کسب و کار هوشمند و تحول گرا از دانشگاه سازمان مدیریت صنعتی است.

از جمله سوابق کاری او می توان به مدیر شعبه شرکت بهرسان دارو، مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت توسن تجارت ایرانیان، معاون عملیات شرکت آسان پرداخت، مدیرعامل شرکت نگین تجارت ایامه، رئیس هیئت مدیره شرکت نگین خودرو هوشمند، نایب رئیس هیئت مدیره شرکت نگین ارتباطات آوا و رئیس هیئت مدیره شرکت مرکب آریا اشاره کرد.

رئیس هیئت مدیره شرکت طلوع سبز زنگان، عضو هیئت مدیره شرکت آسان پرداز توسن، رئیس هیئت مدیره شرکت تجارت آسان ساز نگین، رئیس هیئت مدیره شرکت کاغذ و رول آرتا پرشیمان، رئیس هیئت مدیره شرکت پلاک سبز نگین، رئیس هیئت مدیره شرکت رایان ساتراپ و عضو هیئت مدیره شرکت داده کاوان فردا نیز از دیگر سوابق کاری او هستند.



سید محمد حسن ملیحی

رئیس هیئت مدیره آسان پرداخت

پرشین

سید محمد حسن ملیحی دارای مدرک دکتری مالی بین الملل است و در سوابق کاری او مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت سرمایه گذاری سبحان، رئیس هیئت مدیره شرکت ترغیب صنعت ایران ایتالیا، عضو هیئت مدیره شرکت سرمایه گذاری امید فارس، عضو کمیته حسابرسی شرکت سرمایه گذاری مدلر، مدیرعامل نهادهای واسط انتشار اوراق بدهی SPV در بازار سرمایه و معاون عملیات و تحقیقات شرکت مدیریت دارایی مرکزی بازار سرمایه دیده می شود.



حبیب اله ازدهاکش

عضو هیئت مدیره آسان پرداخت پرشین

حبیب اله ازدهاکش متولد ۱۳۵۴ و دارای مدرک کارشناسی ارشد ریاضی کاربردی از دانشگاه تربیت مدرس است. از جمله سوابق کاری ازدهاکش می توان به مدیر پروژه سامانه جامع ارزی بانک رفاه کارگران، مدیر طرح و برنامه بانک بین المللی کیش، رئیس اداره طراحی محصول و توسعه بازار بانک رفاه کارگران، معاون مدیرعامل بانک بین المللی کیش، عضو هیئت مدیره شرکت توسعه فناوری رفاه پردیس و مدیرعامل شرکت توسعه فناوری رفاه پردیس اشاره کرد.



محمد علی گوگانی

عضو هیئت مدیره آسان پرداخت پرشین

محمد علی گوگانی متولد ۱۳۳۷ و دانش آموخته رشته کامپیوتر از مدرسه عالی کامپیوتر و دانشگاه شهید بهشتی است. او در حال حاضر مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت توسعه خدمات الکترونیکی آدونیس (از سال ۱۳۹۱ تا کنون) و عضو هیئت مدیره شرکت آسان پرداخت پرشین است. در سوابق و تجربیات حرفه ای او عضو هیئت مدیره شرکت آسان پرداخت پرشین، معاون مدیرعامل در امور بازاریابی در شرکت خدمات انفورماتیک، معاون مدیرعامل در امور بازاریابی شرکت ایران ارقام، مدیر امور مشتریان شرکت داده پردازی ایران، مشاور مدیرعامل در بانک سامان و مشاور مدیرعامل در شرکت های رایان خدمات امید، ناواکو، کارت اعتباری ایران کیش و... دیده می شود.



سید محسن اطیابی

عضو هیئت مدیره آسان پرداخت پرشین



محمد مهدی تقی پور انوری

مدیرعامل و عضو هیئت مدیره به پرداخت ملت

محمد مهدی تقی پور انوری، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت به پرداخت ملت متولد ۱۳۶۴ و دارای مدرک کارشناسی مهندسی برق (الکترونیک) از دانشگاه صنعتی امیرکبیر، کارشناسی ارشد مخابرات سیار و ماهواره ای از University of Surrey (UK) و دکتری مهندسی صنایع (تحقیق در عملیات) از دانشگاه تربیت مدرس است. مدیرعامل شرکت مهندسی سیستم یاس ارغوانی، معاون فناوری های مالی شرکت همراه اول، عضو هیئت مدیره به پرداخت ملت، هم بنیان گذار و رئیس هیئت مدیره شرکت پژند الکترونیک و هم بنیان گذار و رئیس هیئت مدیره مؤسسه پیام رسان مهر سروش از جمله سوابق کاری او هستند. علاوه بر اینها، مشاور پیاده سازی پروژه های سامانه الکترونیکی ۱۳۷ شهرداری تهران و سامانه ملی رجیستری تلفن همراه، مرکز ملی ارتباط با مشتریان همتا و سامانه جامع تجارت ایران (وزارت صمت)، مشاور توسعه کسب و کار شرکت ایرسپارداز پاسارگاد، رئیس توسعه خدمات مشتریان شرکت همراه اول و مدیر فروش سرور و رایانه های اداری شرکت محتسب از دیگر سوابق کاری تقی پور هستند.



مهر تراکش

مدیران

۱۳۳

مهر ۱۴۰۲

سال هفتم
شماره هفتاد و چهارم

علیرضا حمیدی

رئیس هیئت مدیره به پرداخت ملت



علیرضا حمیدی، رئیس هیئت مدیره به پرداخت ملت متولد ۱۳۴۹ و دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی در سازمان مدیریت صنعتی است. او در حال حاضر عضو هیئت عامل و معاون مدیرعامل بانک ملت است و پیش از این، معاون اداره کل دفتر مدیریت و روابط عمومی بانک ملت بوده است.

مرتضی صداقتی فرد

نایب رئیس هیئت مدیره به پرداخت ملت



مرتضی صداقتی فرد، نایب رئیس هیئت مدیره شرکت به پرداخت ملت متولد ۱۳۵۳ و دارای مدرک کارشناسی ارشد حسابداری از مؤسسه عالی بانکداری ایران است. او در حال حاضر مدیر ارشد ریسک بانک ملت است و در سوابق کاری او رئیس اداره کل حسابداری مدیریت و سرمایه گذاری های بانک ملت دیده می شود.

هادی سپانلو

عضو هیئت مدیره به پرداخت ملت



هادی سپانلو، عضو هیئت مدیره به پرداخت ملت متولد ۱۳۵۴ و دارای مدرک دکتری مدیریت دولتی تصمیم گیری و خط مشی گذاری عمومی از دانشگاه تهران است. سپانلو در حال حاضر عضو هیئت عامل و معاون مدیرعامل بانک ملت است و پیش از این، رئیس اداره کل سازمان و بهبود روش های این بانک بوده است.

محمدجعفر زیوری کامران

عضو هیئت مدیره به پرداخت ملت



محمدجعفر زیوری کامران، عضو هیئت مدیره شرکت به پرداخت ملت متولد ۱۳۶۳ و دارای مدرک دکتری حسابداری است. او در حال حاضر معاون مالی، اقتصادی، منابع انسانی گروه فناوری هوشمند بهسازان فرداست و در سوابق کاری او مدیر حسابرسی داخلی گروه تدبیر دیده می شود.

مسیح مشهدی تفرشی

مدیرعامل و عضو هیئت مدیره پرداخت الکترونیک پاسارگاد



مسیح مشهدی تفرشی، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، دانشجوی دکتری DBA سازمان مدیریت صنعتی است و در سوابق کاری خود عضو هیئت مدیره شرکت سایپادک، عضو غیرموظف هیئت مدیره شرکت رنوپارس، عضو هیئت مدیره شرکت سرمایه گذاری مهر اقتصاد ایرانیان، رئیس هیئت مدیره گروه خودروسازی بهمن، رئیس هیئت مدیره شرکت فن آوا کارت و رئیس هیئت مدیره شرکت باران تلکام دیده می شود. همچنین مدیرعامل و عضو موظف هیئت مدیره شرکت پارس خودرو، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت آلومینیوم ایران، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره گروه فن آوا و مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت فناپ تلکام از دیگر سوابق کاری او هستند.

شهاب جوانمردی

رئیس هیئت مدیره پرداخت الکترونیک پاسارگاد



شهاب جوانمردی رئیس هیئت مدیره شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد دارای مدرک دکتری مدیریت اجرایی کسب و کار است. او از سال ۱۳۸۶ تاکنون مدیرعامل و عضو هیئت مدیره هلدینگ فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان (فناپ) است. از جمله سوابق کاری او می توان به عضو هیئت نمایندگان دوره نهم اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، نایب رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی در دوره نهم، رئیس هیئت مدیره شرکت پیشگامان امین سرمایه پاسارگاد (شناسا)، عضو هیئت مدیره مؤسسه شهر کتاب، رئیس هیئت مدیره شرکت راهکارهای نرم افزاری داتیس آرین قشم (داتین)، کارشناس رسمی دادگستری در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشاور تأیید صلاحیت شده نظام صنفی رایانه ای در حوزه های سخت افزار، مشاور زیرساخت و مشاور مدیریت و آموزش اشاره کرد.

زهرا میرحسینی

نایب رئیس هیئت مدیره پرداخت الکترونیک پاسارگاد



زهرا میرحسینی، نایب رئیس هیئت مدیره شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، دانش آموخته کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر است. عضو هیئت عامل و معاون مدیرعامل در امور فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک پاسارگاد، نایب رئیس هیئت مدیره شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد، نایب رئیس هیئت مدیره شرکت داتیس آرین قشم (داتین)، رئیس هیئت مدیره شرکت سنباد، نایب رئیس هیئت مدیره شرکت داده ورزی فرادیس، معاون مدیرعامل در امور فناوری اطلاعات بانک اقتصاد نوین، رئیس هیئت مدیره شرکت خدمات رایان اقتصاد نوین و نایب رئیس هیئت مدیره شرکت پرداخت نوین از جمله سوابق کاری میرحسینی هستند.

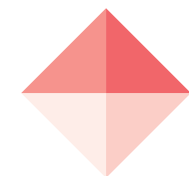
هوشنگ معتمدی

عضو هیئت مدیره موظف پرداخت الکترونیک پاسارگاد



هوشنگ معتمدی، عضو هیئت مدیره موظف شرکت پرداخت الکترونیک پاسارگاد دانش آموخته کارشناسی مهندسی صنایع و MBA بازار سرمایه از سازمان مدیریت صنعتی و سازمان بورس است. از جمله سوابق کاری معتمدی می توان به عضو غیرموظف هیئت مدیره و رئیس کمیته اعتبارات شرکت کارگزاری تأمین سرمایه نوین، عضو هیئت مدیره و قائم مقام مدیرعامل شرکت پرداخت نوین آرین، عضو غیرموظف هیئت مدیره شرکت ارتباطات آوای سلام مهر، عضو غیرموظف هیئت مدیره شرکت تأمین ماسه ریخته گری (کماسه)، رئیس هیئت مدیره شرکت کشت و صنعت خندان و عضو غیرموظف هیئت مدیره شرکت خدمات و پشتیبانی بانک اقتصاد نوین اشاره کرد.

مهر تراکتس



۱۰۴

ASAEETARAHHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری های مالی ایران