

عصر تراکتش

گفت و گو با چهار مدیر صنعت
بانکی کشور درباره چالش ها
موانع و آینده تأمین مالی
زنجیره ای در ایران

SCF؛ فرصتی
استثنایی
برای اقتصاد
ایران

معرفی ۲۰ شرکت بانکی
و پرداخت فعال در حوزه
هوش مصنوعی در کشور

پیشگامان
هوش
مصنوعی
در ایران



گفت و گو با
عاطفه خیابانچیان
به مناسبت
بیست سالگی آراد
مدیر عاملی که می گوید
آنچه آنها را پیش برد، نه
سرمایه بود و نه امکانات
بلکه ایمانی بود به
دانستن، ماندن و ساختن

می خواهیم
بخشی
از آینده
ارتباطی
دنیا باشیم



مریم عزیزی:
بخشی از رشد هماتیت گلد
حاصل همکاری متقابل با
لندتک هاست



رضای ترابی:
تعارف، دومین بازیگر
بزرگ کشور در توزیع
کارت های بانکی است



رضاقنبرزاده:
همکاری بانک شهرو
آسان پرداخت می تواند
تیمی برنده بسازد



یاسر مرادی:
بسیاری از کسب و کارهای
خرد کشور از ظرفیت های
SCF بی اطلاع اند

مهدی فدایی:

با ذهنیت اقتصاد
نقشی نمی توان
اقتصاد دیجیتال
را مدیریت کرد



عصر تراکشن

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران
سال نهم
شماره ۹۹
آذر ۱۴۰۴

۹۹

صاحب امتیاز: مؤسسه شبکه عصر تراکشن
مدیر مسئول و مدیر عامل: مینا والی
سردبیر: مینا حاجی
تحریریه: صادق کاشفی، زهرا قربانی
ثنا جهاندار

مدیر هنری: علیرضا کیوان
مشاور هنری: روح اله گیتی نژاد
صفحه آرا: علیرضا کیوان
وب سایت: محمد قربانی
ویراستار: شهرام هادی

عکس: حامد خورشیدی
محمد دلکش
نشانی: تهران، جنت آباد جنوبی، بلوار لاله
غربی، خیابان حدیث، بن بست حدیث ۲
پلاک ۸

۲۸

ساختارهای متصل و نبود پیشنهاد های بلوغ یافته
سرعت اقتصاد دیجیتال را کند کرده است
چرا قطار اقتصاد دیجیتال کند حرکت می کند؟

۲۹

اگر امروز زیر ساخت مالی پایدار نسازیم، فردا کسب و کارها
نه از کمبود برق، بلکه از کمبود نقدینگی از کار می افتند
SCF: راه حل قفل های مالی کسب و کارهای ایرانی

۳۰

رگ تک هوشمند؛ از نظارت پسینی
تاپیش بینی ریسک در لحظه
ایران و فرصت رگ تک

۳۱

تولد اعتبارسنجی شبکه ای
در اقتصاد دیجیتال ایران
از تصویر مالی تا رفتار مالی

۳۳

درباره ی مفهوم «مقاومت عملیاتی دیجیتال»
در ادبیات بانکی و رگولاتوری جهان
آینده ی صنعت مالی در گرو تاب آوری جمعی

۳۶

مروری بر مهم ترین اخبار صنعت مالی کشور
در یک ماه گذشته
آینده ای که تمام شد

۴۰

گفت و گو با فعالان صنعت بیمه ی کشور درباره ی چالش ها
و فرصت های تحول دیجیتال در این کشور تک ایران
صنعت بیمه، آخرین بازمانده از موج تحول دیجیتال

۶۲

گفت و گو با پنج تن از سرپرستان بازرگانی مینا کارت آریا
درباره نقش کلیدی تیم ها در ارائه خدمات با کیفیت
تیم های یک سازمان ستون های توسعه و رشد

۶۵

گفت و گو با پرهام قاضی زاده، مدیر واحد عملیات آبان تتر
درباره ی رسیدن شان به رکورد «۱۰۰۰۰ رمز ارز قابل معامله»
عبور از هزار رمز ارز نشانه بلوغ فنی آبان تتر

ASRE TARAKHONESH.IR

۳۶

۳۹

۳۷

۳۸

گفت و گو با رضا قنبرزاده درباره
چشم انداز همکاری آسان پرداخت و
بانک شهر
با سرمایه گذاری
هدفمند، آسان پرداخت
رابه جایگاه شایسته اش
باز می گردانیم

گفت و گو با عاطفه خیابانچیان به
مناسبت بیست سالگی آراد؛ که می گوید
آنچه آنها را پیش برد، ایمانی بود به
دانستن، ماندن و ساختن
می خواهیم بخشی از
آینده ارتباطی
دنیا باشیم

۵۳

۴۶



@AsreTarakonesh
 @Asretarakonesh
 @AsreTarakonesh
 @Asretarakonesh
 AsreTarakonesh.ir
 Way2Pay.ir

مدیرعامل: رضا قربانی
 رئیس هیئت مدیره: رسول قربانی
 نایب رئیس هیئت مدیره: مینا والی
 مدیر توسعه کسب و کار: رضا جمیلی
 مدیر اجرایی: میثم سلیمانی

تلفن تحریریه: ۴۴۴۳۹۶۶
 وبسایت: AsreTarakonesh.ir
 ایمیل: mag@way2pay.ir
 ناظر چاپ: قادر شهبازی
 چاپ: هنر اشکان (۸۸۳۱۶۶۱۱)
 صحافی: هنر اشکان



عکس: حامد خورشیدی
 مؤسسه شبکه عصر تراکنش

۱۰۰

معرفی ۲۰ شرکت بانکی و پرداخت فعال
 در حوزه هوش مصنوعی در کشور
 پیشگامان هوش مصنوعی در ایران

۱۱۱

معرفی دستگاه کارت خوان پارت ارتباط آوا مدل H9 PRO؛
 ترکیبی از فناوری، کارایی و اطمینان برای کسب و کارها
 همراه همیشگی کسب و کارها

۱۱۲

معرفی مدیران عامل زن فعال
 در صنعت مالی ایران
 زنان در مسیر رهبری

۸۵

تأمین مالی زنجیره تأمین، فرصت فراموش شده
 بانک های ایرانی در عصر فین تک و هوش مصنوعی
 SCF و فصل تازه ای در بانکداری

۸۶

تأمین مالی زنجیره تأمین، راهبرد بازطراحی اعتبار
 در اقتصاد تورمی ایران
 نقش SCF در اقتصاد ایران

۸۸

راهنمای هوش مصنوعی مولد برای سازمان ها و
 کسب و کارها
 چه زمانی شروع کنیم و چگونه متفاوت شویم؟

۶۷

روایتی از زندگی شخصی و حرفه ای مهدی فدایی که نشان
 می دهد پشت هر ایده بزرگ، سال ها تجربه ایستاده است
 با ذهنیت اقتصاد نفتی نمی توان اقتصاد دیجیتال را مدیریت کرد

۸۰

گفت و گو با چهار مدیر صنعت بانکی کشور درباره
 چالش ها، موانع و آینده تأمین مالی زنجیره ای در ایران
 ابزاری برای توانمند سازی اصناف و بخش واقعی اقتصاد

۸۴

در باب نقش SCF
 در فراگیری مالی کسب و کارهای خرد
 ۳ نکته و ۳ راهکار

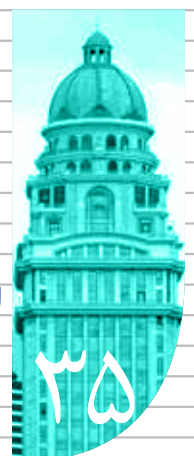


۶۹



۶۴

۳۶



۳۵



۵۹

رضاترابی، مدیرعامل تعارف، درباره
 جایگاهشان در میان شرکت های
 لجستیکی صنعت بانکی می گوید
 دومین بازیگر بزرگ
 کشور در توزیع
 کارت های بانکی
 هستیم



۵۷

گفت و گو با مریم عزیزی، که می گوید
 بخشی از رشد هماتیت گلد حاصل
 همکاری آنها با لندنگ هاست
 از اعتماد متقابل
 لندنگ ها و پلتفرم های
 طلا تایک
 هم افزایی واقعی

چرا قطار اقتصاد دیجیتال کند حرکت می کند؟



مینا والی
مدیر مسئول



و تجارت الکترونیکی؛ همه این ها ابزارهایی اند که یا کشف نشده اند یا جدی گرفته نمی شوند. در چنین وضعیتی، تلاش برای تصویب یک «قانون خاص اقتصاد دیجیتال» بیشتر شبیه قرار دادن دوباره این حوزه در یک آکواریوم جدید است؛ آکواریومی که شاید زیبا باشد، اما همچنان محدودکننده است. راه درست، استفاده هوشمندانه از ظرفیت های موجود و پل زدن میان این دو مسیر است.

۴. تمرکز بیش از حد بر آسیب ها؛ غفلت از فرصت ها

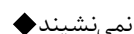
همه ما می دانیم که فضای مجازی همچون هر پدیده دیگری آسیب دارد؛ اما یکی از مشکلات اساسی، تمرکز یک طرفه بر آسیب هاست. به قول دبیر کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال: «ما قسمت آسیب ها را گرفتیم؛ در رابطه با فرصت ها داریم غفلت می کنیم.» بانک مرکزی دغدغه دارد، وزارت اقتصاد نگرانی دارد و نهادهای دیگر هم همین طور. اما مگر در کدام کشور پیشرفته دنیا ریسک صفر بوده است؟ امنیت هرگز صد درصد نیست. نوآوری همیشه از دل ریسک عبور می کند و فرصت های اقتصاد دیجیتال چندین برابر بزرگ تر از ترس های ماست.

اگر می خواهیم سیاست مدار را قانع کنیم که مسیر را باز کند، باید نگرانی او را بشنویم و پیشنهاد عملی برای مدیریت ریسک ارائه دهیم. صرفاً گفتن این که «موافقید؟» کافی نیست؛ باید نسخه کاربردی نوشت.

در جمع بندی سخنان باقری اصل یک پیام روشن وجود دارد: ظرفیت کشور برای رسیدن به سهم ۱۷ تا ۱۸ درصدی اقتصاد دیجیتال وجود دارد. توان فنی، نیروی انسانی خلاق، شرکت های پیشرو و بازار آماده داریم. حتی حسن نیت و حمایت سیاسی نیز وجود دارد؛ اما آنچه نداریم، هماهنگی، متن های دقیق، استفاده از ظرفیت های قانونی موجود و شجاعت برای پل زدن میان دو مسیر دولت و بخش خصوصی است.

اگر این شکاف پر نشود، اگر پیشنهاد های مشخص روی میز سیاست گذار قرار نگیرد، اگر به جای فرصت، فقط آسیب را ببینیم و اگر ساختارهای فعلی همچنان در برابر پارادایم جدید مقاومت کنند، سال آینده در همین نقطه خواهیم بود و دوباره همین پرسش مطرح خواهد شد: چرا با وجود همه دغدغه ها، قطار اقتصاد دیجیتال کند حرکت می کند؟

امروز، بیش از هر زمان دیگر، زمان اقدام است؛ زمان نوشتن، پیشنهاد دادن، استفاده از ظرفیت های حقوقی و پل زدن. اقتصاد دیجیتال فرصت طلایی ایران است؛ اما این فرصت فقط با حسن نیت به ثمر نمی نشیند



احتمالاً شما هم در ماه های اخیر در جلسات مشترک فعالان اقتصاد دیجیتال با دولتی ها و تصمیم گیران، به وفور چیزهایی شنیده اید که یک پیام مشترک دارند: باید اقتصاد دیجیتال را توسعه داد. تا امروز در واکاوی موانع توسعه کسب و کارهای اقتصاد دیجیتال، یک کلیدواژه مشترک دیده می شد و آن هم دولت و رگولاتور بود. امروز در هر جلسه ای با تصمیم گیران و مسئولان دولتی حتی در سطح رئیس جمهور و سران قوا به نظر می رسد یک اجماع درباره اهمیت اقتصاد دیجیتال در توسعه اقتصاد کشور وجود دارد. با این حال، همان طور که رضا باقری اصل در جلسه مشترک کمیسیون تحول، نوآوری و بهره وری اتاق تهران با انجمن تجارت الکترونیک گفت، انگار موانع ریشه ای تر دیگری وجود دارد. در این یادداشت، با وام گرفتن از سخنان دبیر کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال، تلاش کرده ام به این سؤال پاسخ دهم که اگر دغدغه و حسن نیت وجود دارد، پس چرا قطار اقتصاد دیجیتال این قدر کند حرکت می کند؟

باقری اصل صریح تر از همیشه بخشی از ریشه های این کندی را تشریح کرد؛ نکاتی که به خوبی نشان می دهد مسئله فقط «فاصله میان حرف و عمل» نیست، بلکه یک شکاف عمیق تر میان ساختارهای موجود و نیازهای تحول دیجیتال وجود دارد.

۱. ساختارهای متصل؛ آماده واژگونی پارادایم نیستیم

یکی از کلیدی ترین نکاتی که باقری اصل مطرح کرد، ماهیت ساختارهای بروکراتیک ایران است؛ ساختارهایی که به تعبیر او «متصل» هستند و آمادگی لازم برای یک واژگونی پارادایمیک، یعنی تغییر ریشه ای برای پذیرش اقتصاد دیجیتال، را ندارند. مشکل فقط مقاومت افراد نیست؛ مسئله در ذات سیستم نهفته است. ساختاری که سال ها بر مبنای روش های سنتی شکل گرفته، به سادگی خود را با منطق چابک، داده محور و آنلاین اقتصاد دیجیتال هماهنگ نمی کند.

او حتی به نمونه هایی اشاره کرد که در جریان قانون گذاری، متن هایی نوشته شده اند که نه تنها کمکی نکرده اند، بلکه منافع این حوزه را نیز تأمین نکرده اند. این یعنی اگر محتوا و متن دقیق و مبتنی بر فهم اقتصادی و حقوقی ارائه نشود، خروجی قانون گذاری می تواند برخلاف هدف اولیه باشد.

۲. فقدان متن های بلوغ یافته از سوی بخش خصوصی

در نگاه اول، مسئولیت پیشرفت بر دوش دولت و رگولاتور است؛ اما حقیقت این گونه نیست. همان طور که باقری اصل می گوید، گاهی کسب و کارها نیز در تعامل با تصمیم گیران کم کاری می کنند. او در این جلسه به صراحت گفت: «اگر می خواهیم تأثیرگذار باشیم، باید پیشنهاد و متن مشخص ارائه کنیم؛ متن هایی که قابل نقد، قابل دفاع و قابل تبدیل به دستورالعمل باشند.»

برخی از پیشنهادات فعلی حتی به مرحله بلوغ ادبیاتی و حقوقی نرسیده اند. این شکاف میان ادبیات بخش خصوصی و زبان بروکراسی یکی از عوامل مهم کندی تصمیم گیری است. دولت می گوید آماده کمک است، اما بخش خصوصی باید «متن نقدشونده» روی میز بگذارد.

۳. دو مسیر موازی که به هم پل ندارند

یک نکته مهم دیگر، تفاوت مسیر حرکت اقتصاد دیجیتال و مسیر حرکت دولت است. اقتصاد دیجیتال راه خودش را رفته و با خلق مدل های نوآورانه کاربرانی را جذب کرده است؛ اما مسیر دولت همچنان درگیر نظامات سنتی، قوانین پراکنده و فرایندهای دیرپا است. این دو مسیر وقتی بدون پل ارتباطی حرکت کنند، طبیعی است که پیشرفت کند شود. به گفته باقری اصل، ما حتی از ظرفیت های حقوقی موجود نیز استفاده نمی کنیم. قانون تأمین مالی، ظرفیت های مقررات موجود، بندهای قانونی اجرای اصل ۴۴ و قوانین داده



رگ تک هوشمند: از نظارت پسینی تا پیش بینی ریسک در لحظه

ایران و فرصت رگ تک



محمد مهدی
متولی

مدیرعامل
امیدی



دهند یا حتی فرایند را اصلاح کنند؛ بدون آنکه به تجربه‌ی کاربر آسیبی وارد شود. در چنین مدلی، نظارت دیگر مانع نوآوری نیست، بلکه بخشی از اکوسیستم نوآوری محسوب می‌شود. نظارت سریع و دقیق، به شرکت‌های پرداخت اجازه می‌دهد با اطمینان بیشتری محصولات جدید عرضه کنند، چراکه مطمئن‌اند خط قرمزها در لحظه رصد می‌شود.

چالش‌های اخلاقی و مقرراتی

با وجود تمام مزایا، مسیر حرکت به سوی رگ تک هوشمند با چالش‌هایی همراه است. نخست، مسئله‌ی حریم خصوصی داده‌هاست؛ تحلیل رفتاری و یادگیری ماشینی مستلزم دسترسی گسترده به داده‌های کاربران است. طراحی چهارچوب‌های اخلاقی و حقوقی برای استفاده‌ی منصفانه از این داده‌ها، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. چالش دوم، پاسخگویی در تصمیمات الگوریتمی است. اگر هوش مصنوعی اشتباه کند، مسئولیت با چه نهادی است؟ پاسخ به این سؤال، نیازمند تحول در ساختار رگولاتوری است. نهاد ناظر آینده باید نه تنها ناظر فناوری باشد، بلکه یادگیرنده‌ی فناوری نیز باشد؛ رگولاتوری‌ای که در کنار صنعت رشد می‌کند، نه در برابر آن.

فرصت ویژه‌ی صنعت پرداخت ایران

ایران از معدود کشورهایی است که با در اختیار داشتن شبکه‌ی یکپارچه‌ای چون شاپرک و شتاب، امکان شکل‌گیری زیرساخت ملی رگ تک را دارد. حجم و تنوع داده‌های تراکنشی در کشور، ظرفیت بی‌نظیری برای توسعه‌ی مدل‌های پیش‌بینی ریسک و کشف تقلب به صورت بومی فراهم کرده است. اگر این داده‌ها در قالب چهارچوب‌های مشخص، استاندارد و اخلاق مدار به کار گرفته شوند، ایران می‌تواند یکی از پیشگامان منطقه در توسعه‌ی RegTech-as-a-Service باشد؛ مدلی که علاوه بر کاهش ریسک‌های سیستمی، به خلق ارزش اقتصادی جدید نیز می‌انجامد.

جمع‌بندی؛ از نظارت تا پیش‌بینی

صنعت پرداخت در حال عبور از مرحله‌ی کنترل به مرحله‌ی پیش‌بینی است. در آینده‌ای نه چندان دور، رگ تک هوشمند به بخش جدایی‌ناپذیری از هر سامانه‌ی پرداخت تبدیل خواهد شد؛ سیستمی که می‌فهمد، یاد می‌گیرد و قبل از وقوع خطا، هشدار می‌دهد. جهان مالی آینده متعلق به نهادهایی است که بتوانند میان نوآوری و انضباط، تعادلی پایدار برقرار کنند. در این مسیر، رگ تک هوشمند نه فقط ابزار نظارت، بلکه ستون اعتماد و امنیت اقتصاد دیجیتال خواهد بود.

تحول دیجیتال در صنعت مالی، تنها به توسعه‌ی ابزارهای پرداخت یا گسترش خدمات آنلاین محدود نمی‌شود. در سال‌های اخیر، یکی از عمیق‌ترین تغییرات، در پشت‌صحنه‌ی این صنعت و در قلب نظام نظارتی رخ داده است؛ جایی که فناوری‌های نوین در حال بازتعریف رابطه‌ی میان «نوآوری» و «انضباط مالی» هستند. نتیجه‌ی این هم‌نشینی، پدیده‌ای است به نام رگ تک هوشمند (Smart RegTech)؛ نسلی تازه از سامانه‌های نظارتی که نه تنها خطا را تشخیص می‌دهند، بلکه قادر به پیش‌بینی آن نیز هستند.

از نظارت پسینی تا درک بلا درنگ رفتار

تا همین چند سال پیش، نظام‌های نظارتی در صنعت پرداخت، ذاتاً پسینی بودند؛ یعنی تخلف، کلاهبرداری یا اشتباه باید ابتدا اتفاق می‌افتاد تا بتوان به آن واکنش نشان داد. این مدل در زمان خود کارآمد بود، اما با رشد سرسام‌آور تراکنش‌های دیجیتال، تنوع ابزارها و پیچیدگی تعاملات مالی، دیگر پاسخگو نیست. امروز ما در جهانی فعالیت می‌کنیم که هر تراکنش، هزار داده‌ی جانبی تولید می‌کند؛ از موقعیت جغرافیایی و نوع دستگاه گرفته تا الگوهای رفتاری کاربران. این داده‌ها، اگر با فناوری‌های تحلیلی و هوش مصنوعی ترکیب شوند، می‌توانند رفتار غیرعادی را پیش از وقوع تخلف شناسایی کنند. به بیان ساده، رگ تک هوشمند به جای آن که «چشم ناظر» باشد، به «ذهن تحلیلگر» صنعت مالی تبدیل شده است.

هوش مصنوعی؛ شریک جدید رگولاتور

هوش مصنوعی در رگ تک دیگر یک ابزار کمکی نیست، بلکه به شریک اصلی نهادهای نظارتی بدل شده است. در مدل‌های سنتی، مجموعه‌ای از قوانین از پیش تعریف شده مشخص می‌کردند که چه رفتاری مجاز است و چه رفتاری نه. اما واقعیت این است که تخلف، از قانون جلوتر حرکت می‌کند. الگوریتم‌های یادگیری ماشین و شبکه‌های عصبی عمیق اکنون قادرند الگوهای پنهان در رفتار مالی را شناسایی کنند، بدون آنکه نیاز به تعریف قانون مشخصی وجود داشته باشد. به این ترتیب، سیستم از حالت «قانون محور (Rule-Based)» به «الگو محور (Pattern-Based)» تغییر ماهیت داده است، تغییری که باعث شده نظارت مالی از یک فرایند واکنشی به سامانه‌ای پیش‌دستانه تبدیل شود. این دگرگونی به معنای پایان نقش انسان نیست، بلکه نقطه‌ی آغاز همکاری تازه‌ای است: انسان ناظر در کنار الگوریتم تحلیلگر. انسان هنوز تصمیم نهایی را می‌گیرد، اما بر پایه‌ی بینشی بسیار عمیق‌تر و داده‌محورتر از گذشته.

معماری اعتماد در عصر هوش مصنوعی

در هر نظام مالی، «اعتماد» مهم‌ترین دارایی است. وقتی تصمیم‌ها توسط ماشین‌ها گرفته می‌شوند، پرسش مهمی مطرح می‌شود: چگونه می‌توان مطمئن بود که الگوریتم‌ها عادلانه و قابل اعتماد عمل می‌کنند؟ پاسخ در مفهوم توضیح‌پذیری (Explainability) نهفته است. سامانه‌های رگ تک نسل جدید باید قادر باشند دلایل هر تصمیم را شفاف و قابل پیگیری ارائه دهند. وقتی مدل‌ها توضیح‌پذیر باشند، اعتماد میان تمام بازیگران، از نهاد ناظر گرفته تا ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت و حتی کاربر نهایی، تقویت می‌شود. به همین دلیل، «هوش مصنوعی مسئولانه» (Responsible AI) دیگر یک شعار نیست، بلکه پیش‌شرط اعتماد در رگ تک هوشمند است.

از داده تا تصمیم؛ چابکی به جای تأخیر

تحولات پرداخت دیجیتال، سرعت تصمیم‌گیری را به اولویت اصلی تبدیل کرده است. رگ تک هوشمند در این میان، توانسته فاصله‌ی میان داده و تصمیم را تقریباً به صفر برساند. امروز سامانه‌های نظارتی می‌توانند در لحظه‌ی انجام تراکنش، ریسک را بسنجند، هشدار

مصرف تراکنش



ASAE TAAHONESH I.R

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران

بیمه در جاده تحول

در بخش «گزارش‌ها»ی این شماره از عصر تراکنش، مانند هر ماه، مروری بر مهم‌ترین رویدادها و تحولات صنعت مالی کشور داشته‌ایم. در صدر این رویدادها، لغو مجوز بانک آینده و آغاز فرایند گزیر آن قرار دارد؛ تصمیمی تاریخی از سوی بانک مرکزی که به گفته کارشناسان، آغازگر مرحله‌ای تازه در سیاست‌گذاری برای سامان‌دهی بانک‌های ناتراز است. در کنار این اتفاق بزرگ، موجی از انتصاب‌ها و تغییرات مدیریتی نیز در صنعت مالی کشور به چشم می‌خورد. در ادامه، در گزارشی دیگر به سراغ تحول دیجیتال در صنعت بیمه ایران رفته‌ایم؛ مسیری که با وجود طرح‌های متعدد، هنوز با واقعیت فاصله دارد. در گفت‌وگو با علی اکبر گلشنی، مجید خاکور و قاسم نعمتی، از چالش‌های همکاری میان شرکت‌های بیمه و کارگزاران آنلاین، نقش بیمه مرکزی در تنظیم‌گری، و تأثیر فناوری‌هایی چون هوش مصنوعی و بلاکچین بر آینده‌ی این شرکت کشور گفته‌ایم. این گزارش، روایتی است از بیمه‌ای که در مسیر دیجیتالی‌شدن گام برمی‌دارد، اما هنوز تا مقصد فاصله دارد.

گزارش‌ها

آینده ای که تمام شد

در یک ماه گذشته، صنعت مالی ایران شاهد یکی از مهم ترین و پرمناقشه ترین اتفاق های سال های اخیر بود؛ لغو مجوز بانک آینده و آغاز فرایند گزیر آن. تصمیم بانک مرکزی برای ورود رسمی این بانک به مسیر «فیصله» نه تنها نقطه عطفی در تاریخ نظام بانکی کشور به شمار می آید، بلکه آغازگر مرحله ای تازه از سیاست گذاری برای سامان دهی بانک های ناتراز است. در این میان، بانک ملی ایران به عنوان بانک عامل، مأموریت یافت دارایی ها، سپرده ها و بخشی از نیروی انسانی بانک آینده را در چهارچوب فرایند انتقال مدیریت کند؛ فرایندی که ادغام تلقی نمی شود بلکه گامی در جهت بازسازی اعتماد عمومی و اصلاح ساختار مالی شبکه بانکی است. در کنار این اتفاق بزرگ، موجی از انتصاب ها و تغییرات مدیریتی نیز در صنعت مالی کشور به چشم می خورد. از انتصاب مرتضی خامی به مدیرعاملی هلدینگ آسان پرداخت و محمدعلی بخشی زاده در شرکت توسعه و نوآوری شهر گرفته تا تغییرات در معاونت فناوری بانک سینا و تشکیل ستاد اجرایی انتقال بانک آینده در بانک ملی. در ادامه، مهم ترین رویدادها و اخبار صنعت مالی کشور در یک ماه گذشته مرور شده است.



رسیدن مانیرو به مرز یک میلیون کاربر



مانیرو یکی از استارت آپ های فعال حوزه خدمات مالی و ارزی در ایران است که با ارائه سرویس های پرداخت خرد، انتقال ارز و خدمات ارزی بین المللی تلاش می کند تجربه کاربری ساده، امن و سریع برای مشتریان ایجاد کند و این مجموعه به تازگی مرز یک میلیون کاربر فعال را پشت سر گذاشته است. مهران رباط میلی، سرپرست دیجیتال مارکتینگ مانیرو، با اشاره به آغاز برنامه ریزی از اوایل سال ۱۴۰۳ توضیح داد: «یک نقشه راه دقیق برای رشد کاربر تدوین کردیم که مبتنی بر سه محور اصلی بود؛ بهبود تجربه کاربری در اپلیکیشن، افزایش آگاهی از برند و گسترش همکاری های B2B».

او با اشاره به موفقیت در اجرای برنامه ها بیان کرد: «بر اساس مدل رشد پیش بینی شده، انتظار داشتیم در پایان سال ۱۴۰۴ به مرز یک میلیون کاربر فعال برسیم اما خوشبختانه با اجرای دقیق کمپین ها و بهینه سازی قیف تبدیل، موفق شدیم حدود شش ماه زودتر از برنامه به هدف یک میلیون کاربر برسیم.»

همکاری طلایی و بیمه کوثر برای تضمین امنیت دارایی کاربران

نشست همکاری مشترک پلتفرم طلایی و شرکت بیمه کوثر با حضور مهدی فدایی، مدیرعامل طلایی؛ مهدی احمدی، مدیرعامل شرکت CIJ و رضا ترکا شوند مدیر فنی بیمه کوثر، با حضور جمعی از اصحاب رسانه برگزار شد. در این نشست، ابعاد همکاری طلایی و بیمه کوثر برای بیمه کردن رایگان دارایی کاربران، افزایش امنیت سرمایه گذاری در طلا و تقویت اعتماد کاربران به بازار دیجیتال طلا تشریح شد. فدایی درباره همکاری جدید با بیمه کوثر گفت: «از این پس تمام دارایی های کاربران در طلایی بدون هیچ هزینه ای تحت پوشش بیمه کوثر قرار گرفته است. این بیمه، خیال کاربران را از هر حادثه غیرقابل پیش بینی راحت می کند.»

سید محمد حسینی؛ سرپرست جدید معاونت فناوری اطلاعات بانک سینا



علی ابدالی، مدیرعامل بانک سینا، طی حکمی سید محمد حسینی را به عنوان سرپرست جدید معاونت فناوری اطلاعات این بانک منصوب کرد. در این مراسم مدیرعامل بانک سینا، با تأکید بر اهمیت و نقش حیاتی این

حوزه در بهبود عملکرد، کارآیی و بهره وری بانک تصریح کرد: «حوزه فناوری اطلاعات باید همراه با دیگر بخش های بانک و متناسب با تحولات صنعت بانکداری در جهت افزایش رضایت مندی مشتریان گام بردارد.» حسینی پیش تر عهده دار ریاست اداره امنیت فناوری اطلاعات بانک سینا بود و سال ها نیز در سمت معاون اداره حوزه فناوری اطلاعات فعالیت داشته است.

لغو مجوز بانک آینده



بانک مرکزی ایران، مجوز بانک آینده را لغو کرد. با تصمیم هیئت عالی بانک مرکزی ایران به پشتوانه اختیارات و احکام صادره از سران قوا، بانک آینده وارد فرایند گزیر شد. در اطلاعیه شماره یک بانک مرکزی آمده است: «بانک مرکزی به عنوان نهاد ناظر بر شبکه بانکی کاملاً اطمینان می دهد که این فرایند هیچ خللی در وضعیت بانکی کشور وارد نخواهد کرد.»

سازوکار گزیر بانک آینده، ادغام نیست

نخستین جلسه هیئت گزیر و هیئت مدیره صندوق ضمانت سپرده ها با موضوع

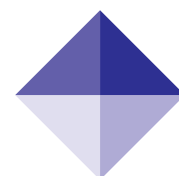


به ترتیب از راست به چپ:
مجید خاکور
قاسم نعمتی
علی اکبر گلشنی



صادق کاشفی

مصرف تراکتس



۴۰

ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



گفت و گو با فعالان صنعت بیمه ی کشور درباره ی چالش ها و فرصت های تحول دیجیتال و نقش فناوری هایی مانند هوش مصنوعی در آینده ی اینشورتک ایران

صنعت بیمه، آخرین بازمانده از موج تحول دیجیتال

تحول دیجیتال در صنعت بیمه ی ایران هنوز راهی طولانی در پیش دارد. هرچند سال هاست از مفاهیمی چون «بیمه ی دیجیتال» و «کارگزاران برخط» صحبت می شود، اما به نظر می رسد مسیر گذار از ساختار سنتی به اکوسیستم دیجیتال همچنان پر از چالش و ابهام است. در گفت و گویی با علی اکبر گلشنی، مدیر تحول دیجیتال بیمه ی دی، مجید خاکور، مدیرعامل شرکت فناوران اطلاعات خبره و قاسم نعمتی، معاون فناوری اطلاعات بیمه پاسارگاد، تلاش کردیم تصویری واقعی از وضعیت فعلی دیجیتالی شدن بیمه در کشور ترسیم کنیم. در این گفت و گوها از موانع همکاری میان شرکت های بیمه و کارگزاران برخط، نقش بیمه ی مرکزی در تنظیم گری و تسهیل فعالیت های آنلاین، تأثیر فناوری هایی مانند هوش مصنوعی و بلاکچین بر آینده ی اینشورتک ایران و فاصله ی شرکت های داخلی با نمونه های جهانی سخن گفته ایم. این افراد معتقدند صنعت بیمه ی کشور، با وجود برخی دستاوردهای جزئی، هنوز در مرحله ای ابتدایی از تحول دیجیتال قرار دارد و بخش عمده ای از فعالیت ها بیشتر رنگ تبلیغاتی دارند تا اجرایی. آنها می گویند بدون بازطراحی محصولات براساس نیاز مشتری و بدون نهادینه سازی نوآوری در بدنه ی شرکت ها، تحقق بیمه ی دیجیتال در ایران ممکن نخواهد بود. این گزارش، روایتی است از جاده ی پردست انداز دیجیتال سازی بیمه در ایران که در ادامه می خوانید.



◀ جاده پردست انداز دیجیتال سازی

با باید بگوییم انواع خدمات بیمه در بستر دیجیتال و با رویکردهای نوین به مشتریان عرضه می شود؟ همچنین باید بررسی کنیم که آیا بیمه هایی که در بستر دیجیتال ارائه می شوند، تمام پوشش ها و خدمات را شامل می شوند یا خیر. این موضوع چالشی بزرگ است، اما واقعیت آن است که ما هنوز

وقتی پسوند «دیجیتال» به فرایندها افزوده می شود، این پرسش پیش می آید که دقیقاً چه تغییری در آن سازوکار ایجاد می کند. علی اکبر گلشنی، مدیر تحول دیجیتال بیمه ی دی، در این باره می گوید: «ما هنوز فاصله ی زیادی داریم تا بتوانیم بگوییم صنعت بیمه ی کشور به معنای واقعی، دیجیتال شده است. ابتدا باید تعریف روشنی از بیمه ی دیجیتال داشته باشیم. آیا صرفاً وجود کارگزاران برخط یا فروش اینترنتی ملاک است،

فاصله‌ی زیادی تا تحقق تحول دیجیتال در صنعت بیمه داریم. حتی در سطح جهانی صنعت بیمه نسبت به سایر صنایع در حوزه‌ی تحولات دیجیتال عقب‌تر است، اما در ایران این عقب‌ماندگی محسوس‌تر است. با این حال، آینده‌ی صنعت بیمه بدون تحول دیجیتال قابل تصور نیست و ناگزیر باید مدام درباره‌ی آن صحبت کنیم. البته بخشی از این تحول در صنعت بیمه اجرایی شده و برخی فرایندها بهبود یافته‌اند، اما همچنان فاصله‌ی چشمگیری باقی مانده است. شرکت‌های بیمه‌گر، به‌ویژه خود آنها، هنوز از این مسیر دورند، زیرا عمده‌تأمتکی به پرتفوی‌های کلان دولتی‌اند و براساس همان استراتژی فعالیت می‌کنند. در نتیجه، تحول دیجیتال را جزو الزامات اصلی کسب‌وکار خود نمی‌دانند. شاید گاهی درباره‌ی آن صحبت یا اخباری منتشر شود، اما اگر واقع‌بینانه نگاه کنیم، مفهوم واقعی تحول دیجیتال هنوز در شرکت‌های بیمه‌گر جاری نشده است. بیشتر آنها همچنان به قراردادهای کلان وابسته‌اند و طبیعتاً توجه کمتری به مشتریان خرد و بخش B2C دارند؛ موضوعی که آثار آن در آمارهای منتشرشده نیز مشهود است.»

◀ شرکت‌های بیمه ناچار به اعمال محدودیت بر کارگزاران آنلاین‌اند

گلشنی پیدایش کارگزاران برخط را تجربه‌ای دشوار برای صنعت بیمه می‌داند و در توضیح آن می‌گوید: «ما واقعاً یک دوره‌ی گذار بسیار سخت را با ظهور کارگزاران برخط و آنلاین پشت سر گذاشتیم؛ از همان آغاز با چالش‌های متعددی روبه‌رو بودیم و این روند هنوز ادامه دارد. صریح و شفاف عرض کنم، از حدود سال ۱۳۹۸ یا ۱۳۹۹ موضوع کارگزاران برخط و آیین‌نامه‌ی ۹۲ مطرح شد تا برای آنها هویت قانونی تعریف شود. شرکت‌های بیمه در آن زمان اجازه‌ی فعالیت به‌عنوان کارگزار برخط را صادر کردند، اما این مسیر با فراز و فرودهای بسیاری همراه بود. اگر اخبار این سال‌ها را مرور کنیم، می‌بینیم هرچند وقت یک بار اختلافاتی میان نهاد ناظر، کارگزاران برخط و شرکت‌های بیمه ایجاد شده است. آخرین نمونه‌ی آن به دو یا سه ماه پیش بازمی‌گردد که همکاری میان آنها دچار چالش شد. هرچند سهم کارگزاران برخط از بیمه‌ی تولیدی تنها ۹.۱ درصد بوده، همین سهم کوچک نیز با چالش‌های فراوانی روبه‌روست. شبکه‌ی فروش سنتی مقاومت زیادی در برابر آنها دارد و کارگزاران برخط برای ارائه‌ی امتیاز به مشتریان خود مرتباً با محدودیت مواجه می‌شوند. تخفیف‌هایی که ارائه می‌دادند، با قوانین بالادستی و محدودیت‌های شرکت‌های بیمه همخوان نبود و گاهی ناچار به محدودسازی یا قطع همکاری می‌شدند. این موارد مانع از آن شد که مدل ایده‌آل کارگزاران برخط، همانند سایر کسب‌وکارها، در صنعت بیمه شکل بگیرد. آخرین مورد نیز مربوط به یکی دو ماه اخیر است؛ شرکت‌های بیمه بار دیگر موظف شدند محدودیت‌هایی را طبق ضوابط بالادستی اعمال کنند و همین امر فشار زیادی بر کارگزاران برخط وارد کرد. طبیعتاً این فشار باعث کاهش سهم فروش آن‌ها شده است.»

به گفته‌ی او، همکاری میان شرکت‌های بیمه و کارگزاران برخط وجود دارد، اما سخت، پرچالش و متغیر است: «صریح بگویم، هنوز بعد از چند سال تکلیف ما روشن نیست که آیا می‌توانیم به‌راحتی با کارگزاران برخط کار کنیم یا خیر. حتی اگر بتوانیم، در کجاها با چالش مواجه می‌شویم؟ ممکن است شرکت بیمه بودجه‌ای برای رشته‌ای خاص اختصاص دهد تا فروش و مدیریت ریسک بهتری داشته باشد، اما نهاد ناظر ایراد بگیرد. از سوی دیگر، کارگزاران برخط مجاز نیستند بیش از حد تخفیف یا کارمزد بدهند. پیش‌تر تخفیف‌ها تا ۱۵ درصد بود و امکان بازاریابی برای جذب مشتری وجود داشت، اما اکنون سقف تخفیف برابر با میزان کارمزد است که جذابیت فعالیت را کاهش می‌دهد. شبکه‌ی فروش سنتی نیز در مقابل کارگزاران برخط قرار گرفته و با تبلیغات منفی درصدد حفظ مشتریان خود است. با این حال، همین سهم حدود ۹.۱ درصدی که اکنون داریم، در سال ۱۳۹۹ کمتر از ۲ درصد بود و با وجود همه‌ی موانع، رشد کرده است. پیش‌بینی من این است که اگر روند کار تسهیل و محدودیت‌ها رفع شود و شرکت‌های بیمه به‌راحتی بتوانند با کارگزاران برخط همکاری کنند، سهم کارگزاران برخط در بازار بیمه می‌تواند بسیار بزرگ‌تر و اثرگذارتر شود.»

◀ تقریباً همه‌ی بدنه صنعت بیمه در ایران سنتی است

تجهیز به برخی قابلیت‌های دیجیتال، لزوماً به معنای خروج از فضای سنتی نیست. گلشنی در این باره توضیح می‌دهد: «واقعیت این است که وقتی درباره‌ی شرکت‌های

بیمه‌ی سنتی صحبت می‌کنیم، باید بپذیریم تقریباً تمام شرکت‌های بیمه‌گر کشور ساختاری مشابه دارند و نمی‌توان برخی را سنتی و برخی را دیجیتال دانست. شاید برخی ابزارهای دیجیتال بهتری داشته باشند، اما در کل تقریباً همه‌ی شرکت‌ها را می‌توان بیمه‌ی سنتی نامید. در مورد تعامل با پلتفرم‌های آنلاین نیز، همان‌طور که پیش‌تر اشاره کردم، بسیاری از شرکت‌ها علاقه‌مند به همکاری‌اند و واقعاً هم همکاری‌هایی شکل گرفته، اما برخی دیگر به دلیل محدودیت‌های نهاد ناظر، فشار شبکه‌ی فروش سنتی یا دغدغه‌های دیگر، با احتیاط عمل می‌کنند. در واقع، پلتفرم‌های آنلاین مجبورند از طریق شرکت‌های بیمه‌ی سنتی فعالیت کنند، زیرا هیچ پلتفرم آنلاینی نمی‌تواند بیمه‌ای را به نام خود صادر کند و باید با یک شرکت بیمه‌ی سنتی قرارداد داشته باشد و براساس آن توافق بیمه بفروشد. بنابراین نمی‌توان گفت شرکت‌های سنتی و پلتفرم‌ها در رقابت مستقیم‌اند؛ شاید بتوان گفت نمایندگان شرکت‌های سنتی با پلتفرم‌ها رقابت دارند. امروز تقریباً اکثر شرکت‌ها با پلتفرم‌های آنلاین همکاری می‌کنند، البته در سطح و مدت متفاوت، بسته به شرایط هر شرکت و تسهیلات قابل ارائه برای توسعه‌ی فروش. برخی همکاری‌ها کوتاه‌مدت و برخی بلندمدت‌اند، اما در مجموع تعامل وجود دارد.»

طبق صحبت‌های او، یکی از دغدغه‌های همیشگی شرکت‌های بیمه این بوده که در صورت همکاری با پلتفرم‌ها، تکلیف نمایندگان‌شان چه می‌شود. به نظر گلشنی، این نگرانی به‌طور کلی صحیح نیست، زیرا بدون شرکت‌های بیمه، پلتفرم‌های آنلاین هم نمی‌توانند فعالیتی داشته باشند. این مسئله در سایر صنایع نیز وجود دارد و بیمه از آن مستثنا نیست: «نکته‌ی مهم دیگر این که بیمه محصولی نیست که بتوان آن را با تبلیغات ساده و بدون توضیح فروخت؛ نیاز به توضیح، مشاوره، بازاریابی و تفهیم به مشتری دارد، و در این زمینه می‌توان از ظرفیت نمایندگان بهره گرفت. جالب است بدانید برخی پلتفرم‌های آنلاین تلاش کردند با نمایندگان شرکت‌های بیمه ارتباط برقرار کرده و مدل کسب‌وکاری مشترکی ایجاد کنند، اما این روند متوقف شد؛ هم نهاد ناظر با آن مخالفت کرد و هم خود شرکت‌های بیمه به دلیل نگرانی از تضاد با منافع نمایندگان‌شان، اجازه‌ی ادامه‌ی همکاری ندادند. به همین دلیل، پلتفرم‌ها هنوز با چالش‌ها و محدودیت‌های متعددی روبه‌رو هستند و دغدغه‌های این حوزه همچنان ادامه دارد.»

◀ حرکت صنعت بیمه به سمت تحول دیجیتال، لاک‌پشتی است

گلشنی در پاسخ به این پرسش که آیا صنعت بیمه‌ی کشور به‌سوی تحول دیجیتال حرکت می‌کند یا خیر، می‌گوید: «در این زمینه نمی‌توان پاسخی دقیق و قطعی داد. می‌توان گفت چنین روندی وجود دارد، اما بسیار کند و اصطلاحاً لاک‌پشتی است. شاید بتوان گفت بیش از آن که اقدام عملی در کار باشد، مفاهیم تحول دیجیتال مورد توجه قرار گرفته‌اند. صنعت بیمه‌ی کشور در حوزه‌ی دیجیتال اقداماتی انجام داده، اما این

روایت‌هایی از کسب‌وکارها

آبان‌تتر، هماتیت‌گلد
آسان پرداخت، بازرگانی
مبناکارت آریا و تعارف



در بخش «باشگاه» این شماره از عصر تراکنش، روایت‌هایی از مسیر حرفه‌ای مدیرانی را می‌خوانید که هر یک سهمی در شکل‌دهی به تحول اقتصاد دیجیتال ایران داشته‌اند. گفت‌وگوی ماه این شماره با عاطفه خیابانچیان، مدیرعامل آراد است؛ شرکتی که از دل مرکز رشد دانشگاه بوشهر متولد شد و امروز به یکی از ستون‌های خاموش زیرساخت ارتباطی کشور بدل شده است. خیابانچیان از دودمه تلاش بی‌وقفه‌ی خود و تیمش می‌گوید و تأکید می‌کند که آراد «ستون خاموش ارتباطات کشور» است؛ زیرساختی که شاید دیده نشود، اما نبودش به معنای توقف بخشی از شبکه ملی ارتباطات است. در ادامه، در گفت‌وگو با مدیران آبان‌تتر، هماتیت‌گلد، آسان پرداخت، بازرگانی مبناکارت آریا و تعارف، تازه‌ترین تحولات، تغییرات راهبردی و مسیرهای رشد این شرکت‌ها را مرور کرده‌ایم. همچنین در روایتی از مهدی فدایی، مدیرعامل طلاسی، مسیری را می‌خوانید که از حسابداری و صنعت آغاز شد و با خلق یکی از پلتفرم‌های نوآور بازار طلا ادامه یافت.

باشگاه



مینا حاجی
سرمدیر

عصر تراکنش



۴۰

ASARETAAHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

گفت و گو با عاطفه خیابانچیان به مناسبت بیست سالگی آزاد؛ مدیرعاملی که می گوید آنچه آنها را پیش
برد، نه سرمایه بود و نه امکانات، بلکه ایمانی بود به دانستن، ماندن و ساختن

می خواهیم بخشی از آینده ارتباطی دنیا باشیم



عکس: حامد خورشیدی
مؤسسه شبکه عصر تراکنش



در میانه دهه ۱۳۸۰، زمانی که هنوز واژه «استارت‌آپ» در ادبیات فناوری ایران جا نیفتاده بود، دو دانشجوی نرم‌افزار در بوشهر تصمیم گرفتند ایده‌ای کوچک را به واقعیتی بزرگ تبدیل کنند. حاصل آن تصمیم، تولد «آراد» بود؛ شرکتی که از دل مرکز رشد دانشگاه بوشهر شکل گرفت و در کمتر از دو دهه، از طراحی پورتال‌های آموزشی به ساخت یکی از حیاتی‌ترین زیرساخت‌های ارتباطی کشور رسید. در گفت‌وگو با عاطفه خیابانچیان، مدیرعامل آراد، روایتی از این مسیر شنیدیم؛ مسیری که در آن، آراد همواره یک گام جلوتر از زمان خود حرکت کرده است؛ از ایجاد نخستین نسخه پلتفرم پیام تا دستیابی به پایداری در سطح اپراتوری، از توسعه «کیف پول پیامکی» تا پیوند طبیعی میان پیام و فرایند پرداخت. خیابانچیان می‌گوید آراد «ستون خاموش ارتباطات کشور» است؛ زیرساختی که شاید دیده نشود، اما نبودش یعنی توقف بخشی از شبکه ملی ارتباطات. با این حال، داستان آراد تنها روایت فناوری نیست؛ روایت فرهنگی است که بر استقلال، یادگیری مداوم و باور به خلق در دل محدودیت‌ها استوار است. امروز آراد، با حضور در هند و عمان، نماد تفکری است جهانی با ریشه‌ای ایرانی؛ شرکتی که خود را نه صرفاً ارائه‌دهنده سرویس، بلکه بخشی از شریان ارتباطی و مالی کشور می‌داند. در ادامه گزارشی از این گفت‌وگو را می‌خوانید.

◀ تولد آراد: از یک هسته فناوری تا برند ملی

عاطفه خیابانچیان، متولد سال ۱۳۶۴، دانش‌آموخته مهندسی نرم‌افزار از دانشگاه بوشهر و کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی از دانشگاه اصفهان است. او از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۴ عضو هیئت‌مدیره شرکت آراد بود و از سال ۱۳۹۴ تا کنون مدیریت این شرکت را بر عهده دارد. وقتی از او می‌خواهیم آراد را در یک جمله توصیف کند، مکتبی کوتاه می‌کند و می‌گوید: «آراد برای من فقط یک شرکت نیست؛ یک نگاه است؛ نگاهی به اینکه چگونه می‌توان در دل محدودیت‌ها، چیزی را خلق کرد.»

او معتقد است آراد حاصل باوری است به اینکه می‌توان در بستر محدودیت‌ها، خلق کرد و فناوری را در خدمت انسان قرار داد، نه برعکس. از نگاه او، آراد در طول دو دهه گذشته فقط سرویس نساخته، بلکه فرهنگی را پایه‌گذاری کرده است؛ فرهنگی مبتنی بر استقلال، نوآوری و پایداری. خیابانچیان می‌گوید: «امروز آراد بخشی از زیرساخت ارتباطی کشور است، اما در عین حال شرکتی است که جهانی فکر می‌کند و انسانی عمل می‌کند.»

تولد آراد به آبان ماه ۱۳۸۴ برمی‌گردد؛ جایی در مرکز رشد علم و فناوری بوشهر، جایی که خیابانچیان و عمار حیدری (که در حال حاضر رئیس هیئت‌مدیره آراد است)، هم‌دانشگاهی‌های رشته نرم‌افزار در دانشگاه آزاد بوشهر، تصمیم گرفتند ایده‌ای مشترک را به عمل تبدیل کنند. هدفشان در آغاز نه ساخت یک شرکت فناوری، بلکه طراحی بستری برای «آموزش اینتراکتیو» بود. آنها می‌خواستند یادگیری را از قالب ایستا خارج کرده و به تجربه‌ای زنده و دوطرفه تبدیل کنند. خیابانچیان می‌گوید: «همان ایده کوچک، اولین هسته تفکر پلتفرمی در آراد بود؛ جایی که تعامل انسان و سیستم باید دوطرفه باشد.»

◀ ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی در کشور

در مسیر رشد، تیم آراد محصولات متنوعی از پورتال‌های اطلاع‌رسانی تا سامانه‌های MIS سازمانی ساخت، اما به گفته او، به‌زودی مشخص شد نقطه تمایز واقعی این شرکت در «زیرساخت ارتباطی» نهفته است؛ همان جایی که پیام، داده و تعامل از آن عبور می‌کند. همین درک، مسیر واقعی آراد را شکل داد.

به گفته خیابانچیان، در آن سال‌ها اغلب شرکت‌ها ترجیح می‌دادند از راه‌حل‌های آماده خارجی استفاده کنند، اما او و تیمش تصمیم گرفتند به جای واردات، زیرساخت بومی بسازند. او تأکید می‌کند: «واردات شاید سرعت بدهد، اما دانش نمی‌سازد. همین تصمیم باعث شد آراد مسیر دشوارتری را انتخاب کند، اما در عوض، دانشی بسازد که امروز نه تنها در ایران، بلکه در دیگر کشورها نیز کاربرد دارد. آراد از ابتدا متکی به هیچ چیز جز دانش و تلاش خودش نبود. همین استقلال، امروز بزرگ‌ترین سرمایه ماست.»

مدیرعامل آراد از روزهای آغازین دهه ۸۰ به‌عنوان یکی از سخت‌ترین دوره‌های کاری‌شان یاد می‌کند و می‌گوید: «آن زمان نه مفهومی از استارت‌آپ وجود داشت، نه سرمایه‌گذار به ایده‌های فناورانه اعتماد می‌کرد، و نه بازار به پلتفرم فکر می‌کرد، و زیرساخت‌های ارتباطی کشور هم در حال شکل‌گیری بود. اما ما یک مزیت داشتیم: ایمان به مسیر. از همان ابتدا تصمیم گرفتیم صبر کنیم و بجنگیم. فناوری را یاد بگیریم، محصول بسازیم، شکست بخوریم و دوباره برخیزیم. هیچ سرمایه‌ای نداشتیم جز خودباوری و یادگیری مداوم. شاید به همین دلیل، هر بار که دیگران ناامید شدند، ما دوام آوردیم.»

◀ روایتی از تحول آرام و پیوسته آراد

به گفته خیابانچیان، نقطه‌ای که آراد از یک تیم فناوری به یک برند ملی تبدیل شد، سال

۱۳۹۰ بود؛ زمانی که نسخه دوم پلتفرم پیام این شرکت عرضه شد و برای نخستین بار توانست در مقیاس اپراتوری سرویس ارائه دهد. اما نقطه بلوغ واقعی، به گفته او، در سال ۱۳۹۴ و آغاز توسعه نسخه گرید تلکامی رقم خورد. او می‌گوید: «سه سال بعد، در سال ۱۳۹۷، زمانی که بانک سپه سرویس پیام بانکی خود را روی پلتفرم آراد راه‌اندازی کرد، متوجه شدم که آراد دیگر تنها یک شرکت نیست، بلکه بخشی از شریان ارتباطی کشور است و وارد سطح «برند ملی» شده‌ایم. در سال ۱۴۰۲ نسخه چهارم پلتفرم پیام آراد را عرضه کردیم؛ پلتفرمی مبتنی بر معماری مدرن، مقیاس‌پذیر و هم‌تراز با استانداردهای جهانی. این مسیر بیست‌ساله ثابت کرده که می‌توان در ایران ماند، جهانی فکر کرد و زیرساختی ساخت که حتی بانک‌ها و دولت‌ها بر آن تکیه کنند.»

تحول در آراد، به گفته خیابانچیان، هیچ‌گاه ناگهانی نبوده است. او می‌گوید مسیر رشد این شرکت همیشه با چشم باز و بر پایه درک آینده طی شده است. ورود آراد به حوزه سرویس‌های پیام در سال ۱۳۸۶، زمانی که SMS هنوز تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی ساده بود، نقطه آغاز این مسیر بود. همان زمان، خیابانچیان و هم‌تیمی‌هایش به این باور رسیدند که آینده در «پلتفرم» نهفته است، نه در یک سرویس تک‌منظوره. نسخه نخست پلتفرم پیام آراد در همان سال شکل گرفت و به تدریج با شناخت نیازهای اپراتورها و سازمان‌های بزرگ، تکامل یافت. او می‌گوید: «از سال ۱۳۹۰ با توسعه نسخه دوم و تعریف مفهوم «ماژولار بودن»، و سپس با طراحی نسخه تلکامی در سال ۱۳۹۴، آراد از سطح نرم‌افزار سازمانی فراتر رفت و به زیرساختی ملی تبدیل شد. در واقع، ما هرگز محصول نمی‌سازیم؛ ما نسل بعدی ارتباطات را طراحی می‌کنیم.»

مدیرعامل آراد سپس درباره تفاوتی که بین نسل اول سامانه‌های پیامک و زیرساخت کنونی آراد وجود دارد، صحبت می‌کند و می‌گوید: «تفاوت نسل نخست سامانه‌های پیامک با پلتفرم کنونی آراد را در «عمق فناوری» می‌دانم. در گذشته پیام فقط یک سرویس بود، اما امروز بخشی از شبکه هوشمند ارتباطی کشور است. در گذشته، زیرساخت‌ها بر پایه‌ی ارسال و دریافت ساده ساخته می‌شدند ولی در نسل جدید، زیرساخت‌ها بر پایه داده، تحلیل و تصمیم‌ساخته می‌شوند. پلتفرم آراد اکنون با ساختاری مقیاس‌پذیر و سیستم‌های پایش بلادرنگ، قادر است میلیون‌ها تراکنش را در هر ثانیه پردازش کند، مسیرهای ارسال را براساس MCC/MNC بهینه‌سازی و رفتار کاربران را تحلیل کند. امروز پیام دیگر فقط تحویل



آسان پرداخت
ASAN PARDAKHT

صادق کاشفی

عصر تراکتس

کسب و کار

۵۳

آخر ۱۴۰۴

سال نهم
شماره نود و نهم



عکس: محمد دلکش
مؤسسه شبکه عصر تراکتس

در گفت و گو با رضا قنبرزاده، عضو هیئت مدیره آسان پرداخت و مدیر امور تحقیقات و توسعه بازار بانک شهر، درباره چشم انداز همکاری این دو مجموعه مطرح شد

با سرمایه گذاری هدفمند، آسان پرداخت را به جایگاه شایسته اش باز می گردانیم

برخی نام‌ها وقتی کنار هم قرار می‌گیرند، نویدبخش اتفاقات مثبت و همکاری‌های ثمربخش‌اند. بانک شهر و مجموعه آسان پرداخت نیز در روزهای پرتحول صنعت بانکی و فین تک ایران، از همین دست همکاری‌ها هستند. هر دو مجموعه در هفدهمین سال فعالیت خود قرار دارند و با وجود سن نسبتاً جوان، تجربه قابل توجهی در حوزه فناوری و نوآوری دارند. این دو مجموعه با ساختاری چابک و پویا، تمایل جدی برای خلق اتفاقات تازه و تحول آفرین در صنعت بانکی و پرداخت از خود نشان می‌دهند. در گفت و گویی که با رضا قنبرزاده، عضو هیئت مدیره شرکت آسان پرداخت و مدیر توسعه بازار بانک شهر داشتیم، درباره شباهت‌ها و ظرفیت‌های مشترک این دو مجموعه و هم‌افزایی بالقوه میان آنها صحبت کردیم؛ شباهت‌هایی که می‌توانند بستری برای همکاری، نوآوری و خلق ارزش‌های جدید باشند. قنبرزاده توضیح می‌دهد که آسان پرداخت نه تنها یک شرکت PSP است، بلکه با اپلیکیشن آپ و سایر زیرمجموعه‌هایش می‌تواند در حوزه‌های مختلف بانکی و مالی ارزش آفرینی کند و همکاری با بانک شهر به توسعه هر دو مجموعه کمک می‌کند. او به ظرفیت گسترده آپ با بیش از ۲۵ میلیون کاربر فعال و نقش آن در ارائه خدمات نوآورانه بانکی اشاره و تأکید می‌کند که استفاده از داده‌ها و اطلاعات مشتریان هر دو مجموعه، برای طراحی بسته‌های خدمات ترکیبی، یکی از مهم‌ترین برنامه‌های مشترک بانک شهر و آسان پرداخت است. قنبرزاده درباره اهمیت جوان‌پسندی و دیجیتال‌محوری خدمات، از جمله پروژه‌های مرتبط با نسل Z و سرویس‌های BNPL نیز توضیح می‌دهد و نقش بانک شهر در پیشبرد نوآوری و بانکداری دیجیتال را برجسته می‌کند. در ادامه، گزارشی از این گفت و گورا می‌خوانید.



◀ اپلیکیشن «آپ»؛ نقطه اتصال بانک و فین تک

تجربه فعالیت‌های گوناگون بانکی در سال‌های اخیر نشان داده است که آسان پرداخت تنها یک شرکت PSP نیست، بلکه می‌تواند در چندین حوزه مکمل ارزش آفرینی کند. رضا قنبرزاده، عضو

هیئت مدیره شرکت آسان پرداخت و مدیر توسعه بازار بانک شهر، در این باره می‌گوید: «اپلیکیشن آپ می‌تواند یکی از مهم‌ترین نقاط اتصال و همکاری میان بانک شهر و آسان پرداخت باشد. همان‌طور که می‌دانید، آسان پرداخت پرشین فقط یک شرکت



مصرف تراکتس

کسب و کار

۵۷

آخر ۱۴۰۴

سال نهم
شماره نود و نهم

گفت و گو با مریم عزیزی، مدیرعامل هماتیت گلد که می گوید بخشی از رشد این شرکت حاصل همکاری آنها با لندتک هاست

از اعتماد متقابل لندتک ها و پلتفرم های طلا تا یک هم افزایی واقعی

سال گذشته، سال ظهور پلتفرم هایی تازه نفس در گستره فین تک ایران بود؛ کسب و کارهایی فعال در حوزه خرید و فروش آنلاین طلا که از جهاتی دست به کاری بزرگ زدند؛ آنها مرز بین سنت و فناوری را شکستند و نشان دادند دیجیتال سازی حتی در یکی از محافظه کارترین بازارهای ایران نیز ممکن است. آنها در زمانی که اعتماد به خرید آنلاین به چالشی جدی تبدیل شده بود، توانستند مردم را به خرید طلا از این مسیر متقاعد کنند؛ کالایی که حتی در خرید حضوری آن نیز ابهامات فراوانی وجود دارد. مریم عزیزی، مدیرعامل هماتیت گلد، توضیح می دهد که چگونه تجربه شخصی اش از نبود شفافیت در قیمت گذاری و روند فروش در بازار طلا، او را به فکر خلق بستری دیجیتال انداخت تا خرید طلا برای مردم «ساده، شفاف و امن» شود. بستری که با استفاده از ظرفیت های لندتکی و مدل های اعتباری فروش طلا، بخشی از جامعه را هدف قرار داده است که در شرایط تورمی، توان خرید در بازار سنتی را ندارند. همین مسئله ضرورت حضور چنین پلتفرم هایی را بیش از پیش نشان می دهد؛ چرا که این پلتفرم ها ارزش هایی خلق می کنند که در نمونه های سنتی قابل مشاهده نیست. هماتیت گلد که با شعار «خرید اقساطی طلا با هر بودجه و سلیقه ای» وارد بازار شده، از همان ابتدا هدف خود را ساده سازی و شفاف سازی فرایند خرید طلا قرار داده است. عزیزی در این گفت و گو از ورود به بازار سنتی بدون اتکا به روابط صنفی، توسعه سیستم مدیریت سفارش مبتنی بر هوش مصنوعی، بازطراحی وبسایت و گسترش همکاری هایشان با کارگاه های طلا سازی می گوید؛ اقداماتی که همگی با هدف بهبود تجربه خرید آنلاین و افزایش اعتماد مشتریان دنبال می شوند.



◀ تجربه ای شخصی که به تولد یک پلتفرم منجر شد

تولد هماتیت گلد به یک تجربه شخصی بازمی گردد؛ جایی که مریم عزیزی، مدیرعامل این شرکت، برای خرید طلا به بازار می رود و می بیند هر فروشنده پشت ماشین حسابش عددهایی می زند که برای خریدار قابل درک نیست و عدم شفافیت

در نحوه قیمت گذاری و فرایند فروش این فلز گرانبها، او را به این پرسش سوق می دهد که «چه می شد اگر از طریق ابزارهای دیجیتال، بستری فراهم می شد که در آن بتوان طلا را به صورت شفاف، واضح و بدون هیچ نگرانی



رضا ترابی، مدیرعامل شرکت تعارف، درباره جایگاه این شرکت در میان شرکت های لجستیکی فعال در صنعت بانکی می گوید

دومین بازیگر بزرگ کشور در توزیع کارت های بانکی هستیم

لجستیک شهری سال هاست گره ای قدیمی بر گلو اقتصاد دیجیتال ایران است؛ گره ای که در موج نارضایتی کاربران از تحویل های دیر هنگام و فرایندهای مبهم، خود را بیش از پیش نشان می دهد. «تعارف» دقیقاً از دل همین خلأ متولد شد؛ تیمی که از سال ۱۳۹۷ با هدف بازطراحی زنجیره تحویل، از ناوگان اختصاصی و اتصال API تا پل های رصد لحظه ای را در دستور کار قرار داد. در گفت و گو با رضا ترابی، مدیرعامل شرکت تعارف، به مسیر شکل گیری این شرکت، چالش های لجستیکی کشور و ورود تعارف به فضای بانکداری پرداختیم. نقطه تمایز «تعارف» زمانی پررنگ شد که این شرکت توانست صدور و توزیع کارت های بانکی را در بازه های ۲۴ تا ۷۲ ساعته انجام دهد، تحویل ها را بر پایه احراز هویت و کد POD سامان دهد و شفافیتی فراهم کند که هم بانک و هم مشتری به طور هم زمان وضعیت کارت ارسال شده را مشاهده کنند. به گفته ترابی، «تعارف» با تکیه بر سفیران تمام وقت و آموزش دیده، موفق شده است نرخ تحویل بالای ۹۷ درصد را ثبت کند و امروز روزانه تا ۲۵ هزار سفارش بانکی و بیمه ای را پردازش کند. او تأکید می کند که پس از شرکت ملی پست، «تعارف» دومین بازیگر بزرگ کشور در حوزه توزیع کارت های بانکی به شمار می آید.



◀ از دل نارضایتی ها تا تولد «تعارف»

با یک نگاه ساده به فضای مجازی می شود نارضایتی گسترده مردم از تحویل های دیر هنگام و فرایندهای مبهم شرکت های پستی را دید؛ مسئله ای که سال ها گره ای قدیمی بر گلو اقتصاد دیجیتال ایران بود. همین خلأ، انگیزه ی شکل گیری «تعارف» شد. رضا ترابی، مدیرعامل شرکت تعارف، درباره شکل گیری این شرکت می گوید: «تأسیس تعارف به سال ۱۳۹۷ بازمی گردد؛ زمانی که فعالیت خود را ابتدا به عنوان کارگزار شرکت ملی پست آغاز کردیم. پس از مدتی، متوجه شدیم در لجستیک شهری، به ویژه تهران، نیاز بزرگی وجود دارد که شبکه پست پاسخگوی آن نیست. بنابراین تصمیم گرفتیم ناوگان اختصاصی

خود را برای توزیع محصولات فروشگاه های آنلاین در سطح شهر تهران راه اندازی کنیم. این سرویس به مرور گسترش یافت و در نهایت به نقطه ای رسیدیم که دو عامل مهم توجه ما را جلب کرد.»

◀ وقتی لجستیک با بانکداری گره می خورد

«تعارف» در صنعت بانکی نیز به دلیل دیگری شناخته می شود: ارائه خدمات لجستیکی به بانک ها و وثوبانک ها.

به ترتیب از راست به چپ:
مهدی سادات باریکانی
آتوسا فقیه نصیری
محمد احمدی
سمیرا راه چمنی
علی اکبر جعفرآبادی



گفت و گو با پنج تن از سرپرستان بازرگانی مبنا کارت آریا درباره نقش کلیدی تیم ها در ارائه خدمات با کیفیت و جلب رضایت مشتری

تیم های یک سازمان ستون های توسعه و رشد

شرکت بازرگانی مبنا کارت آریا، یکی از فعالان پیشرو در حوزه خدمات بانکی و پرداخت در ایران، طی سال ها فعالیت توانسته با ارائه راهکارهای جامع نرم افزاری و سخت افزاری، اعتماد مشتریان و شرکای تجاری خود را جلب کند. در گفت و گو با سرپرستان این شرکت، به نقش کلیدی واحدهای مختلف در ارائه خدمات با کیفیت، مسیر رشد حرفه ای سرپرستان از سطوح کارشناسی تا مدیریت و چشم انداز توسعه و نوآوری این سازمان پرداخته ایم. این گفت و گوها تصویری جامع از رشد فردی، توسعه سازمانی و نوآوری در مبنا کارت آریا ارائه می کند؛ جایی که هر واحد، از پشتیبانی نرم افزار تا سیستم ها و فرایندها، نقش حیاتی در پیشبرد اهداف و ارتقای تجربه مشتری ایفا می کند. این مجموعه گفت و گوها با سرپرستان بخش های مختلف شرکت مبنا کارت، از پشتیبانی نرم افزار و ارتباط با مشتریان تا انبار، واحد فنی و سیستم ها و فرایندها، تلاشی است برای به تصویر کشیدن پویایی درونی مبنا کارت آریا؛ شرکتی که همزمان رشد حرفه ای کارکنان، توسعه فناوری و بهبود مستمر فرایندها را دنبال می کند. در ادامه گزارشی از گفت و گو با مهدی سادات باریکانی، سمیرا راه چمنی، محمد احمدی، علی اکبر جعفرآبادی و آتوسا فقیه نصیری را می خوانید.



ASAETARAHONESH.IR
ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

پشتیبانی نرم افزار: پلی میان کاربران و توسعه

که این بخش تنها برای رفع ایرادات فنی ایجاد نشده است؛ «واحد پشتیبانی نرم افزار، صرفاً یک بخش فنی نیست؛ بلکه پلی ارتباطی میان کاربران نهایی و تیم های فنی و توسعه است. این واحد وظایفی همچون پشتیبانی فنی، مستندسازی، آموزش کاربران، تحلیل بازخوردها، پیشگیری از بروز مشکلات آتی و همراهی کامل تا زمان رفع مشکل را بر عهده دارد. در واقع، این واحد نقشی استراتژیک در ارتقای کیفیت نرم افزارها و افزایش رضایت مشتریان ایفا می کند.»

واحد پشتیبانی نرم افزار در شرکت مبنا کارت آریا، یکی از بخش های حیاتی و راهبردی این مجموعه است؛ بخشی که علاوه بر نقش فنی، مسئولیت مستقیم در حفظ رضایت مشتریان و ارتقای کیفیت محصولات نرم افزاری شرکت را بر عهده دارد. مهدی سادات باریکانی، سرپرست این واحد، ابتدا درباره تجربیات، وظایف و چشم اندازهای آن صحبت می کند. او از تاریخ ۲۰ مرداد ۱۴۰۲ به عنوان سرپرست واحد پشتیبانی نرم افزار به تیم مبنا کارت آریا پیوسته و به گفته خودش، از همان ابتدا فضای پویا و حرفه ای شرکت، بستر بسیار مناسبی برای رشد و پیشرفت او فراهم کرده است. او در توضیح نقش واحد پشتیبانی نرم افزار، نگاه گسترده تری ارائه می دهد و تأکید می کند



مهرتراکتس

کسب و کار

۶۵

آخر ۱۴۰۴

سال نهم
شماره نود و نهم

در گفت و گو با پرهام قاضی زاده، مدیر واحد عملیات آبان تتر درباره ی رسیدن این پلتفرم به رکورد «۱۰۰۰ رمزارز قابل معامله» مطرح شد

عبور از هزار رمزارز نشانه بلوغ فنی آبان تتر

آبان تتر با ثبت رکورد «۱۰۰۰ رمزارز قابل معامله» به نقطه ای نمادین در مسیر رشد خود رسیده است؛ نقطه ای که به گفته ی پرهام قاضی زاده، مدیر واحد عملیات این پلتفرم، بیش از آن که جنبه ی تبلیغاتی داشته باشد، نشان دهنده ی بلوغ فنی و مدیریتی آبان تتر است. او می گوید رسیدن به این عدد حاصل چند سال توسعه زیرساخت، کنترل ریسک و ارتقای تجربه کاربری بوده و نشان می دهد این پلتفرم اکنون توان پشتیبانی پایدار و ایمن از طیف وسیعی از رمزارزها را دارد. در گفت و گو با پرهام قاضی زاده، مدیر واحد عملیات آبان تتر، درباره ی رسیدن به این نقطه، معیارهای انتخاب رمزارزهای جدید، اهمیت تنوع دارایی ها در جذب و حفظ کاربران و چشم انداز آینده ی آبان تتر در بازار ایران صحبت کردیم. قاضی زاده معتقد است عبور از مرز هزار رمزارز، پایان مسیر نیست؛ بلکه آغاز مرحله ای تازه برای آبان تتر است؛ مرحله ای مبتنی بر آموزش، شفافیت و توانمندسازی کاربران ایرانی در بازار جهانی رمزارز. در ادامه گزارشی از این گفت و گورا می خوانید.



◀ نقطه ی ۱۰۰۰ رمزارز؛ آغازگر مرحله ای تازه از توسعه

پرهام قاضی زاده، مدیر واحد عملیات آبان تتر، درباره ی رسیدن این پلتفرم به رکورد «۱۰۰۰ رمزارز قابل معامله» و چشم انداز آینده ی آن در بازار ایران، تأکید می کند که این عدد برای آبان تتر یک هدف نمادین یا تبلیغاتی نبوده است. به گفته ی او، رسیدن به عدد ۱۰۰۰ رمزارز نتیجه ی طبیعی و منطقی مسیری است که در چند سال گذشته طی کرده اند. او می گوید: «این دستاورد نشان می دهد

زیرساخت فنی و مدیریتی آبان تتر به مرحله ای از بلوغ رسیده که می تواند حجم وسیعی از دارایی های دیجیتال را به صورت پایدار و ایمن پشتیبانی کند.» او می افزاید که اضافه شدن رمزارزهای جدید صرفاً به معنای گسترش فهرست معاملات نیست، بلکه نشانه ای از رشد ظرفیت فنی، کنترل ریسک و ارتقای تجربه ی کاربری است. به گفته ی قاضی زاده، هدف اصلی آنها همیشه فراهم کردن دسترسی کاربران ایرانی به دنیایی متنوع از دارایی های دیجیتال با استاندارد جهانی بوده است. او توضیح می دهد: «رسیدن به ۱۰۰۰ رمزارز نشان می دهد این هدف دیگر در حد چشم انداز نیست، بلکه در عمل محقق شده است. این نقطه برای ما پایان مسیر نیست، بلکه آغاز مرحله ای تازه از توسعه و تنوع در بازار رمزارز ایران است.»

روایتی از زندگی شخصی و حرفه‌ای مهدی فدایی که نشان می‌دهد پشت هر ایده بزرگ، سال‌ها تجربه، تلاش و جسارت ایستاده است

بازدهنیت اقتصاد نفتی نمی‌توان اقتصاد دیجیتال را مدیریت کرد



مهدی فدایی از جمله مدیرانی است که مسیر حرفه‌ای اش با چالش، یادگیری و تحول مستمر همراه بوده است. فعالیت حرفه‌ای فدایی با حوزه حسابداری و پروژه‌های صنعتی آغاز شد، اما روحیه سخت‌کوش او سبب شد در مأموریت‌هایی در نقاط مختلف کشور، از جمله سیستان و بلوچستان، تجربه‌های ارزشمندی در شرایط دشوار کسب کند. او در این دوران آموخت چگونه بحران را مدیریت کند و پروژه‌ها را با وجود کمبود منابع به سرانجام برساند؛ مهارتی که بعدها در مسیر مدیریتی اش نقشی کلیدی ایفا کرد. در ادامه، مسیر کاری او به حوزه نفت و کشتیرانی گره خورد؛ جایی که برای نخستین بار با مفاهیم نوین مالی از جمله رمزارزها آشنا شد. این آشنایی دیدگاه او را به شیوه‌های سنتی سرمایه‌گذاری تغییر داد و زمینه‌ساز ورودش به عرصه فین‌تک شد. فدایی در سال‌های بعد به عنوان معاون مالی و اداری صرافی آبان‌تتر فعالیت کرد و ضمن کسب تجربه در مدیریت مالی شرکت‌های نوآور، با چالش‌های زیرساختی نظام‌های مالی دیجیتال نیز از نزدیک آشنا شد. در ادامه این مسیر، او تصمیم گرفت دانشی را که طی سال‌ها در بازارهای مالی و فناوری به دست آورده بود با یکی از قدیمی‌ترین نمادهای سرمایه‌گذاری در ایران پیوند دهد: طلا. نتیجه این تصمیم، تأسیس پلتفرم آنلاین «طلاسی» بود؛ بستری نوآورانه برای خرید و فروش طلا که امروزه با میلیون‌ها کاربر و خدمات متنوعی همچون بیمه طلا، خرید اعتباری و امکان معامله ۲۴ ساعته، به یکی از بازیگران پیشرو بازار طلا در ایران تبدیل شده است. در این گفت‌وگو با مهدی فدایی، روایتی از زندگی شخصی و حرفه‌ای او را مرور کردیم؛ روایتی از مردی که مسیرش را از زنجان تا قلب فین‌تک ایران ادامه داده است.

از زنجان تا مسیر رشد حرفه‌ای در تهران

مهدی فدایی متولد ۲۳ آذرماه ۱۳۵۷ در شهر زنجان است؛ شهری که تنها تا شش سالگی در آن زندگی کرد و سپس به اقتضای شغل پدرش، آن را ترک کرد. او دوران کودکی خود را هم‌زمان با سال‌های جنگ تحمیلی گذراند. پدرش از نیروهای نظامی بود و طی آن سال‌ها در زنجان خدمت می‌کرد؛ «در آن دوران، گاه برای دیدار پدر بزرگ و مادر بزرگ به تهران رفت و آمد داشتیم. با پایان جنگ و بازگشت پدر از جبهه، خانواده به‌طور دائم به تهران منتقل شد و از آن زمان، این شهر به محل زندگی همیشگی ما تبدیل شد.» فدایی در روایت دوران کودکی اش از خود به‌عنوان پسری پرانرژی و بازیگوش یاد می‌کند؛ فرزند نخست خانواده با برادری کوچک‌تر. او دوران ابتدایی را با فعالیت زیاد و روحیه‌ای سرزنده پشت سر گذاشت و می‌گوید که در مدرسه همیشه مطالب را همان‌جا فرا می‌گرفته و ترجیح می‌داده زمان خود در خانه را صرف بازی و فوتبال کند. با وجود این، عملکرد تحصیلی اش معمولاً در حد «متوسط نزدیک به خوب» توصیف می‌شود. او در دوران دبیرستان رشته علوم انسانی را انتخاب می‌کند و پس از آن، تحصیلات عالی خود را در دانشگاه آزاد اسلامی در رشته حسابداری ادامه می‌دهد: «علاقه‌ام به توسعه توان مدیریتی باعث شد در مقطع کارشناسی ارشد، دوره MBA را در دانشگاه مدیریت تهران طی کنم؛ تجربه‌ای که نقش مهمی در شکل دهی نگرش سیستماتیک و مدیریتی ام در سال‌های بعد ایفا کرده است.»

مأموریت در شرق کشور

مسیر تحصیل فدایی همواره با کار آمیخته بوده است؛ پس از دریافت دیپلم به خدمت سربازی می‌رود و پس از

بازگشت، هم‌زمان با تحصیل، وارد بازار کار می‌شود. او می‌گوید: «اولین تجربه کاری ام در حوزه حسابداری و در شرکت تجهیزات پزشکی تهران سینا بود. بعد از پایان سربازی، حدوداً از اواخر سال ۱۳۷۷ وارد بازار کار شدم و تا سال ۱۳۸۴ در حوزه تجهیزات پزشکی فعال بودم. سپس وارد یک شرکت پیمانکاری در صنعت برق شدم که پروژه‌هایی در نقاط مرزی، از جمله زاهدان داشت.» فدایی پس از آن، برای به‌روز شدن در حوزه مدیریت، دوره MBA و مدیریت مالی دانشگاه تهران را گذراند. او می‌گوید: «در مأموریت‌ها برای نظارت بر ساخت پست‌های برق فشار قوی به شهرهای شرقی و مرزی کشور می‌رفتم. با وجود دشواری‌ها و قصد فسخ قرارداد از سوی کارفرما، با پیگیری و ایجاد رابطه مؤثر توانستم پروژه را در موعد مقرر به پایان برسانم. همیشه باور داشتم انرژی مثبت و امید می‌تواند مسیر کار را جلو ببرد.»

تجربه کشتیرانی و بلاکچین

مسیر حرفه‌ای مهدی فدایی، نمایانگر یک گذار از صنایع سنتی به نوآوری مالی است. پس از سال‌ها فعالیت عملیاتی در حوزه پیمانکاری صنعت نفت و گاز، فدایی وارد بخش کشتیرانی و خدمات فنی دریایی شد؛ صنعتی که نیازمند مدیریت مالی پیچیده در سطح بین‌المللی است. در طول این دوره (تقریباً از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۳۹۸)، تجربه عملیاتی او با سازوکارهای پرداخت بین‌المللی گره خورد: «از جمله این سازوکارها، استفاده از رمزارزها برای تسویه بخشی از پرداخت‌های خدمه کشتی بود. این مواجهه عملی، نقطه تحول کلیدی در درک من از پتانسیل‌های بیت‌کوین و رمزارزها بود و زمینه‌ساز تصمیم جدی ام برای ورود تمام‌عیار به این حوزه در سال ۱۳۹۸ شد.»

ورود به صرافی آبان‌تتر

علاقه فدایی او را به صرافی آبان‌تتر هدایت کرد، جایی که در سال‌های ابتدایی تأسیس، به‌عنوان معاون مالی و اداری فعالیت خود را آغاز کرد: «در بازه زمانی سال ۱۳۹۸ تا ۱۳۹۹ به این مجموعه پیوستم و برای نزدیک به چهار سال، تجربه ارزشمندی در مدیریت مالی یک پلتفرم فین‌تکی کسب کردم؛ تجربه‌هایی که در آبان‌تتر کسب شد، اساس و بنیان فکری بسیاری از ایده‌های پلتفرم طلاسی را برایم شکل داد.»

او با اشاره به زیرساخت‌های مستحکمی که در آبان‌تتر ایجاد کرده بود، می‌گوید: «در آبان‌تتر، ساختار مالی و نظارتی منسجمی پایه‌ریزی شده بود؛ ساختاری که انطباق آن با الزامات سازمان امور مالیاتی و مؤسسات حسابرسی تأیید شده بود. با این حال، دغدغه اصلی ما اخذ

صادق کاشفی

مهرتراک‌نکس

پروفایل

۶۷

آخر ۱۴۰۴

سال نهم
شماره نود و نهم



SCF در ایران

در بخش «تنظیم‌گری» این شماره از عصر تراکنش، به ضرورت توسعه‌ی تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) از زوایای گوناگون پرداخته‌ایم. در یک گزارش تحلیلی با چهار مدیر فعال این حوزه گفت‌وگو کرده‌ایم تا تصویری تازه از وضعیت فعلی SCF در کشور ترسیم کنیم. جمع‌بندی این گفت‌وگوها نشان می‌دهد که SCF در ایران هنوز در مرحله‌ی بلوغ اولیه قرار دارد و مسیر پیش‌رو، نیازمند اصلاحات ساختاری است. سه چالش اصلی نیز بارها از سوی مدیران تکرار شد: زیرساخت داده‌ای ناکافی، ابهام‌های حقوقی و نظارتی، و فرهنگ وثیقه‌محور همراه با آگاهی محدود به‌ویژه در میان بنگاه‌های کوچک و متوسط. در کنار این گفت‌وگو، سه یادداشت از مدیران دیگر را نیز می‌خوانید که هر یک با نگاهی متفاوت توضیح می‌دهند چرا SCF می‌تواند برای اقتصاد ایران یک فرصت استثنایی و راهکار پایدار باشد. برآیند این مجموعه، پیامی روشن دارد: اگر موانع قانونی و زیرساختی برطرف شود، SCF قادر است در افق سه تا پنج ساله به ابزار اصلی توانمندسازی اصناف و بخش واقعی اقتصاد کشور بدل شود.

تنظیم‌گری

در گفت وگو با چهار مدیر صنعت بانکی کشور درباره چالش ها
موانع و آینده تأمین مالی زنجیره ای در ایران مطرح شد

ابزاری برای توانمندسازی اصناف و بخش واقعی اقتصاد

تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) در ایران هنوز در مسیر پرچالشی تا رسیدن به بلوغ قرار دارد. در حالی که این ابزار در بسیاری از اقتصادهای پیشرفته به عنوان یکی از کارآمدترین روش ها برای مدیریت نقدینگی و کاهش ریسک در زنجیره تولید به کار گرفته می شود، در ایران همچنان در مرحله ای آزمون، شکل گیری و گسترش محدود است. به باور مدیران فعال این حوزه، نبود زیرساخت های داده ای یکپارچه، ضعف قوانین و استانداردهای نظارتی، نگاه سنتی بانک ها به وثیقه محوری و آگاهی اندک بنگاه های کوچک و متوسط از مزایای این مدل، از مهم ترین موانع توسعه ای آن به شمار می رود. با این حال، تحولات اخیر در نظام بانکی، افزایش تعامل بانک ها با فین تک ها و حرکت تدریجی به سوی داده محوری، نشانه هایی از تغییر و بلوغ را نمایان کرده است. در این گزارش، در گفت وگو با علی نوری، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر؛ محمد کاظمی، مدیرعامل تجارت شایان؛ مصطفی امینی، مدیرعامل هلدینگ به پویان هوشمند امید و فرهنگ شریفی، مدیرعامل باروک، به بررسی وضعیت فعلی SCF در ایران، چالش های زیرساختی و نهادی آن و نقش فین تک ها در پیوند بانک ها و بنگاه های اقتصادی پرداخته ایم. به باور آنان، با تقویت زیرساخت های داده ای و افزایش آگاهی فعالان اقتصادی، می توان انتظار داشت که طی سه تا پنج سال آینده SCF به ابزاری مؤثر و پایدار در نظام مالی ایران تبدیل شود.



SCF در ایران؛ هنوز در مرحله بلوغ اولیه

که SCF از سطح طرح های آزمایشی به ابزار اصلی تأمین مالی بنگاه ها تبدیل شود. «
او در تحلیل تقسیم نقش نهادهای مختلف در این حوزه می گوید: «زنجیره تأمین مالی ذاتاً میان بخشی است و بدون هماهنگی نهادی موفق نخواهد شد. بانک مرکزی باید تمرکز خود را بر تنظیم استانداردهای مالی و نظارت بر تسویه و اعتبارسنجی بگذارد، در حالی که وزارت صمت مسئول فراهم کردن بستر داده ای و شفافیت زنجیره های تولید است. همچنین نهادهای تنظیم گر باید چهارچوبی برای اشتراک داده میان بانک ها و پلتفرم ها ایجاد کنند. هماهنگی این سه ضلع، پیش شرط هرگونه توسعه پایدار در SCF است.»

سه اقدام کلیدی برای حمایت از گسترش SCF

او برای حمایت از گسترش SCF سه اقدام را کلیدی می داند: نخست، تدوین دستورالعمل های شفاف برای اعتبارسنجی مبتنی بر داده و پذیرش دارایی های غیر ملموس در نظام مالی؛ دوم، ارائه مشوق های مالیاتی و تسهیلاتی به شرکت هایی که از بسترهای SCF استفاده می کنند؛ و سوم، ایجاد پایگاه داده ملی زنجیره تأمین با مشارکت بانک ها، وزارت اقتصاد و صمت. نوری می گوید: «مقررات باید توانمندساز باشند، نه محدودکننده.»
در مورد آینده SCF در ایران، او چشم اندازی مثبت ارائه می دهد و می گوید: «اگر روند فعلی تحول دیجیتال در بانک ها ادامه یابد، در افق پنج ساله می توان انتظار داشت SCF به یکی از ابزارهای اصلی تأمین مالی بنگاه های کوچک و متوسط تبدیل شود. نقش داده، هوش مصنوعی و قراردادهای هوشمند در این مسیر تعیین کننده است. پیش بینی من این است که در چند سال آینده شاهد شکل گیری پلتفرم های ملی SCF

علی نوری، مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر، تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) را در ایران هنوز در «مرحله بلوغ اولیه» توصیف می کند. او می گوید: «در حالی که در بسیاری از اقتصادهای پیشرو، SCF به عنوان ابزار کلیدی مدیریت نقدینگی و کاهش ریسک تأمین کنندگان شناخته می شود، در کشور ما هنوز به صورت جزیره ای و محدود اجرا می شود.» به گفته او، نبود زیرساخت های داده ای یکپارچه، فقدان شفافیت در گردش مالی بنگاه ها و عدم اتصال واقعی میان بانک ها، پلتفرم های فناوری و نهادهای تولیدی، از مهم ترین دلایل بالفعل نشدن ظرفیت های این حوزه است.

نوری موانع توسعه SCF در ایران را در سه سطح زیرساختی، نهادی و فرهنگی دسته بندی می کند. او توضیح می دهد: «از منظر زیرساختی، چالش اصلی، فقدان بسترهای داده ای مشترک میان بانک ها و بنگاه ها است. از نظر نهادی، نبود چهارچوب های قانونی مشخص برای ارزیابی و پذیرش مطالبات در زنجیره، باعث ریسک گریزی بانک ها شده و در بعد فرهنگی نیز هنوز درک درستی از مفهوم تأمین مالی مبتنی بر جریان داده وجود ندارد.» به گفته او، بسیاری از فعالان اقتصادی همچنان SCF را با تسهیلات سنتی اشتباه می گیرند.

در پاسخ به این پرسش که آیا نظام بانکی کشور آمادگی پذیرش مدل های نوین تأمین مالی را دارد یا نه، نوری با نگاهی امیدوارانه می گوید: «بانک های کشور در حال حرکت به سمت پذیرش مدل های جدید مالی هستند، اما آمادگی کامل هنوز حاصل نشده است. بخش زیادی از زیرساخت های بانکی ایران بر پایه اعتبارسنجی سنتی و دارایی محور طراحی شده، در حالی که SCF نیازمند ارزیابی داده محور و لحظه ای است.»

نوری البته تحول نگاه بانک ها به داده و فین تک در سال های اخیر را نشانه ای مثبت می داند و معتقد است اگر این روند با حمایت مقرراتی ادامه یابد، نظام بانکی می تواند در چند سال آینده به بلوغ قابل قبولی برسد.

نقش حیاتی فین تک ها در پیوند بانک ها و بنگاه ها

مدیرعامل هلدینگ فناوری اطلاعات بانک شهر در ادامه، نقش فین تک ها را در توسعه زنجیره تأمین مالی حیاتی توصیف می کند. به گفته او: «فین تک ها حلقه اتصال بانک ها و بنگاه ها هستند. آنها می توانند با ایجاد پلتفرم های داده محور، جریان اطلاعات بین اعضای زنجیره را تسهیل و شفاف کنند. نقش فین تک ها در اعتبارسنجی پویا، طراحی قراردادهای هوشمند و ارائه خدمات لحظه ای بسیار کلیدی است. اگر بانک ها به جای رقابت، با فین تک ها همکاری ساختار یافته داشته باشند، می توان انتظار داشت

مهر ترانکس



ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



علی نوری

خواهیم بود که بانک‌ها، فین‌تک‌ها و تولیدکنندگان را در یک اکوسیستم واحد گرد هم می‌آورد.» با این حال، او معتقد است آگاهی بنگاه‌ها از مزایای SCF هنوز محدود است. نوری می‌گوید: «آگاهی در حال افزایش است اما هنوز فراگیر نشده. بسیاری از بنگاه‌ها، تأمین مالی را صرفاً در قالب دریافت تسهیلات از بانک می‌بینند و با مفهوم بهینه‌سازی نقدینگی در زنجیره آشنایی ندارند.» به اعتقاد او، آموزش و ترویج این مفهوم از طریق انجمن‌های صنفی، اتاق بازرگانی و رسانه‌های تخصصی می‌تواند تأثیر بسزایی در گسترش آن داشته باشد. نوری می‌گوید: «هرچه درک مدیران از SCF عمیق‌تر شود، تمایل آنها برای ورود به این حوزه نیز افزایش خواهد یافت.»

نوری SCF را برای اقتصاد ایران «یک فرصت استثنایی» توصیف می‌کند. او تأکید دارد: «در شرایطی که اقتصاد کشور با محدودیت‌های نقدینگی و نرخ بالای تأمین مالی مواجه است، SCF می‌تواند ابزاری برای آزادسازی سرمایه در گردش و افزایش بهره‌وری بنگاه‌ها باشد. این مدل، اتکا به تسهیلات بانکی را کاهش می‌دهد و به جای تزریق منابع جدید، با مدیریت هوشمند جریان نقد، پویایی اقتصادی ایجاد می‌کند. اگر سیاست‌گذار و بانک‌ها به درستی از آن حمایت کنند، SCF می‌تواند به یکی از موتورهای رشد پایدار اقتصاد ایران بدل شود.»

◀ SCF در ایران؛ در حال شکل‌گیری اما ناهمگن

محمد کاظمی، مدیرعامل شرکت تجارت شایان، وضعیت فعلی تأمین مالی زنجیره تأمین در ایران را هم‌زمان «در حال شکل‌گیری» و «ناهمگن» توصیف می‌کند. او توضیح می‌دهد: «ابزارها و مفاهیم SCF مثل فاکتورینگ معکوس، تنزیل صورتحساب و پلتفرم‌های دیجیتال در فضای رسانه‌ای و بین بازیگران بانکی و فین‌تکی مطرح شده و نمونه‌های پیاده‌سازی آغاز شده است، اما پوشش و نفوذ واقعی در میان شرکت‌های تولیدی و تدارکاتی هنوز گسترده نیست.» کاظمی در عین حال می‌گوید مقررات و راهبردهای بانک مرکزی نسبت به سال‌های گذشته روشن‌تر و البته محافظه‌کارانه‌تر شده است؛ موضوعی که به گفته او «نشانه علاقه نهاد ناظر به سامان‌دهی این حوزه است اما هم‌زمان برخی موانع را هم ایجاد کرده است.»

او در ادامه، موانع توسعه SCF در کشور را در چهار دسته اصلی طبقه‌بندی می‌کند: قانونی، فناورانه، فرهنگی و بانکی. به گفته او، در بخش قانونی و نظارتی، هنوز چهارچوب‌های مشخصی برای ثبت، شفافیت و حفاظت از حقوق طرفین، به‌ویژه در زمینه واگذاری مطالبات و فاکتورسازی وجود ندارد و الزاماتی که بانک مرکزی برای پلتفرم‌ها تعیین کرده، خود به مانعی در مسیر توسعه تبدیل شده است.

در حوزه فناورانه و داده‌ای، کاظمی به «نبود استاندارد یکپارچه الکترونیکی برای صدور و تأیید صورتحساب‌ها و تبادل امن داده بین خریدار، فروشنده و تأمین‌کننده مالی» اشاره می‌کند. از نظر فرهنگی و بازاری نیز او آگاهی پایین بخش عمده‌ای از بنگاه‌ها به‌ویژه SMEها نسبت به مزایا و سازوکارهای SCF و مقاومت در برابر تغییر فرایند پرداخت و گزارش‌دهی را از چالش‌های جدی می‌داند. در

بعد بانکی و ساختاری هم، به گفته او، روندهای ریسک‌محور و نگرانی‌های کنترلی بانک‌ها گاهی سرعت نوآوری را کاهش می‌دهد.

کاظمی در پاسخ به اینکه آیا نظام بانکی آمادگی برای پذیرش و پشتیبانی از SCF را دارد، می‌گوید: «تا حدی بله. بانک‌ها منابع، شبکه مشتریان و تجربه اعتباری لازم را دارند و حتی برخی از بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در حال توسعه پلتفرم‌ها یا محصولات دیجیتال اختصاصی خود هستند؛ اما برای پذیرش گسترده‌تر، نیاز به سه تحول اساسی وجود دارد: تغییر در مدل‌های ریسک‌سنجی، تقویت زیرساخت‌های دیجیتال و تبادل داده امن، و هماهنگی با مقررات جدید. اقدام بانک مرکزی در ملزم کردن مؤسسات به ثبت و رعایت چهارچوب‌های مشخص، نشانه‌ای از آمادگی است، هرچند محتاطانه.»

او در ادامه بر نقش کلیدی فین‌تک‌ها تأکید می‌کند و می‌گوید که فین‌تک‌ها می‌توانند نقش محوری در توسعه SCF ایفا کنند. به گفته کاظمی، این نقش شامل توسعه پلتفرم‌های اتوماسیون برای مدیریت و تأیید صورتحساب‌ها، تسهیل اتصال بین خریدار، فروشنده و تأمین‌کننده مالی، ارائه مدل‌های ریسک‌سنجی مبتنی بر داده و هوش مصنوعی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و کاهش هزینه‌های پردازش و زمان ارائه تسهیلات است. او معتقد است همکاری بانک‌ها و فین‌تک‌ها، پس از مشخص شدن چهارچوب نظارتی، سریع‌ترین مسیر گسترش SCF در کشور خواهد بود.

◀ تقسیم نقش میان نهادها؛ از بانک مرکزی تا وزارت صمت

در خصوص تقسیم نقش میان نهادهای اصلی، کاظمی طرحی ارائه می‌دهد و می‌گوید: «بانک مرکزی باید چهارچوب‌های نظارتی کلی را برای مؤسسات اعتباری و پلتفرم‌های مالی تعیین کند، از جمله ثبت، گزارش‌دهی، مقابله با پول شویی و صدور مجوز برای محصولات جدید بانکی و نظارت بر انطباق. وزارت صنعت، معدن و تجارت باید تسهیلگر پذیرش تجاری در زنجیره‌های تولیدی باشد و خریداران بزرگ دولتی یا خصوصی را به استفاده از SCF تشویق کند، ضمن اینکه به استانداردهای داده‌های تجاری و صورتحسابی کمک کند.» در کنار این دو، به گفته کاظمی، نهادهایی مانند سازمان امور مالیاتی، سازمان بورس و نهادهای حاکم بر حقوق قراردادها نیز باید شفافیت مالیاتی، تسهیل قواعد واگذاری مطالبات و سازوکارهای حقوقی حل اختلاف را تضمین کنند. او تأکید می‌کند که این تقسیم کار، همکاری بین‌سازمانی گسترده‌ای می‌طلبد تا خلأهای مقرراتی و عملیاتی برطرف شود.

در مورد حمایت‌ها و مقررات لازم برای گسترش SCF، مدیرعامل تجارت شایان چهار اقدام کلیدی را برمی‌شمرد: «ایجاد چهارچوب حقوقی شفاف برای واگذاری مطالبات، ثبت الکترونیکی فاکتورها و تضمین اجراپذیری قراردادهای فکتورینگ؛ فراهم کردن استاندارد تبادل الکترونیک صورتحساب برای کاهش اصطکاک داده‌ای بین طرف‌ها؛ اعطای مشوق‌های موقتی یا تسهیلات نظارتی برای پروژه‌های پایلوت بانک‌ها و فین‌تک‌ها با کنترل ریسک و گزارش‌پذیری مشخص؛ و در نهایت شفاف‌سازی مسائل مالیاتی و حسابداری مرتبط با تنزیل و واگذاری مطالبات تا بنگاه‌ها از پیامدهای مالی آن اطمینان یابند.»

◀ رشد تدریجی و گسترش پلتفرم‌ها

او آینده SCF در ایران را در افق سه تا پنج سال آینده «رشد قابل توجه اما تدریجی» می‌داند. کاظمی می‌گوید: «احتمالاً بانک‌ها و چند فین‌تک پیشرو پلتفرم‌های SCF را گسترش می‌دهند، نهاد ناظر چهارچوب‌های بیشتری وضع می‌کند و نمونه‌های موفق در صنایع کلیدی مانند ساخت‌وساز، نفت و گاز و صنایع غذایی الگو خواهند شد. اما نفوذ کامل به کل زنجیره‌ها و SMEها بستگی دارد به سرعت اصلاح مقررات، ارتقای زیرساخت داده‌ای و افزایش آگاهی بنگاه‌ها. گزارش‌های زیست‌بوم نوآوری نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری و توجه به این حوزه در حال افزایش است.»

◀ آگاهی محدود SMEها؛ نیاز به آموزش و نمونه‌های عملی

به گفته کاظمی، در میان مدیران ارشد و شرکت‌های بزرگ، آگاهی نسبت به مزایای SCF افزایش یافته و مزایایی مانند بهبود گردش وجوه، کاهش هزینه‌های تأمین مالی و تقویت روابط تجاری بهتر شناخته شده است. اما در مقابل، در میان اکثریت بنگاه‌های کوچک و متوسط آگاهی و آمادگی برای پیاده‌سازی هنوز محدود است و به همین دلیل او بر ضرورت آموزش، اجرای پایلوت‌های موفق و نمایش نتایج مالی ملموس تأکید می‌کند.

او سپس زنجیره تأمین مالی را برای اقتصاد ایران «یک فرصت استثنایی، هرچند



۳ نکته و ۳ راهکار



یاسر مرادی

عضو هیئت مدیره بانک صادرات ایران



راهکاری مؤثر برای کنترل تورم مورد حمایت دولت و بانک مرکزی قرار گیرد.

پیشنهادهای راهکارهای عملی برای توسعه SCF در ایران

۱. ایجاد پلتفرم ملی برای کسب و کارهای خرد: ایجاد یک پلتفرم ملی فراگیر که خدمات مرتبط با SCF، مالیات، اعتبارسنجی و رتبه‌بندی را به صورت یکپارچه ارائه دهد، می‌تواند به کسب و کارهای خرد در بهبود دسترسی به منابع مالی کمک کند. این پلتفرم باید فضای همکاری میان تمامی بازیگران اقتصادی را فراهم کند و تجربه کاربری مطلوبی ارائه دهد. از سوی دیگر، بسیاری از صاحبان کسب و کارهای خرد در ایران از ظرفیت‌های تأمین مالی نوین مانند SCF بی‌اطلاع‌اند؛ بنابراین برگزاری برنامه‌های آموزشی برای افزایش آگاهی عمومی و توانمندسازی مالی در این حوزه ضروری است تا کسب و کارهای خرد بتوانند از پتانسیل‌های موجود بهره‌برداری کنند.

۲. اعتبارسنجی هوشمند بر مبنای داده‌های واقعی: در حالی که بانک‌ها معمولاً از مدل‌های سنتی اعتبارسنجی استفاده می‌کنند، فین‌تک‌ها می‌توانند علاوه بر داده‌های سنتی با تحلیل داده‌های واقعی کسب و کارها (مانند میزان خرید و فروش، سابقه بازپرداخت بدهی‌ها و ارزش برند) اعتبار این کسب و کارها را به صورت دقیق‌تر و هوشمندانه ارزیابی کنند و در نتیجه، احتمال نکول تسهیلات و تعهدات را به طور ملموسی کاهش دهند.

۳. اصلاحات قانونی و حمایت از فین‌تک‌ها: برای رشد و توسعه پایدار فین‌تک‌ها و افزایش اثربخشی آنها در فرایند تأمین مالی زنجیره تأمین، ضروری است که چهارچوب‌های قانونی شفاف و منسجم ایجاد شود تا نظارت هوشمند و منظم جایگزین محدودیت‌های غیرضروری شود. همچنین، بانک‌ها نباید فین‌تک‌ها را تهدیدی برای خود بدانند؛ بلکه می‌توانند با همکاری با این پلتفرم‌ها، از ظرفیت‌های نوآورانه آنها در تحلیل داده و پاسخگویی سریع به نیازهای اقتصادی بهره‌مند شوند. این همکاری می‌تواند به طور موثری به پاسخگویی به نیازهای کسب و کارها و بهبود سیستم مالی کشور کمک کند

تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) ابزاری نوآورانه و کارآمد است که به کسب و کارها، به ویژه تأمین کنندگان، این امکان را می‌دهد تا برای بهبود نقدینگی، کاهش هزینه‌ها و ارتقای روابط تجاری، بدون تغییر یا تأخیر در زمان پرداخت از سوی خریداران، زودتر به منابع مالی خود دست یابند. این روش به ویژه در شرایط اقتصادی چالش‌برانگیز و در کشورهایی که با مشکلات مالی و ناترازی منابع روبه‌رو هستند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در ایران، با وجود پتانسیل‌های بالای SCF، این روش به دلیل عواملی نظیر کمبود شفافیت مالی و نبود تمایل برای تحقق آن، ضعف در زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، آگاهی محدود در میان کسب و کارهای کوچک و همچنین نامتقارن بودن ساختار زنجیره تأمین خرد و کلان، نتوانسته به طور کامل توسعه یابد. افزایش فراگیری مالی در سطح اقتصاد خرد و بنگاه‌های کوچک و فراگیر شدن این روش تأمین مالی، نقش تعیین‌کننده‌ای در رشد اقتصادی و افزایش قدرت خرید جامعه دارد. در ادامه به هفت نکته مهم در خصوص این شیوه نوین تأمین مالی اشاره می‌کنیم.

۱. کسب و کارهای خرد، سیستم بانکی و فین‌تک‌ها: در ایران، بسیاری از کسب و کارهای کوچک به دلیل نداشتن وثیقه، سابقه اعتباری و سایر الزامات، از مزایای سیستم بانکی محروم مانده‌اند و معمولاً به سیستم‌های مالی سنتی متکی‌اند و تنها از خدمات پایه استفاده می‌کنند؛ در نتیجه، دسترسی محدودی به منابع مالی دارند. در چنین شرایطی، تأمین مالی از طریق زنجیره تأمین می‌تواند به عنوان راهکاری مؤثر مطرح شود. در عین حال، فین‌تک‌ها که در ارائه خدمات بانکی به کاربران نسل جوان جایگاه ویژه‌ای دارند، در میان کسب و کارهای خرد سهم کمتری دارند و معمولاً فروش تولیدکنندگان عمده را پوشش می‌دهند. فین‌تک‌ها می‌توانند با ایجاد پلتفرم‌های دیجیتال، ارتباط میان تأمین کنندگان بزرگ و کسب و کارهای خرد را تسهیل کرده و دسترسی آسان‌تری به منابع مالی فراهم کنند.

۲. مشکلات زیرساختی و صدور فاکتورها: از جمله موانع توسعه SCF در ایران می‌توان به داده‌های نادرست، نبود شفافیت در فاکتورها و فقدان زیرساخت‌های یکپارچه اشاره کرد. رفع این چالش‌ها برای بهره‌برداری مؤثر از پتانسیل‌های SCF ضروری است. پلتفرم‌های فعال در این صنعت می‌توانند با استفاده از داده‌های واقعی، اعتبارسنجی هوشمند انجام داده و به تأمین کنندگان کمک کنند تا بدون نیاز به سیستم‌های بانکی سنتی از امکانات مالی بهره‌مند شوند. تجربه کشورهای مختلف مانند چین، اندونزی و مکزیک نشان می‌دهد نقش آفرینی فین‌تک‌ها در افزایش فراگیری مالی زمانی موفق بوده که سه عامل کلیدی فراهم بوده است: زیرساخت دیجیتال باز و اتصال API، دسترسی آزاد به داده‌های مالی برای اعتبارسنجی هوشمند و حمایت قانونی از فین‌تک‌ها همراه با رقابت سالم با بانک‌ها.

۳. نقش دولت و بانک مرکزی: بسیاری از پلتفرم‌های موجود در کشور در اکوسیستم‌های محدود فعالیت می‌کنند و کاربران برای استفاده از خدمات مختلف مجبور به استفاده از چندین پلتفرم موازی هستند. دولت و بانک مرکزی می‌توانند با همکاری سایر پلتفرم‌ها، یک پلتفرم ملی و یکپارچه برای پوشش تمام فرایندهای مرتبط با SCF، مالیات، اعتبارسنجی و رتبه‌بندی طراحی کنند. از آنجا که این ابزار نوین تأمین مالی از خلق متعدد نقدینگی و فشار مضاعف بر منابع شبکه بانکی جلوگیری کرده و مصرف منابع را در مسیر درست هدایت می‌کند، می‌تواند به عنوان

مصرف تراکتس



۸۴

ASAPETRAARHONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

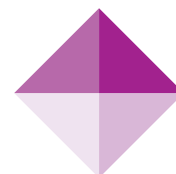
نقشه راه در GenAI سازمان‌ها

در بخش «جهان» این شماره از عصر تراکنش، متنی منتخب از هاروارد بیزینس ریویو با عنوان «راهنمای هوش مصنوعی مولد برای سازمان‌ها و کسب‌وکارها» را ترجمه کرده‌ایم. این مطلب یک نکته‌ی کلیدی را برجسته می‌کند: مدیران به جای خیره ماندن به «کاستی‌های مدل‌های هوش مصنوعی» یا پرسیدن اینکه «این فناوری چقدر هوشمند است و چه زمانی کامل می‌شود؟»، باید بر پیامدهای راهبردی آن تمرکز کنند؛ یعنی اینکه امروز کجا و چگونه می‌توان از هوش مصنوعی برای خلق مزیت رقابتی بهره‌گرفت. این مقاله توصیه می‌کند سریع حرکت کنید، اما متفاوت؛ چون وقتی دسترسی همگانی است، مزیت پایدار، از نحوه‌ی استفاده‌ی متمایز می‌آید، نه صرفاً از سرعت. همچنین رویکرد «صبر کن و ببین» را پرریسک می‌داند و بر هم‌ترازی راهبرد، داده و انسان تأکید می‌کند. این ترجمه، نقشه‌ای فشرده و کاربردی پیش‌روی مدیران می‌گذارد تا بهره‌وری کوتاه‌مدت را به برتری رقابتی پایدار تبدیل کنند؛ پیش از آن‌که رقبا به آن برسند.

جهان



مهر ترانکس



ASAE TAAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

راهنمای هوش مصنوعی مولد برای سازمان ها و کسب و کارها

چه زمانی شروع کنیم چگونه متفاوت شویم؟

۲۰ بازیگر اصلی هوش مصنوعی در ایران

هوش مصنوعی آدان
Adan artificial intelligence

مُهچین
گروه فناوری اطلاعات و ارتباطات

اسمایلینو

جیدیت

EBCOM
همراه کسب و کارهای هوشمند

مابنا کارت آریا
Mabna Card Aria
Commercial Company

پارت ۷۷
شرکت پردازش اطلاعات مالی
دستیار هوشمند اقتصادی تسما

مختصر داده

گروه فناوری یزن

داتا

**شرکت تجارت الکترونیک
و فناوری اطلاعات ملل**
Metal Electronic Commerce and
Information Technology Company

رهند هوشمند
خلق تجربه دیجیتال

یوآیدی
هویت امن دیجیتال

داتین

TOSAN TECHNO
Smart Innovation

دیبارایات
ارائه دهنده راهکارهای هوش مصنوعی

اندیشه نگار ایر

ADANIC

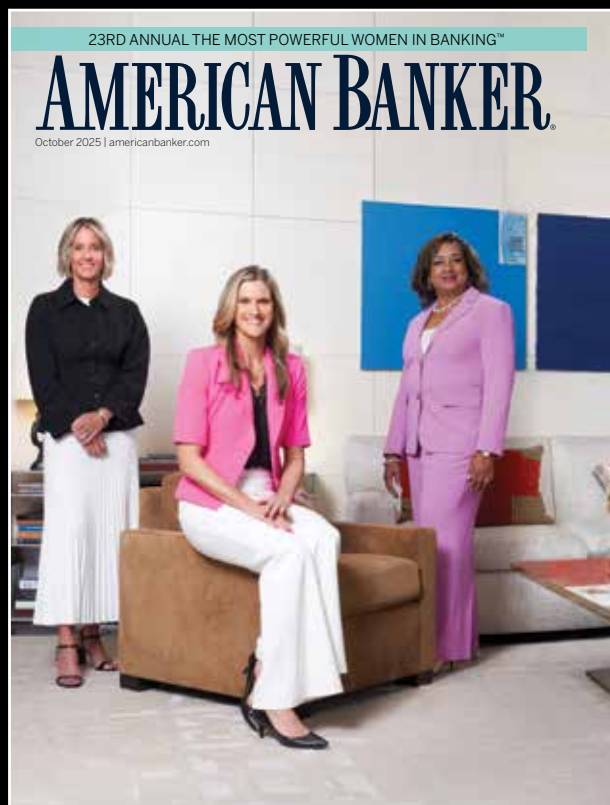
داده کاوان توسن

نیبال

در بخش «راهنما»ی این شماره از عصر تراکنش، طبق روال همیشگی، مروری بر تازه‌ترین مطالب شش مجله معتبر فناوری مالی جهان داشته‌ایم تا تصویر به‌روزی از روندهای جهانی فین‌تک ارائه کنیم. در ادامه، چهار کتاب را نیز معرفی کرده‌ایم: «شاعران زمان جنگ»، «چگونه در باره‌ی هوش مصنوعی بیندیشیم؟»، «سال فناوری ۲۰۲۶» و «دگرگونی‌های شگرف». در بخش معرفی محصولات نیز دستگاه کارت خوان پارت ارتباط آوامدل H9PRO را بررسی کرده‌ایم؛ محصولی که با ترکیب فناوری، کارایی و اطمینان، گزینه‌ای قابل اعتماد برای کسب‌وکارهای ایرانی به شمار می‌آید.

همچنین دو گزارش ویژه در این بخش داریم: نخست، معرفی ۲۰ شرکت بانکی و پرداخت فعال در حوزه‌ی هوش مصنوعی که نشان می‌دهد چگونه هوش مصنوعی به ابزار اصلی ارتقای کارایی، امنیت و تجربه‌ی کاربری در نظام مالی کشور تبدیل شده است؛ و دوم، گزارشی از مدیران عامل زن در صنعت مالی ایران که به معرفی زنان اثرگذار این حوزه پرداخته است.

راهنما



قدرتمندترین زنان

گزارش اصلی این شماره از مجله آمریکن بنکر به معرفی زنان رهبر در بزرگترین مؤسسات مالی آمریکا می‌پردازد. برای

پنجمین سال پیاپی، چین فریزر، مدیرعامل سیتی‌گروپ، در صدر این فهرست قرار دارد. فریزر در گفت‌وگو با آمریکن بنکر از برنامه خود برای «بازآفرینی کامل سیتی» سخن می‌گوید؛ بانکی که او از سال ۲۰۲۱ هدایتش را بر عهده گرفته و اکنون در مسیر تبدیل به ساختاری چابک‌تر، سودآورتر و متمرکز بر پنج هسته اصلی کسب‌وکار قرار دارد. در ادامه، جنیفر پیپسزاک، مدیر ارشد عملیاتی جی‌پی مورگان چیس، به‌عنوان نفر دوم معرفی شده است؛ او با تمرکز بر تحول دیجیتال، راهبری فناوری و توسعه استعدادهای انسانی، در تلاش است «بانک آینده» را بسازد. پس از او، مری ان لیک، مدیر بخش بانکداری خرد و جامعه در جی‌پی مورگان، به دلیل رشد چشمگیر کارت‌های اعتباری و مدیریت ثروت، در رتبه سوم قرار دارد. یکی از مقالات تحلیلی مهم این شماره از آمریکن بنکر، به نقش فناوری در بازتعریف مفهوم ریسک بانکی می‌پردازد. نویسندگان با اشاره به ابتکارات جودی ریچارد (U.S. Bank) و جنیفر تیلور (Citi) توضیح می‌دهند که چگونه استفاده از ابزارهای

آمریکن بنکر

تاریخ انتشار

اکتبر ۲۰۲۵

صاحب امتیاز

آریزنت

تیراژ

انتشار آنلاین

انتشار اولین شماره

۱۸۸۵

دفتر مرکزی

-

وبسایت

americanbanker.co

سوزدها

#زنان#صنعت بانکی

#مدیریت_دارایی

هوش مصنوعی متهم به حباب

مهم‌ترین مطالب شماره نوامبر ۲۰۲۵ مجله بلومبرگ بیزینس ویک، تصویری چندبعدی از فناوری، اقتصاد و سبک زندگی در

بلومبرگ
بیزینس ویک

آمریکا ترسیم می‌کنند. یکی از گزارش‌های این شماره از بلومبرگ به پرسشی بنیادین می‌پردازد: آیا سرمایه‌گذاری‌های عظیم شرکت‌های فناوری در حوزه هوش مصنوعی، آغازگر یک حباب اقتصادی جدید است؟ نویسندگان با یادآوری تجربه سقوط شرکت‌های فیبر نوری در سال ۲۰۰۰ (که منجر به از بین رفتن بیش از ۵۰۰ میلیارد دلار شد) روند کنونی را با آن دوران مقایسه کرده‌اند. امروز، پنج غول بزرگ فناوری بیش از ۳۷۱ میلیارد دلار برای ساخت دیتاسنترهای موردنیاز مدل‌های هوش مصنوعی هزینه می‌کنند؛ رقمی که تا سال ۲۰۳۰ می‌تواند به ۵.۲ تریلیون دلار برسد. در این میان، تحلیلگرانی مانند هریس کوپرمن هشدار می‌دهند که در صورت عدم بازدهی واقعی، این صنعت ممکن است با کسری سالانه ۸۰۰ میلیارد دلاری مواجه شود. این مقاله با نگاهی نقادانه، جذاب و مستند، پرسش مهمی را مطرح می‌کند: آیا شور جهانی پیرامون هوش مصنوعی تکرار ماجرای «نور پرومته» در فیبر نوری خواهد بود؟

گزارش دیگری در این شماره از بلومبرگ با تیتیر «رابین‌هود روی نوزادان و حساب‌های باننشستگی شرط بسته است» به بررسی استراتژی تازه شرکت رابین‌هود می‌پردازد که پس از دوران سرمایه‌گذاران نسل هزاره، حالا می‌خواهد با تمرکز بر حساب‌های باننشستگی و حتی سرمایه‌گذاری برای نوزادان و خانواده‌ها، نسل جدیدی از کاربران را وارد بازار کند. در این مسیر، رابین‌هود با عبور از فرازونشیب‌های دوران ترامپ، به دنبال تثبیت جایگاه خود در شاخص S&P 500 و تبدیل شدن به بازیگری پایدار در بازار مالی آمریکاست.

مهرتراکتش



۹۴

ASAE TARA HONESH I.R.

ماهنامه اختصاصی مدیران فناوری‌های مالی ایران

تاریخ انتشار

نوامبر ۲۰۲۵

صاحب امتیاز

شرکت بلومبرگ

تیراژ

۲۲۰ هزار

انتشار اولین شماره

۱۸۹۹

دفتر مرکزی

نیویورک، آمریکا

وبسایت

bloomberg.com/

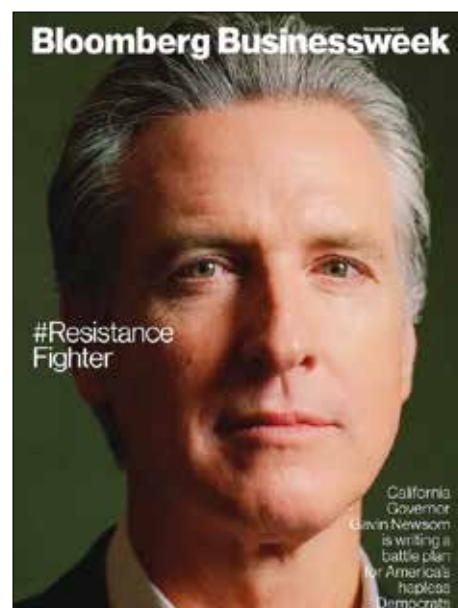
businessweek

سوزدها

#هوش مصنوعی

#رابین‌هود

#کارت اعتباری



شاعران زمان جنگ

درس هایی از یک منطقه ی جنگی



عنوان اصلی
Lessons from a Warzone: How to be a Resilient Leader in Times of Crisis
نویسنده
Louai Al Roumani
مترجم
امیر تقوی
انتشارات
راه پرداخت
سال انتشار
۱۴۰۴

سرمایه گذاری کند، نمونه ای فاحش از بهترین عملکرد منابع انسانی است: برای حفظ کارکنان، حتی در سخت ترین شرایط، باید به آنها احساس رشد و پیشرفت بدهید. الرومانی توضیح می دهد بانک برای کاهش هزینه ها، چاپ رنگی اسناد اداری را در کل سازمان متوقف کرد؛ در عوض، تنوع چای و دمنوش در محل کار را افزایش داد. این کار روحیه ی کارکنان را افزایش و عملکردشان را بهبود داد.

این کتاب پر است از جزئیات حیرت انگیز درباره ی اداره ی بانک در شهری جنگ زده و ویران. نکته ی قابل تأمل کتاب تواضع، خودشناسی و تلاش الرومانی برای داشتن عملکرد درست در قبال جامعه و فرهنگش است؛ ویژگی هایی که بد نیست هر مدیر و رهبر دیگری نیز در خود پرورش دهد. ♦

چرا مهم است: رهبری مؤسسه ی مالی حتی در بهترین شرایط هم دشوار است، چه برسد به اینکه بخواهید در بحبوحه ی جنگ یک بانک را اداره کنید. لوئی الرومانی از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ دقیقاً همین کار را انجام داد؛ وقتی کشور الرومانی وارد جنگ داخلی شد، او مدیر مالی بانک خرده فروشی بانک بמו سعودی فرانسوی (BBSF) در سوریه بود.

الرومانی در کتاب «شاعران زمان جنگ» صحنه ها و تأملاتش را از این تجربه کنار همدیگر چیده که در نهایت نوعی درسنامه ی روشنگر و الهام بخش درباره ی رهبری را در اختیار خواننده قرار می دهد.

اینکه بانکی در دمشق (آن هم وقتی شهر در محاصره ی داعش بود) تصمیم بگیرد روی آموزش های پیشرفته برای کارکنانش

مصرف تراکتس



۹۸

ASAE TARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران



عنوان اصلی
The Insights You Need : ۲۰۲۶, The Year in Tech from Harvard Business Review
نویسندگان
اسکات دی. آنتونی، امی وب، خوزه پارا-مایانو و کریستینا شیم
انتشارات
هاروارد بیزینس ریویو
سال انتشار
۲۰۲۵

سنسورهای پیشرفته و زیست مهندسی، نشان می دهد چگونه فناوری در حال بازتعریف سازمان ها در دفترهای هیبریدی، خطوط تولید و اتاق های تصمیم گیری است. نویسندگان مطرحی چون امی وب، اسکات آنتونی، خوزه پارا-مایانو و کریستینا شیم در این اثر به مدیران و رهبران سازمانی کمک می کنند تا درک کنند چگونه می توانند از فرصت های ناشی از این تحولات بهره برداری کنند و از خطرات اختلال های فناورانه در امان بمانند.

این کتاب نه تنها نقشه ای برای رقابت و رشد در عصر فناوری های نو است، بلکه به مدیران یادآوری می کند که آینده ی کسب و کار، به میزان آمادگی آنان برای درک، پذیرش و هدایت تغییرات فناورانه بستگی دارد. ♦

چرا مهم است: کتاب «سال فناوری ۲۰۲۶» بخشی از مجموعه ی تحلیلی Insights You Need from HBR است که هدفش فراهم کردن چهارچوب های کاربردی برای تصمیم سازی در دنیای متغیر امروز است.

این کتاب به شما کمک می کند تا درک کنید جدیدترین و مهم ترین نوآوری های فناورانه چه معنایی برای سازمان شما دارند و چگونه می توانید از آنها برای رقابت و پیروزی در دنیای پرتلاطم کسب و کار امروز استفاده کنید. با مطالعه این کتاب، درک خود را از موضوعاتی که آینده شرکت شما را شکل می دهند، عمیق تر می کنید. این کتاب با نگاهی جامع به تحولات پیش رو در حوزه هایی چون هوش مصنوعی عامل محور (Agentic AI)، سلامت هوشمند،



معصرتراکنش



ASAEETARAKHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

معرفی ۲۰ شرکت بانکی و پرداخت فعال در حوزه هوش مصنوعی در کشور

پیشگامان هوش مصنوعی در ایران

در سال های اخیر، هوش مصنوعی به یکی از محورهای تحول دیجیتال در صنعت بانکی و پرداخت ایران تبدیل شده است. از بهبود تجربه مشتری و افزایش امنیت تراکنش ها گرفته تا تحلیل داده های کلان و مدیریت ریسک، شرکت های فعال در این حوزه با توسعه راهکارهای فناورانه توانسته اند سرعت، دقت و کارایی خدمات مالی را به طور چشمگیری ارتقا دهند. این مجموعه ها نه تنها خدمات سنتی بانکی را هوشمند کرده اند، بلکه با ارائه ابزارهای کاربردی مبتنی بر مدل های زبانی، یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی، فرایندهای پیچیده ای مانند احراز هویت دیجیتال، اعتبارسنجی، مدیریت چک و تحلیل تراکنش ها را به شکل خودکار و امن انجام می دهند. شرکت هایی مانند «پارت»، «داتا»، «یوآیدی»، «بازرگانی مینا کارت آریا»، «توسن تکنو»، «فام»، «پرنده»، «جیبیت»، «داده کاوان توسن»، «عصر داده»، «اسمایلینو»، «زیبال»، «آدان»، «اندیشه نگار پارس»، «دیبا رایان»، «مهیمن»، «داتین»، «آدانیک»، «رهند هوشمند» و «EBCOM» همگی نمونه های بارز شرکت هایی هستند که با سرمایه گذاری در هوش مصنوعی، خدمات مالی را در کشور به سطحی نوآورانه ارتقا داده اند. این گزارش با معرفی هر یک از این شرکت ها، قابلیت ها و محصولاتشان، نشان می دهد که هوش مصنوعی چگونه به ابزاری کلیدی برای افزایش کارایی، امنیت و رضایت کاربران در اکوسیستم مالی کشور بدل شده است.



پردازش اطلاعات مالی پارت



شرکت «پردازش اطلاعات مالی پارت» فعالیت خود را در سال ۱۳۹۲ آغاز کرد. این مجموعه در طول سال‌های فعالیت خود، تمرکز اصلی را بر توسعه‌ی خدمات و محصولات فناورانه قرار داده و با ارائه‌ی راهکارهایی همچون اپلیکیشن «سیگنال» (ارائه‌دهنده‌ی خدمات بازارهای مالی و سرمایه)، اپلیکیشن «آی‌کاپ» (ارائه‌دهنده‌ی خدمات بانکی نوین)، و همچنین سامانه‌ها و زیرساخت‌هایی نظیر احراز هویت و امضای دیجیتال «فرانشاسا»، «سفته‌ی الکترونیک آی‌کاپ» و «ارزیابی اعتباری مرآت»، نقش مؤثری در ارتقای اکوسیستم فناوری و نوآوری کشور ایفا کرده است. از آغاز دهه‌ی جدید و در سال ۱۴۰۰، پارت تمرکز و توان خود را به صورت ویژه به حوزه‌ی در حال رشد هوش مصنوعی معطوف کرد. این شرکت با سرمایه‌گذاری گسترده و توسعه‌ی «مرکز تحقیقات هوش مصنوعی پارت»، گام‌های جدی و هدفمندی در مسیر توسعه‌ی فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی برداشت و توانست بزرگ‌ترین مجموعه‌ی متخصصان این حوزه را در کشور گرد هم آورد. ثمره‌ی این رویکرد، عرضه‌ی «بازارچه سرویس‌های ابری هوش مصنوعی» در سال ۱۴۰۱ و معرفی اپلیکیشن «هوش مصنوعی ویرا» در سال ۱۴۰۲ بود. اپلیکیشن ویرا با هدف فراهم کردن مجموعه‌ای از کاربردی‌ترین ابزارهای هوش مصنوعی برای کاربران فارسی‌زبان توسعه یافته است؛ ابزاری که بدون محدودیت‌های فیلترینگ و با سهولت دسترسی، در اختیار گروه‌های مختلفی از جمله علاقه‌مندان به هوش مصنوعی، تولیدکنندگان محتوا، طراحان گرافیک، خبرنگاران، محققان، معلمان، دانش آموزان، دانشجویان و عموم کاربران ایرانی قرار دارد.

وجه تمایز ویرا در مقایسه با سایر ابزارهای مشابه، استفاده از مدل‌های بومی و داخلی است که به‌طور کامل توسط متخصصان مرکز تحقیقات هوش مصنوعی پارت و با تکیه بر داده‌ها و زبان فارسی توسعه یافته‌اند. تا امروز، اپلیکیشن ویرا با بیش از چهار میلیون نصب و بیش از یکصد میلیون خروجی تولیدشده از مدل‌های مختلف، به یکی از موفق‌ترین نمونه‌های کاربردی هوش مصنوعی داخلی تبدیل شده است. این آمار، نشان‌دهنده‌ی اعتماد کاربران ایرانی به یک ابزار پایدار و بومی و نویدبخش پویایی و تحول در اکوسیستم فناوری کشور است.

داتا



داتا یکی از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ فناوری و نوآوری بانک تجارت (تفتا) است که در سال ۱۴۰۲ با مأموریت توسعه زیرساخت‌ها و ارائه خدمات یکپارچه در مدیریت، تجزیه و تحلیل و بهره‌برداری از کلان‌داده‌های بانکی پایه عرصه گذاشت. داتا امروز با تکیه بر تیمی حدوداً ۸۰ نفره از متخصصان هوش مصنوعی و کلان‌داده، داده‌کاوی، امنیت و مدیریت داده و... با زوی رسمی بانک تجارت در حوزه علوم داده و هوش مصنوعی است. پیشنهاد ارزش داتا بر «مسئله‌محوری» و «زنجیره‌ی کامل داده تا تصمیم» بنا شده است. معماری سازمانی شرکت پنج لایه دارد: ۱) زیرساخت داده برای تجمیع، یکپارچگی و مقیاس‌پذیری کلان‌داده‌ها (۲) تحلیل داده (۳) تولید سامانه‌ها و خدمات داده‌محور مانند مدیریت ریسک، کشف تقلب، مبارزه با پول‌شویی و اعتبارسنجی (۴) آموزش، مشاوره و پیاده‌سازی حاکمیت داده و (۵) سرویس‌ها و محصولات

هوش مصنوعی. چنین چینی باعث می‌شود داتا، به‌جای ساخت ابزارهای پرزرق و برق، دقیقاً سراغ مسائلی برود که ارزش عملی برای بانک‌ها خلق می‌کنند.

مشتریان هدف داتا بانک‌ها و بازیگران اکوسیستم مالی‌اند که با حجم بالای تراکنش و داده مواجه‌اند و به دنبال تصمیم‌گیری، نوآوری و چابکی مبتنی بر داده هستند. به عقیده مدیران این شرکت، مزیت رقابتی داتا از سه وجه می‌آید: نخست، توان اجرای پایان به پایان (End-to-End) از زیرساخت تا محصول هوشمند؛ دوم، تجربه عملیاتی در مقیاس بزرگ بانک تجارت (از جمله تجمیع چندمیلیارد رکورد تراکنشی روزانه و ارائه گزارش‌های دوره‌ای مدیریتی)؛ و سوم، توانمندسازی سازمانی از مسیر حاکمیت داده، آموزش و تغییر فرهنگ داده‌محور.

نمونه کاربرد شاخص داتا، «مدل اعتبارسنجی مبتنی بر داده‌های بانک تجارت» است که با اتکا به رفتار مشتری و داده‌های بانکی، امتیاز اعتباری و احتمال نکول را پیش‌بینی می‌کند و حتی پیشنهادهایی برای مبلغ و شیوه بازپرداخت ارائه می‌دهد؛ راهکاری که هم ریسک اعتباری را مدیریت می‌کند و هم تجربه و دسترسی مشتری به اعتبار را بهبود می‌بخشد. در امتداد همین رویکرد، داتا «سامانه هوشمند وصول مطالبات» را با یکپارچه‌سازی داده‌های تسهیلات و فرایندهای پراکنده طراحی کرده تا چرخه پیگیری، از همان روز اول، داده‌محور، یکپارچه و پیش‌دستانه شود. از سوی دیگر، توسعه «دستیارهای هوش مصنوعی» (از تحلیل قوانین و دستورالعمل‌های بانکی تا پاسخ‌گویی محاوره‌ای به پرسش‌های مدیریتی) BI نشان می‌دهد تمرکز شرکت، کاربردی سازی LLM ها و چت‌بات‌ها در بستر داده‌های اختصاصی و امن بانکی است.

داتا هدف‌گذاری روشنی دارد: در افق سه‌ساله، یکی از سه بازیگر اصلی در توسعه «اقتصاد داده» کشور بر پایه چهار رکن زیرساخت، تحلیل، محصولات و خدمات داده‌ای باشد و بتواند الگوی عمل‌گرای هوش مصنوعی در صنعت بانکی ایران را صورت‌بندی کند؛ الگویی که با حل مسئله آغاز و به خلق ارزش ملموس برای بانک‌ها و مشتریان‌شان ختم می‌شود.

یو آیدی



شرکت احراز هویت UID (یو آیدی) از سال ۱۳۹۶، فعالیت خود را با هدف ایجاد تحول بنیادین در فضای احراز هویت کشور آغاز کرد. در آن زمان که مفهوم احراز هویت هنوز معادل صف‌های طولانی و مراجعه حضوری بود، یو آیدی مفهوم «احراز هویت دیجیتال» را با تکیه بر فناوری پیشرفته هوش مصنوعی عملیاتی کرد و گامی بزرگ در جهت تسهیل و تسریع فرایندهای شناسایی برداشته شد. این شرکت، با گذشت سال‌ها از فعالیت مستمر، به یکی از بازیگران کلیدی در این صنعت تبدیل شده و همکاری با سازمان‌های دولتی و خصوصی بسیاری را در کارنامه خود دارد. یکی از نمونه‌های شاخص این تأثیرگذاری، پیاده‌سازی سرویس احراز هویت تصویری بر پایه هوش مصنوعی یو آیدی در سال ۱۳۹۹ برای سامانه‌های مهمی چون سجام و ثنا بود که با شیوع همه‌گیری کرونا، نقش حیاتی در ارائه خدمات غیرحضوری به مردم ایفا کرد و تا به امروز نیز مورد استفاده گسترده قرار دارد.

فناوری‌های پیشرفته و مزیت رقابتی یو آیدی

یو آیدی، برای ارائه بالاترین سطح امنیت و سرعت، خدمات خود را بر اساس جدیدترین فناوری‌های هوش مصنوعی طراحی کرده است:

تشخیص زنده بودن تصویر (Liveness Detection) به صورت Passive: این فناوری پیشرفته، مزیت رقابتی اصلی یو آیدی محسوب می‌شود. دیگر نیازی به اقدامات پیچیده و تعاملی از طرف کاربر نیست؛ سیستم یو آیدی

مستر تراکنش

اپ‌ها

آخر ۱۴۰۴

سال نهم
شماره نود و نهم

همراه همیشگی کسب و کارها



شرکت اطلاع رسانی پارت ارتباط آوا، مجموعه‌ای دانش بنیان و فعال در حوزه پرداخت الکترونیکی و بانکداری دیجیتال است که از سال ۱۳۸۷ در زمینه تأمین، توزیع و پشتیبانی پایانه‌های فروش و ارائه راهکارهای پرداخت فعالیت می‌کند. این شرکت با بهره‌گیری از زیرساخت‌های فنی و شبکه‌ی گسترده‌ی خدمات سراسری، سبکی متنوع از محصولات سخت افزاری و نرم افزاری را متناسب با نیاز بازار پرداخت کشور توسعه داده است. دفاتر خدمات پس از فروش پارت ارتباط آوا در سراسر کشور فعال اند و تمامی محصولات این شرکت از گارانتی ۱۸ ماهه و پشتیبانی فنی مستمر برخوردارند؛ رویکردی که تداوم سرویس و رضایت مشتریان را تضمین می‌کند. در ادامه‌ی مسیر نوآوری، پارت ارتباط آوا از پایانه‌ی فروش جدید خود با نام H9 PRO رونمایی کرده است؛ نسخه‌ای ارتقایافته از دستگاه کارت خوان H9 که با حفظ کیفیت ساخت، بهینه‌سازی عملکرد فنی و قیمت رقابتی، روانه‌ی بازار شده است. این دستگاه دارای مجوز اصالت فنی از شرکت شاپرک بوده و هم‌اکنون روی چندین شرکت PSP در شبکه‌ی پرداخت کشور فعال است. در ادامه، نگاهی دقیق‌تر خواهیم داشت به طراحی، مشخصات فنی و قابلیت‌های کلیدی این محصول جدید.

◀ مشخصات ظاهری و طراحی

دستگاه کارت خوان مدل H9 PRO شرکت پارت ارتباط آوا با طراحی کاربرمحور، سیستم عامل لینوکس و پردازنده‌ی ARM Cortex-A53، سرعت و پایداری بالایی در پردازش تراکنش‌ها ارائه می‌دهد. این پایانه با بهره‌مندی از ۲۵۶ مگابایت RAM و ۲۵۶ مگابایت حافظه‌ی داخلی، عملکردی روان و مطمئن حتی در حجم‌های بالای تراکنش فراهم می‌سازد. مدیریت انرژی در این دستگاه نیز به گونه‌ای طراحی شده که با یک بار شارژ، پاسخ‌گوی ساعات طولانی کار روزانه باشد. H9 PRO با تمرکز بر سادگی در کاربری، امنیت بالا و دوام ساخت، نمادی از رویکرد فناورانه‌ی پارت ارتباط آوا در توسعه‌ی محصولات بومی و ارتقای کیفیت خدمات پرداخت در کشور است. طراحی و ساخت پایانه‌ی فروش H9 PRO با نگاهی کاربردی و مبتنی بر نیازهای عملیاتی شبکه‌ی پرداخت انجام شده است. بدنه‌ی دستگاه از مواد مقاوم و بادوام ساخته شده و فرم متعادل آن، استفاده‌ی طولانی مدت را برای پذیرندگان آسان می‌کند. این پایانه به نمایشگر رنگی ۲.۸ اینچی با وضوح ۲۴۰×۳۲۰ پیکسل مجهز است که خوانایی بالایی در شرایط نوری مختلف دارد و اطلاعات پرداخت را با شفافیت نمایش می‌دهد. صفحه‌کلید نیز شامل ۱۰ کلید عددی و پنج کلید عملکردی است که با طراحی ارگونومیک خود، سرعت و دقت کاربری را افزایش می‌دهد. این طراحی، توازن مناسب میان کارایی، سادگی و دوام ایجاد کرده است.

◀ مشخصات فنی کارت خوان پارت ارتباط آوا مدل H9 PRO

پردازش سریع و پایدار: پایانه‌ی فروش H9 PRO به پردازنده‌ی چهار هسته‌ای ARM Cortex-A53 مجهز است که تعادلی دقیق میان سرعت، پایداری و مصرف انرژی برقرار می‌کند. این ساختار پردازشی موجب می‌شود عملیات تراکنش حتی در حجم‌های بالا با پاسخ‌گویی سریع و بدون وقفه انجام شود.

حافظه بهینه و کارآمد: این دستگاه از ۲۵۶ مگابایت RAM و ۲۵۶ مگابایت حافظه‌ی داخلی بهره می‌برد. این ترکیب برای اجرای نرم افزارهای پرداخت، ذخیره‌ی موقت تراکنش‌ها و عملکرد پایدار در شبکه‌های پرتراکنش بهینه‌سازی شده است. حافظه‌ی داخلی به گونه‌ای طراحی شده که سرعت پردازش داده‌ها و پایداری سیستم در استفاده‌ی روزمره حفظ شود.

دوربین کارآمد و دقیق: H9 PRO به دوربین بالایی ۰.۳ مگاپیکسلی مجهز است که برای ثبت تصاویر، اسکن بارکد و کیوآرکد در کاربردهای جانبی طراحی شده است. این دوربین با عملکرد سریع در نورهای مختلف و قابلیت تطبیق خودکار با فاصله‌ی دید، گزینه‌ای مناسب برای پردازش‌های ساده و کم حجم محسوب می‌شود.

چاپگر حرارتی دقیق و پایدار: چاپگر حرارتی داخلی این دستگاه با سرعت چاپ ۳۲ خط در ثانیه و پشتیبانی از رول استاندارد ۵۸ میلی‌متری، برای صدور رسیدهای تراکنش با حجم بالا بهینه شده است. طراحی ماژول چاپ به صورت یکپارچه در

بدنه، ضمن حفظ ابعاد مناسب دستگاه، سهولت در سرویس و کاربری روان را فراهم می‌کند.

ارتباطات متنوع و پایدار: کارت خوان H9 PRO از بسترهای ارتباطی 4G، وای‌فای (۲.۴ گیگاهرتز) و درگاه USB Type-C پشتیبانی می‌کند. این تنوع ارتباطی، امکان استفاده از دستگاه در محیط‌هایی با دسترسی متغیر به شبکه را فراهم کرده و پایداری ارتباط را حتی در شرایط ناپایدار تضمین می‌کند.

منبع تغذیه مطمئن و بادوام: این دستگاه از باتری لیتیوم-یون ۷.۴ ولت با ظرفیت ۲۵۰۰ میلی آمپر ساعت بهره می‌برد که با یک بار شارژ، توان عملکرد در طول یک روز کاری کامل را دارد. انرژی دستگاه از طریق آداپتور استاندارد تأمین می‌شود که با ورودی AC 100 تا ۲۴۰ ولت و فرکانس ۵۰ تا ۶۰ هرتز و خروجی DC ۵ ولت با جریان ۲ آمپر، فرایند شارژ را با پایداری و ایمنی بالا تضمین می‌کند.

سیستم عامل و امنیت داده‌ها: این پایانه با سیستم عامل لینوکس عرضه می‌شود که به واسطه‌ی معماری پایدار خود، بستری امن برای توسعه و مدیریت نرم افزارهای پرداخت فراهم کرده است. پشتیبانی از استانداردهای EMV و ISO در طراحی دستگاه، امنیت داده‌ها و صحت تراکنش‌ها را در بالاترین سطح تضمین می‌کند.



مستر تراکنش

محصول

آخر ۱۴۰۴

سال نهم
شماره نود و نهم

زنان در مسیر رهبری

در سال‌های اخیر، صنعت مالی ایران بیش از هر زمان دیگری شاهد حضور پررنگ زنان در جایگاه‌های کلیدی بوده است؛ زنانی که از دل شرکت‌های فناوری گرفته تا صنعت بانکی و بازار سرمایه، مسیرهای تازه‌ای گشوده‌اند و نگاهی نوبه رهبری و تصمیم‌سازی در این حوزه آورده‌اند. این زنان، با تکیه بر تجربه، دانش تخصصی و جسارت ورود به حوزه‌هایی که سال‌ها مردانه تلقی می‌شد، ثابت کرده‌اند که توان مدیریتی و بینش استراتژیک جنسیت نمی‌شناسد. در این گزارش، به معرفی مدیران عامل زن فعال در صنعت مالی ایران پرداخته‌ایم؛ از چهره‌های با سابقه بانکداری و بیمه گرفته تا مدیران فین‌تک‌ها، صندوق‌های سرمایه‌گذاری و شرکت‌های فناوری مالی. مرور مسیر حرفه‌ای این مدیران، تصویری روشن از نسلی تازه از رهبران اقتصاد ایران ارائه می‌دهد؛ نسلی که نه تنها به دنبال شکستن سقف‌های شیشه‌ای است، بلکه ساختارها و روایت‌های تازه‌ای از موفقیت در صنعت مالی کشور خلق می‌کند. توجه داشته باشید که این فهرست کامل نیست و در گذر زمان به روزرسانی خواهد شد، اما تلاش شده بر پایه گفت‌وگو با فعالان و کسب‌وکارهای این حوزه، تصویری جامع از حضور زنان در لایه مدیرعاملی صنعت مالی ایران ترسیم شود.



معرفت‌راکتش



۱۱۲

ASAEETARAHOONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



آیت حسینی
مدیرعامل آلدی‌پی
سال تولد: ۱۳۵۹

آیت حسینی دارای مدرک کارشناسی فیزیک حالت جامد، EMBA مدیریت اجرایی و MBA استراتژی مارکتینگ از سازمان مدیریت صنعتی و کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات از دانشگاه شهید بهشتی است. او همچنین دانش آموخته‌ی کوچینگ حرفه‌ای از مؤسسه‌ی بین‌المللی Impact America است. حسینی هم‌اکنون به‌عنوان بنیان‌گذار و مدیرعامل، هدایت و راهبری مجموعه‌ی آلدی‌پی (فین‌تک فعال در حوزه‌ی پرداخت اقساطی و اعتبار سازمانی) را بر عهده دارد. او در عرصه‌ی بین‌المللی نیز به‌عنوان معاون توسعه‌ی کسب‌وکار در نئوبانک‌زی‌پی در کشور ترکیه فعالیت داشته است. در ایران نیز، در سمت‌هایی چون مشاور تحول دیجیتال بانک ملی ایران، معاون تحلیل بازارافزایی و برند در بانک آینده، مدیر برندینگ و استراتژی بازاریابی در شرکت فناپ، معاون مدیرعامل در صندوق سرمایه‌گذاری خطرپذیر شناسا و بنیان‌گذار و نایب‌رئیس هیئت‌مدیره در فینوداد فعالیت داشته است. از دیگر فعالیت‌های حسینی می‌توان به بنیان‌گذاری گروه نشانه، سامانه‌ی تأمین مالی جمعی راتا و پلتفرم‌های همبودگاه و بردبار اشاره کرد. او در طول سال‌های فعالیت خود، به‌عنوان عضو و مشاور شورای فناوری مرکز رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی، مشاور پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف، مشاور سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی نوآرانه در شرکت خدمات انفورماتیک و عضو کمیته‌ی سرمایه‌گذاری صندوق جسورانه‌ی پارتیان نیز همکاری داشته است.



الهام عارف‌نیا
مدیرعامل توسعه
نرم‌افزاری پارت‌آوا
سال تولد: ۱۳۶۳

الهام عارف‌نیا دارای مدرک لیسانس کامپیوتر سخت‌افزار از دانشگاه تهران مرکز است. کارشناس برنامه‌نویسی دستگاه‌های ضبط مکالمات و ردیاب خودرو شرکت آناد از سال ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۸، کارشناس برنامه‌نویسی دستگاه‌های کارت خوان شرکت توسن از سال ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲، سرپرست تیم برنامه‌نویسی پرداخت شرکت توسن‌تکنوا از سال ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹، مشاور فنی راهکارهای پرداخت و اپلیکیشن‌های پرداختی شرکت‌های مختلف PSP و پرداختی از سال ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۲ و مدیرعامل شرکت توسعه نرم‌افزاری پارت‌آوا از سال ۱۴۰۲ تاکنون از جمله سوابق کاری او هستند.