آبان ۱۳۹۶
ویژه نامه تراکنش

بانک و صنعت
پایگاه تحلیلی، خبری
www.bankosanat.ir
ویژه نامه الکترونیکی

در گفت و گو با مجید شکوهی مطرح شد:

کارت اعتباری به راحتی میتواند هزینه های مالی تولید کنندگان را کاهش دهد

فرامرز خالقی مدیر عامل هلدینگ داده ورزی سداد بیان کرد:

مهمترین چالش امروز بانک ها در حوزه داده های کلان است

فرشاد سپاسی عنوان کرد:

MVNO ها می توانند راه صنعت‌پرداخت را ادامه دهند

سلمانی آرانی گفت:

تغییر مکانیسم درآمدزایی در بانکداری



نبض کسب‌وکار در تراکنش می‌زند



ITE 3rd

نمایشگاه تراکنش ایران

Iran Transaction Exhibition

۱۳۹۶ ۲ـ۴ آبان ماه 2017 24-26 Oct.

تهران، بوستان گفتگو Tehran, Goftegoo Park

به همراه:

جشنواره بزرگ فین تک ایران

Big Show of Iran Fintech

- سه سمینار تخصصی — Three Specialized Seminars
- سه نشست تخصصی — Three Specialized Panel Discussions
- سه کارگاه آموزشی — Three Training Workshops
- ۴۰ کارگاه معرفی محصول — 40 Products Showcase Workshops
- ۵۵۰۰ متر مربع فضای نمایشگاهی — 5500 Square Meters Exhibition Area

اسپانسرهای راهبردی

اسپانسرهای الماس

اسپانسرهای ایده‌های خلاق

اسپانسر ویژه نمایشگاه تراکنش ایران

اسپانسر ویژه جشنواره بزرگ فین تک ایران

www.itefaba.com | تلفکس: ۴۳۳۴۷



بسمه تعالی

پایگاه تحلیلی، خبری «بانک و صنعت» هم زمان با آغاز سال ۱۳۹۰ هجری شمسی ، در سالی که از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی ، سال «جهاد اقتصادی» نام گذاری شده است، به جمع انبوه رسانه های کشور پیوست . این پایگاه تحلیلی، خبری در حوزه های تخصصی بانک ، صنعت و بیمه مصمم است تا همگام با مردم و مسئولان در مسیر رشد و تعالی اقتصاد کشور با تمام وجود خویش همت کند و سالیان طولانی خدمتگذار نظام پولی و صنعتی ایران زمین باشد. همت و تلاش خواهیم نمود با کمک و همکاری بانک ها و صنعت رو به توسعه کشور، یک پایگاه اطلاع رسانی به هنگام، روزآمد و فاخر به مخاطبان عرضه کنیم.

به یقین همکاری صمیمانه شما عزیزان در تحقق این هدف والا راهگشا خواهد بود و دست همه مسئولان، کارشناسان اقتصادی، نخبگان و صاحبان سرمایه را به گرمی می فشاریم و به همدلی، هم زبانی و مهربانی های شما مباهات می ورزیم.

همکاری بی دریغ تان ، نیاز همیشگی ما است



صاحب امتیاز: بانک و صنعت

مدیر مسئول: شیما سلیمانیان

سردبیر: حسین جواهریان

صفحه آرا: بهناز عاملی

نشانی: تهران ، پل چوبی ، پلاک ۲۴۲ ،

ساختمان اداری گلپایگانی ، طبقه سوم ،واحد ۱

تلفن: ۷۷۶۸۵۴۲۳

فکس: ۷۷۶۵۳۳۴۸

info@bankosanat.ir

http://www.bankosanat.ir

https://t.me/bankosanat

فهرست مطالب





۴ --- مهمترین چالش امروز بانک ها در حوزه داده های کلان است



۶ --- تغییر مکانیسم درآمدزایی در بانکداری

۸ --- کارت اعتباری به راحتی میتواند هزینه های مالی تولید کنندگان را کاهش دهد



۱۰ --- پات زندگی

۱۲ --- تا کنون سرویسهای ترکیبی خوبی در حوزه پرداخت همراه ایجاد شده و یا در حال ایجاد می باشد



۱۳ --- فناوری الکترونیک ، عامل موثری در صرفه جویی ، ممانعت از اتلاف وقت ، دقت و شفافیت کارها است

۱۴ --- اپلیکیشن زرین پال؛ یک کیف پول هوشمند



۱۶ --- راز یک استارتاپ موفق چیست؟

۱۸ --- فین تک چیست؟



۲۰ --- MVNO ها به شرط داشتن یک بیزنس مدل مشخص می توانند راه صنعت پرداخت را ادامه دهند



بانک پارسیان

سامانه خانه پارسیان

- تعریف نام کاربری و رمز مجدد و تغییر آن
- فعال سازی و غیر فعال سازی اینترنت بانک همراه بانک، تلفن بانک



سامانه پرداخت اتوماتیک قبوض

- پرداخت قبوض در سر رسیدهای مقرر
- گزارش گیری از وضعیت پرداخت ها
- تعریف سقف پرداخت

سامانه پارس

- ویژه سازمان ها و اشخاص حقوقی
- گزارش واگذاری چک ها و ثبت مبلغ آن ها
- انتقال وجه بین حساب های پارسیانی و پایا
- گزارش و صورتحساب مالی با تعریف سطوح دسترسی

همراه بانک جدید

- استفاده از رمز یکبار مصرف در عملیات مالی
- امنیت بالاتر و سهولت بیشتر
- مشاهده نرخ ارز

همراه آن پارسیان

خدمات نوین بانکداری الکترونیک بانک پارسیان

مرکز ارتباط با مشتریان: ۸۱۱۵۱۰۰۰ www.parsian-bank.ir



فرامرز خالقی مدیر عامل هلدینگ داده ورزی سداد:

مهمترین چالش امروز بانک ها در حوزه داده های کلان است

تحول دیجیتال و اکوسیستم دیجیتال بانکی

توسعه کاربردهای فناوری اطلاعات بویژه در دو دهه اخیر، تاثیرات مهمی بر سبک زندگی فردی و اجتماعی افراد داشته است. فناوری‌های جدید و سرعت بالای نوآوری در این حوزه، مدل‌های کسب و کار بانکی را متحـول نموده‌اند و منجر به پویایی اکوسیستم خدمات مالی و بانکی شده‌اند. با توجه به ویژگی‌های منحصر به فردِ چنین اکوسیستمی، بانک‌ها برای بقا و پیشرفت در فضای رقابتی، نیازمند حرکت در مسیر «تحول دیجیتال» و ارائه خدمات نوآورانه مالی می‌باشند.

در تحول دیجیتال، فناوری های دیجیتال در نقش مخرب ظاهر می‌شوند و نقش تحول آفرین خود را با ارائه رویکردها و مدل‌های جدید به کسب و کارها ایفاء می‌کنند. الگوهایی که پذیرش آن ضمن افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌های کسب و کارها، موجب سازگاری بیشتر آنها با بازار و انعطاف پذیری در مقابل تغییرات می‌شود.

تحول دیجیتال، بدون توجه به ارتباط و تعامل با سایر سازمان‌ها میسر نیست. بعبارت دیگر برای حرکت در مسیر تحول دیجیتال، استقرار یک اکوسیستم دیجتال که با ایجاد یک پلتفرم و زیرساخت مشترک، ارتباط کسب و کارها را فراهم می‌سازد، ضروری است.

در جهت بهره‌مندی از فرصت‌های اکوسیستم دیجیتال، مدیران اجرایی بانک‌ها می‌بایست راهبردهای نوآورانه را برای ورود به اکوسیستم‌های حوزه کسب و کار خود در پیش گرفته و ترکیب مناسبی از کسب و کار و فناوری را برای پشتیبانی این راهبردها اتخاذ نمایند.

بعبارت دیگر آنها می‌بایست قادر باشند تخصص و مهارت‌های مالی خود را با پیچیدگی‌های دیجیتالی به شکلی نوآور ترکیب نمایند تا قادر به خلق ارزش برای مشتریان و تمایز از رقبا گردند.

محرک‌های فناوری در تحول دیجیتال بانکی

مطابق با پیش‌بینی موسسه تحقیقاتی اکسنچر، آی بی ام و گروه مشاوران مدیریت کیجمینی، مهمترین محرک‌های پیشران فناوری دیجیتال که نقش کلیدی در تحول دیجیتالی بانک‌ها داشته و دارند، به شرح زیر معرفی می گردند.

رایانش ابری

رایانش ابری، مدل جدیدی را برای ارائه تجربه‌ای نوآورانه به مشتری، همراه با بهبود سرعت عرضه محصولات به بازار و افزایش کارآیی فناوری اطلاعات در اختیار صنعت بانکداری قرار می‌دهد.

انتظار می‌رود بانک‌ها با احتیاط بیشتری به حوزه رایانش ابری ورود کنند. مهمترین موضوعاتی که پیش از ورود به این حوزه می‌بایست مورد توجه بانک‌ها قرار بگیرد، چگونگی انتخاب مدل‌های سرویس ابری، مدل‌های توسعه رایانش ابری، محرمانگی داده‌ها و بحث امنیت، رعایت الزامات قانونی، تعامل پذیری استانداردها و کیفیت سرویس‌های بانکی قابل ارائه در بستر این مدل‌ها می‌باشد.

در این شرایط، بانک‌ها می‌بایست با اتخاذ یک رویکرد تکاملی- تدریجی به سمت بهره‌گیری از سرویس‌های رایانش ابری حرکت نمایند.

داده‌های کلان(Big Data)

روزانه حجم عظیمی از داده‌ها توسط بانک‌ها تولید می‌شود و سرعت تولید این داده‌ها بسیار بیشتر از سرعت پردازش آنهاست.

سوال مهمی که در این شرایط بانک‌ها می‌بایست پاسخ مناسبی برای آن بیابند، این است که **«چگونه تحلیل داده‌های کلان را در فرآیندهای کاری خود عملیاتی کنند؟»**.

افزونگی و پراکندگی داده‌ها، شناسایی تقلب و پولشویی، تحلیل رفتار مشتریان، عدم وجود دیدگاه واحد از مشتری و حاکمیت داده‌ها، مهمترین چالش های امروز بانک‌ها در حوزه داده‌های کلان می‌باشد.

مطابق با بررسی های انجام شده، ۷۱ درصد موسسات مالی و بانکی در آمریکای شمالی معتقدند که داده‌های کلان منجر به ایجاد مزیت رقابتی برای آنها می‌شود و ۹۰ درصد آنها بر این باورند که آینده از آن شرکت‌هایی است که از این فناوری به شکلی موفق استفاده کنند.

برخی از مهمترین حوزه‌های کاربرد تحلیل داده‌های کلان در صنعت بانکداری شامل شناسایی تلقب/پولشویی؛ مدیریت ریسک ؛ بهبود کارآیی مرکز ارتباطات مشتریان؛ بهبود بخش بندی بازار و تجربه مشتریان و تحلیل برند بانک می‌باشد.

هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی (Artificial Intelligence/Machine Learning)

هوش مصنوعی به دنبال شبیه‌سازی صفات انسانی مانند یادگیری، درک مطالب پیچیده و مشارکت در گفتمان طبیعی برای ربات‌ها و ابزارهای کاربردی است. در کشورهای پیشرفته، این فناوری به شیوه‌ای هدفمند در صنعت خدمات مالی، بویژه در حوزه مدیریت ریسک، مدیریت سرمایه‌گذاری، تحلیل داده‌ها و رعایت الزامات قانونی مورد استفاده قرار می‌گیرد. مطابق با بررسی موسسه تحقیقاتی اکسنچر در سال ۲۰۱۷، بیش از ۷۸ درصد بانکداران معتقدند که هوش مصنوعی قادر به ارائه واسط کاربری ساده‌تر است که بانک‌ها را در ایجاد و بهبود تجربه مشتری کمک می‌کند. در دنیای بانکداری، بهره‌گیری از هوش مصنوعی، خواه در قالب یادگیری ماشینی، رباتیک و یا در قالب مجموعه‌ای از الگوریتم‌های هوشمند که می‌توانند حجم انبوهی از داده‌ها را پردازش کنند، مزایای استراتژیک بیشماری به بانک‌ها ارائه می‌کند. با بکارگیری هوش مصنوعی، بانک‌ها، کارآمدتر بوده و می توانند با بخشی از جامعه که هرگز ماشین‌ها نمی توانند جایگزین آنها باشند، یعنی مشتریانشان، به شکلی موثرتر ارتباط برقرار کنند.

بانکداری شناختی (Cognitive Banking)

بانکداری شناختی به آن دسته از فرآیندهای تکنولوژیک اطلاق می‌گردد که با استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی، راه‌کاری خاص بانکی را ارائه می‌دهند. هدف مدل‌های شناختی، ارائه بهترین و مناسب‌ترین راه‌کار بسته به شرایط متفاوت است. بانکهایی که بر مبنای این سیستمها کار میکنند به طور کامل مشتری را میشناسند، با ویژگیهای وی آشنایی دارند و میتوانند مناسبترین خدمات را در راستای تامین نیازهایش ارائه نمایند. در این سیستم، بانک به عنوان یک مشاور قوی جهت اتخاذ بهترین تصمیمات مالی به مشتریان کمک خواهد نمود.

رباتیک-خودکارسازی فرآیندها (Robotic – Process Automation)

این فناوری به خودکارسازی فرآیندهای جاری برای ارائه خدمت به مشتریان اشاره دارد. موسسه گارتنر تخمین زده است که تا سال ۲۰۲۰ میلادی، ۸۵ درصد از ارتباط مشتریان با کسب و کارها بدون تعامل با انسان، مدیریت خواهند شد. در صنعت بانکداری، بهره‌مندی از ربات‌ها جهت پاسخگویی به مشتریان مدتی است که رواج یافته است.

نظرسنجی شرکت چندملیتی Cognizant، نشان می‌دهد در ۲۶ درصد موارد، خودکارسازی فرآیندها منجر به کاهش ۱۵ درصدی هزینه بانک‌ها در بخش امور مشتریان در مقایسه با یک سال گذشته شده است و ۵۵ درصد از شرکت کنندگان در این نظرسنجی معتقدند همین میزان صرفه جویی یا بالاتر، طی سه تا پنج سال آینده محقق خواهد شد.

زنجیره بلاک (Blockchain)

زنجیره بلاک پایگاه داده مشترک و توزیع‌شده‌ای است که در شبکه‌ای از افراد، سازمان‌ها یا تجهیزات تعریف و پیاده‌سازی می‌شود. یکی از مهم‌ترین کارکردهای زنجیره بلاک برای بانک‌ها، «اعتبارسنجی تراکنش‌های بانکی» است. بانک‌ها هم‌اکنون در حال ارزیابی زنجیره بلاک برای بکارگیری در چرخه فعالیت‌های مالی خود نظیر صدور اوراق بهادار، مدیریت دارایی‌ها و مدیریت وثائق می‌باشند. از دیگر کاربردهای بالقوه این فناوری در صنعت بانکداری می‌توان به مواردی نظیر شناسایی / پیشگیری از تقلب در معاملات بانکی (Fraud Reduction)؛ شناخت مشتری (Know Your Customer) از طریق قرارگیری مشتریان در زنجیره و فرآیندهای پرداخت بی‌واسطه (حذف واسطه‌ها در فرآیند پرداخت به صورت سنتی) اشاره نمود.

اینترنت اشیاء (Internet of Things)

اینترنت اشیاء (IoT) شبکه ای از سنسورهای متصل به اینترنت است که در دستگاه های فیزیکی (اشیا) تعبیه می‌شوند. این فناوری به طور گسترده‌ای هم در محصولات فیزیکی (مانند تلفن و اتومبیل) و هم در خدمات (مانند نظارت بر مراقبت‌های بهداشتی و خدمات ایمنی خانه) به کار گرفته شده است. در صنعت بانکداری، IoT هنوز در مراحل اولیه رشد است و می‌توان با بهره‌برداری از آن و ایجاد محصولات و خدمات نوآورانه، به خلق ارزش پرداخت. برخی از کاربردهای IoT در صنعت بانکداری عبارتند از: ردیابی آنلاین ماشین‌های حمل و توزیع پول؛ دریافت نوبت از شعب به صورت غیرحضوری؛ نمایش شعب خلوت به مشتریان مطابق با موقعیت جغرافیایی افراد؛ پیش‌اطلاع به مشتریان از دستگاه‌های ATM و VTM که خراب بوده و قادر به ارائه سرویس نیستند.



رسانه‌های اجتماعی (Social Media)

امروزه گستردگی شبکه‌های اجتماعی بر همگان گویاست و بانک‌ها به این فضا به عنوان یک فرصت نگاه کرده و در تلاش‌اند از حضور میلیونی کاربران در این بازارِ بالقوه، استفاده نمایند. بدین ترتیب بانک‌ها می‌توانند با ارائه خدمات نوین بانکی، ضمن کسب منافع مالی، به دستاوردهایی نظیر بازاریابی شبکه‌ای، سرعت در ارائه خدمات، دریافت بازخورد از مشتریان و بهبود تجربه مشتری دست یابند.

امروزه شاهد حضور پررنگ و فعال بانک‌های بین‌المللی و همچنین داخلی در فضای شبکه‌های اجتماعی نظیر فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام، تلگرام و بله هستیم.

اولویت‌های بانک‌های آینده

انتظار می‌رود سیر تکاملی و دگرگونی دیجیتالی بانک‌ها در دهه آتی، با سرعت بالاتری صورت پذیرد. بدین ترتیب موفقیت از آن بانک‌هایی خواهد بود که بتوانند با غلبه بر فشارهای فناوری و به صورت انعطاف‌پذیر، به خلق ارزش برای مشتریان بپردازند. در چنین فضای رقابتی، انتظار می‌رود بانک‌ها با مدنظر قرار دادن راهبردهای زیر، بتوانند ضامن بقای خود باشند:

تمرکز بیشتر و هدفمند بر سودآوری و رشد درآمد؛

تعریف دامنه محدودتر در فعالیت‌ها و اتخاذ ساختار ساده‌تر؛

بخش بندی هوشمندانه‌تر مشتریان و انتخاب بازارهای متنوع‌تر؛

تفکیک محصولات به محصولاتِ شخصی‌سازی شده و مطابق با انتخاب مشتری؛

تولید محصولات جدید مطابق با نیازهای نوظهور مشتری؛

برون‌سپاری آن دسته از فرآیندهای داخلی که برای بانک ایجاد مزیت رقابتی نمی‌کنند.

جمع بندی

بروز بحران های مالی طی دهه گذشته، بانک‌ها را از عصر آرامش و ثبات نسبتی به دوران بی‌ثباتی و بحران سوق داده است. سرعت پیشرفت فناوری و ظهور شرکت‌های فین‌تک، همراه با افزایش شدت نظارت و فشار نهادهای قانونگذار، بانک‌ها را بیش از پیش به سمت تحول دیجیتال، افزایش سطح مشارکت های داخلی و خارجی، تغییر فرهنگ، تقویت نیروی انسانی و در نهایت شکل دادن به اکوسیستم جدید بانکی هدایت می‌کند. در این اکوسیستم، مشتری در مرکز توجه قرار دارد و بانک‌ها برای پاسخ به انتظارات مشتری، ورود به زندگی روزمره آن را در اولویت خود قرار می‌دهند. برای تداوم حیات در اکوسیستم جدید بانکی، ضروری است بانک‌ها در زمینه بهره‌گیری از فناوری جهت خلق محصولات و خدمات بانکی نوآور باشند. از سوی دیگر، سیاستگذاران و قانونگذاران کلان نیز باید با انعطاف و چابکی بیشتری همسو با پیشرفت‌های فناوری نسبت به وضع/بازنگری در قوانین اقدام نمایند.



درآمدهای کارمزدی به عنوان یک درآمد نقدی تاثیر بیشتری در سودآوری بانک‌ها از خود نشان می‌دهد

تغییر مکانیسم درآمدزایی در بانکداری

سلمانی آرانی
مدیر امور IT بانک سپه

احمد سلمانی آرانی در سال ۱۳۶۷ به عنوان متصدی امور بانکی به خانواده معظم نخستین بانک ایرانی پیوست و طی سالها همواره سعی نمود که در انجام کار بانکداری خود موثر واقع گردد. نامبرده همزمان با تحصیل دانش آکادمیک مقطع کارشناسی ارشد در رشته مدیریت دولتی گرایش مالی و پس از کسب تجارب بسیار از رده های مختلف مدیریت عملیاتی و میانی از ایشان چهره ای مهربان و در عین حال قاطع ساخته و گردش شغلی متنوع ،از مشاغل شعبه داری با درخشش پلکانی تا سطح امور مناطق شرق وغرب کشور در سال ۱۳۹۲و سپس در سال ۱۳۹۴به مدیریت مالی بانک رساند.از این پس تجارب ارزنده آرانی در مدیریت با منابع انسانی دغدغه استفاده مناسب از استعداد های کارکنان و کاربردی کردن ایده های خلاقانه را تقویت کرد.لذا به همین دلیل در تیر ماه سال ۱۳۹۵ به سکانداری مدیریت امور فناوری اطلاعات بانک سپه رسید تا بتواند حرکت در مسیر صعب العبور بانکداری الکترونیک و یکپارچه سازی سامانه های بانکی و استفاده از فناوری های مالی را در بانک سپه تسریع بخشد. ایشان که حدود ۲۹ سال سابقه کار شعبه داری و بانکداری را داشته و سالهاست به امر تدریس بانکداری و مدیریت در بانک و دانشگاه نیز مشغول است. عضویت در هیئت مدیره شرکت اعتباری ایران کیش که از شرکت های دانش بنیان و از PSP های موفق بوده نیز داشته باشد. در ادامه نظرات ایشان در خصوص شرایط و محیط در حال تغییر درآمدزایی بانکها را جویا می شویم:

امروزه سیستم کسب درآمد در بانک‌ها در حال تغییر و دگرگونی است. به نحوی که سهم کسب درآمد از محل ارائه خدماتی بانکداری به ویژه بانکداری الکترونیک مورد توجه قرار گرفته است. اکنون؛ رویه بانکداری معمول که در آن از سرمایه‌گذاری سپرده‌ها در کسب‌وکارهای مختلف و ارائه تسهیلات مدت‌دار به مشتریان سبب ایجاد درآمد می شد؛ از الویت کار برنامه های راهبردی بانک ها خارج و دیگر درآمد ناشی از اختلاف نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات اعطایی و همچنین سود حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها؛ راهکار کسب مزیت رقابتی نخواهد بود.

در سال‌های قبل به دلیل وجود تفاوت زیاد بین نرخ سود دریافتی با سود پرداختی بانک‌ها و رغبت آنها به جذب منابع بلندمدت، سپس پرداخت منابع جذب شده در قالب تسهیلاتی که می‌توانست درصد بالایی سود نصیب بانک کند، بر عزم بانک‌ها برای کسب درآمد از این محل می‌افزود، اما در حال حاضر و با توجه به سیاست‌های جدید دولت مبنی بر کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی این سوال مطرح می‌شود: آیا بانکداران به دنبال سیاست پیشین یعنی به‌دست آوردن حداکثر درآمد از محل مابه‌التفاوت نرخ سود هستند؟ با کمی دقت در می‌یابیم که جهت‌گیری بانک‌ها تغییر یافته و شاید دسترسی به منابع گران‌قیمت از اهداف اصلی آنها محسوب نشده و جذب هر چه بیشتر منابع ارزان قیمت در دستور کار قرار گرفته است. سوال دیگری که ذهن بانکداران را به خود مشغول داشته است این است: چه راهی برای افزایش روند سودآوری بانک‌ها وجود دارد ؟ پاسخ به این سوال در کسب درآمد کارمزدی از محل ارائه خدمات نوین بانکداری به ویژه بانکداری الکترونیک مستتر است.

واضح است؛ درآمدهای کارمزدی به عنوان یک درآمد نقدی تاثیر بیشتری در سودآوری بانک‌ها از خود نشان می‌دهد که باعث شده آنها با پی بردن به اهمیت این درآمد با تبلیغات خدمات متنوع خود رقابت خود را در کسب سهم بیشتری از این نوع درآمد در بازار را شروع نمایند. بنابراین برای ایجاد شرایط درآمدزای مطلوب در بانکداری می بایست با برنامه‌ریزی صحیح و بلندمدت نسبت به تقویت زیرساختارهای تکنولوژیک و خدمت دهی مالی فناورانه ایجاد و تثبیت‌نمود.

توسعه بانکداری الکترونیک رهیافتی موثر در صنعت بانکداری

بانکداری الکترونیک با تکیه بر ظرفیت‌های تکنولوژیکی بی‌شمار خود یکی از راه‌های موثر در ارائه محصولات و خدمات بانکی است. شاهد این مدعا تنوع، گستردگی و تعداد خدمات و محصولاتی است که بانک‌ها در این حوزه ابداع و به مشتریان خود عرضه می کنند. تحولات چشمگیر و سریع نظام پرداخت‌ها، بهره‌گیری از به روزترین تکنولوژی‌های حوزه فناوری اطلاعات مانند ، NFC RFID و... از جمله پیشرفت‌های تکنولوژیکی هستند که بانک‌ها به سرعت آن را در خدمت گرفته و محصولاتشان را بر پایه آنها بازتعریف و ارائه می کنند. به عنوان مثال بر اساس این توسعه است که در بانک ING هلند تنها ۶ درصد مشتریان به بانک مراجعه می کنند بقیه از خدمات بانکداری الکترونیک استفاده می کنند.

یکی از زمینه‌های اصلی رقابت در نظام بانکی حول محور بانکداری الکترونیک است. بر اساس دلایل بر شمرده شده هر یک از بانک‌ها با استراتژی‌های متفاوتی به بهره برداری از فرصت‌های بانکداری الکترونیک مشغولند. برخی با محور قرار دادن بانکداری الکترونیک برای متمایزسازی برند خود، بعضی برای بهره‌برداری از مزیت‌های ایجاد بسترهای نظام پرداخت، دیگری برای استفاده از فرصت‌های سودآور در پرداخت‌های خرد، گروهی با توسعه کارت‌های اعتباری و... به هر جهت بانکداری الکترونیک یکی از منابع مطمئن و قابل اتکا برای تصاحب و بهبود جایگاه رقابتی است. این در حالی است که بانک‌ها نه تنها با رقبای بانکی خود بلکه با رقبای خارج از صنعت چون شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی نیز در این زمینه در حال رقابت هستند.

همزمان با پیشرفتهای فناوری ، توسعه فرهنگ استفاده از این فناوریها در جامعه و تمرکز بانکهای کشور بر استراتژیهای متنوع خلق درآمدهای کارمزدی از محصولات و خدمات نوین ، الگوی استفاده از خدمات بانکداری مبتنی بر اینترنت و فضای مجازی را به شدت توسعه داده است . این تغییرات چنان عمیق و گسترده است که بانکداری گلخانه ای ایران را تنها می توان در این بخش همسو و نزدیک به رقبای بین المللی خود ارزیابی کرد . این پیشرفت در کنار

دیگر عقب ماندگی های نظام بانکی ایران ، اقبال به بحث بانکداری الکترونیک را بیش از پیش مورد توجه قرار داده است . این پیشرفت را در می توان در صنعت مرتبط پرداخت نیز شاهد بود . حتی نهاد ناظر بانک مرکزی جمهوری اسلامی بیشتر در این بخش کارنامه قابل دفاعی دارد و توانسته با همسویی و همراهی بانکها و شرکتهای پرداخت ، گامهای موثری در این حوزه بردارد .

وجوه تمایز ، ابزارها و درگاه های بانکداری الکترونیک برای هر یک از استراتژیهای کسب و کار بانکی نیازمند بازتعریف و طراحی بر اساس نیازهای مشتریان آن بخش است . لذا برای پاسخگویی به نیاز جدید مشتریان و فائق آمدن بر مسائلی که به آنها اشاره شده نیاز است تا این ضرورت در طراحی کانالهای توزیع خدمات به صورت الکترونیکی ، محصولات و خدمات ، قیمت گذاری ، فروش ، ترویج ، کیفیت ، فرآیند و .... مورد توجه قرار گیرد . از این رهگذر بانکها می توانند از این ابزارها در راستای اولویتهای استراتژیک خود در هر بخش استفاده کنند .

فرصت سازی از تهدید فین تک ها

به نظر می‌رسد بازار پرداخت در حوزه تراکنش‌های روزمره و معمولی رو به اشباع است و اگر هم قرار است رشدی اتفاق بیفتد باید اخلاق حرفه‌ای رو زیر پا گذاشت و مثلاً اقدام به تشویق پذیرندگان به تراکنش‌های خُرد رااضافه نمود،که همین موضوع باعث ظهور پدیده ای بنام کارمزدخواهی یا بهتر است بگوییم باج خواهی شده است. البته بانک ها چندین سال است بر اثر فضای رقابتی ناسالم دچار این عارضه شده اند ولی متاسفانه در صنعت پرداخت مدتی است که شاهد این پدیده هستیم از شرکتهای ارائه دهنده اینترنت تا ارائه دهنده نرم افزار همه درخواست سهم دارند.

شرکت‌های پرداخت الکترونیک باید به دنبال افزایش ارزش‌افزوده بر روی تراکنش‌ها باشند تا از این مجال بتوانند نسبت به ارتقای تجربه مشتریان استفاده نموده و پرداخت را برای کاربران نهایی و پذیرندگان تسهیل نمایند ولی به دلیل چرخه معیوب نظام کارمزدی در کشور و نبود یک مدل کسب‌وکار پایدار این امکان وجود ندارد. دومین اثر که از اثر اول نشات خواهد گرفت کاهش کیفیت سرویس‌ها و خدمات شرکت‌های پرداخت الکترونیک خواهد بود.

این احوال این روزهای صنعت پرداخت الکترونیک است ولی تابه‌حال این شرکت ها تا به این مسئله فکر کرده‌اند که چرا فین تکی‌ها می‌توانند از کاربر کارمزد بگیرند؟

فین تک‌ها به دلیل اینکه کسب‌وکارهای کوچکی هستند و با مخاطبین و مشتریان نهایی در ارتباط هستند و البته سهامداران بزرگی مثل بانک‌ها پشت آن‌ها نیست، ملزم بودند راهی پیدا کنند که بتوانند درازای ارائه خدمت از کاربران نهایی یا پذیرندگان پول دریافت کنند، آن‌ها توانستند با تمرکز بر نیازهای مشتریان در صنعت پرداخت الکترونیک و ایجاد ارزش‌افزوده بر روی سرویس‌های مشتریان با تکیه‌بر شخصی‌سازی این خدمات از آن‌ها کارمزد بگیرند و در این زنجیره معیوب کارکردی، حلقه درستی را پایه‌گذاری کنند.

مسئله کارمزد در نظام‌های پرداخت و بانکداری الکترونیک یک مسئله قدیمی و ریشه در رقابت ناسالم بانک‌ها در سالیان اخیر بر سر جذب منابع دارد و عدم همگرایی در بین بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت الکترونیک باعث به وجود آمدن این انتظار غلط در بین مشتریان شده است. بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت در حال حاضر به دلیل هزینه‌های راه‌اندازی و نگهداری زیرساخت خسته هستند و فین تک‌ها پا به عرصه گذاشتند تا ثابت کنند می‌شود با ارائه خدمات باکیفیت بر مبنای نیازهای مشتری و ارزش‌آفرینی برای آن‌ها از کاربران کارمزد دریافت نمود. شرکت‌های فین تک قرار نیست بانک‌ها و مؤسسات مالی سنتی و قدیمی را از بین ببرند. این استارت آپ ها هنوز نوپا و کوچک هستند و فقط هدفشان تسهیل و ایجاد ارزش‌افزوده بر روی پرداخت‌های الکترونیک است.

در حال حاضر حرکت به‌سوی فناوری‌های مالی (فین تک) یک‌روند گریزناپذیراست

در حال حاضر حرکت به‌سوی فناوری‌های مالی (فین تک) یک‌روند گریزناپذیر است آینده به سمت فین تک‌ها حرکت می‌کند؛ طی مطالعات انجام‌شده در رابطه با ساختار بانکداری در آینده، ساختاری ترسیم‌شده است که نشان می‌دهد بانک‌ها از مدل بانکداری سنتی به‌سوی مدل‌های جدید بانکداری نوین گام برمی‌دارند و بانکداری دیجیتال را شکل می‌دهند. در حال حاضر بانک‌ها، مشتریان و فین تک‌ها در موازات همدیگر حرکت می‌کنند ولی در چند سال آینده این مدل که بازیگران اصلی به موازات هم حرکت کنند تغییر پیداکرده و مشتریان دیگر با بانک‌ها ارتباطی نخواهند داشت و فین تک‌ها را می‌بینند. یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های فین تک‌ها چابکی آن‌ها در ارائه خدمات و به‌روزرسانی و نوآوری در ارائه خدمات است. این خدمات و سرویس‌ها متناسب با نیاز کاربران طراحی‌شده است و به دلیل اینکه باعث تسهیل کسب‌وکار آن‌ها می‌شود برای آن‌ها قابل‌لمس بوده و حاضر هستند برای دریافت این خدمات کارمزد پرداخت کنند.در پایان آنچه عطش سیری ناپذیر بانکها وسایر ذینفعان را روز افزون نموده است جنس متفاوت سود آوری از نوع تراکنش های لحظه ای در آمد زاست نه سود روز شمار وماهیانه یا سالیانه تسهیلات بانکها !!؟



در گفت و گو با مجید شکوهی مطرح شد:

کارت اعتباری به راحتی میتواند هزینه های مالی تولید کنندگان را کاهش دهد



بانک ملی ایران با هدف ایجاد قدرت خرید بیشتر و در استانداردهای بین المللی و رویه های متداول دنیا اقدام به طراحی کارت اعتباری بر مبنای عقد مرابحه و قانون عملیات بانکی بدون ربا بر اساس دستورالعمل های بانک مرکزی نموده است .
دارنده این کارت می تواند تا میزان مشخصی که به آن سقف اعتبار گفته می شود از محل اعتباری که توسط بانک ملی ایران به آن اختصاص داده شده است از مراکز فروش کالا یا خدمات خرید نماید.
در این خصوص گفتگویی داشتیم با مجید شکوهی مدیرعامل شرکت توسعه سرمایه پیشگامان پویا :

ابتدا توضیح کوتاهی راجع به شرکت به ما بدهید.

شرکت پیشگامان پویا (سهامی خاص) در سال ۹۱ به ثبت رسیده و بر اساس مصوبه سال ۹۳ هیات مدیره بانک ملی ایران به عنوان متولی ارائه خدمات و گسترش کارت های اعتباری بانک ملی ایران تعیین گردیده است.
این شرکت در سال ۹۴ به صورت آزمایشی شروع به فعالیت نمود و در آن سال حدود ۶ هزار کارت اعتباری صادر کرد.
در سال ۹۵ با ورود جدی به فاز عملیاتی، بر اساس دستور العمل جدید بانک مرکزی در شهریور آن سال، بانک ملی به عنوان اولین بانک و توسط شرکت پیشگامان پویا شروع به صدور کارت اعتباری نموده و موفق به صدور بیش از ۳۳۵ هزار انواع کارتهای اعتباری برای مشتریان بانک ملی ایران شد.

ایده این کار چگونه شروع شد و چرا بانک ملی به این حوزه ورود کرد؟

در سال ۹۳ دو نفر از اعضای هیات مدیره بانک ملی به بنده پیشنهاد کردند تا موضوع صدورکارت های اعتباری در بانک ملی ایران را پیگیری نمایم.
ظرف کمتر از یک ماه، نتیجه بررسی ها، پیشنهادها و چارچوب کار به هیات مدیره بانک ارائه شد که شامل وضعیت کارت اعتباری در دنیا، ایران و بانک ملی در آن زمان، منافع کارت های اعتباری برای اقتصاد جامعه و کمکی بود که کارت اعتباری به بانک ملی می توانست ارائه کند.

معیار شما برای توزیع کارت اعتباری چه بوده است؟ آیا همه می توانستند کارت اعتباری تهیه کنند یا فقط برای اشخاص خاصی در نظر گرفته شده است؟

کارت اعتباری تنها به مشتریان بانک ملی داده می شد و اگر فردی مشتری بانک ملی نبود، اول باید مشتری شده و بعد کارت به آنها تعلق می گرفت.

شما در بحث اعتبارسنجی مشتریان برای کارتهای اعتباری چگونه عمل کردید؟ با توجه به آن که یکی از مشکلات هر نظام بحث اعتبارسنجی مشتریان است.

آن چیزی که در دنیا مرسوم است، رایج شدن اعتبار سنجی سیستمی مشتریان مبتنی بر رفتار اعتباری آنهاست.
بر این مبنا سیستم اعتبارسنجی آنلاینی که در سال ۹۵ راه اندازی کردیم، در ابتدا بدون نیاز به حضور مشتری در شعبه و تنها از طریق درخواست اینترنتی در سایت شرکت انجام می گرفت و این درخواست به صورت آنلاین مورد بررسی قرارگرفته و امتیاز اعتباری فرد مشخص می شد.
در این روش که تا مهرماه سال ۹۵ ادامه داشت، امتیاز اعتباری هر شخص بین صفر تا هزار تعیین گردیده و بر اساس میزان امتیاز اعتباری کسب شده، میزان اعتبار قابل تخصیص اعلام می شد.
با بررسی های انجام شده مشخص گردید صحت نتایج اعتبارسنجی آنلاین شرکت، بیش از ۱۴۰ درصد صحیحتر از اعتبارسنجی شعبه ای بوده است.

نرخ کارمزد و سود کارت های اعتباری بانک ملی چگونه است؟

نرخ همانی است که بانک مرکزی اعلام کرده، یک درصد سقف اعتبار به عنوان حق اشتراک سالانه را دریافت می کنیم و نرخ آن هم رسمی است که در حال حاضر ۱۸ درصد است.

آیا برای کارت های اعتباری ملی ضمانت یا وثیقه ای هم لازم است؟

بله، صدور کارت اعتباری بر اساس مقررات بانک ملی بوده و از نظر ضمانت شبیه وام است و گرفتن ضامن همچنان وجود دارد که بسته به میزان اعتبار تخصیصی تعیین می شود؛ به عبارتی برای ۱۰ میلیون به یک طریق، ۱۱ تا ۳۰ میلیون به روشی دیگر و ۳۱ تا ۵۰ میلیون، به طرقی دیگر مشخص می گردد.

بحث کارتهای اعتباری چه تاثیری بر اقتصاد می تواند داشته باشد؟

در صورتی که حجم تراکنش های کشور به رقمی حدود ۱۵ یا ۲۰ درصد برسد، میتوان اثرات آن را تحلیل کرد و پیشبینیهای لازم را انجام دهیم.
موضوع دیگر حوزهٔ پرداخت است که امروز در دنیا به سطحی رسیده است که به صورت منفرد ارائه نمیشود و خدمات پرداخت به خیلی از کسب و کارها متصل شده است؛ مثلا در حوزه حمل ونقل در کشور خودمان، اسنپ هم اینطور است، مجموعه ای است که هم سفر شما را مدیریت میکند و هم یک بسته همراه پرداخت ارائه میدهد.
پی پال و شرکتهای بزرگی همچون آمازون هم به این صورت شکل گرفتهاند و اکنون سیستم فروش و تحویل کالا به صورت یکپارچه در دنیا انجام میشود و فکر میکنم در آینده باید به صورت جدی وارد این بحث بشویم که در این مجال نمی گنجد.
توسعه بازار کارت اعتباری می تواند امری موثر در جهت اعطای خدمات اعتباری و تسهیلات خرد بانکی، افزایش قدرت خرید مردم و تحریک تقاضا، افزایش فروش و درآمد بنگاه های کوچک و متوسط، افزایش درآمدهای بانکی، حرکت به سوی درآمدهای کارمزدی به جای درآمدهای تسهیلاتی، ایجاد اشتغال برای جوانان تحصیلکرده، سیستمی کردن و مدیریت و کنترل بازار مصرف اعتبارات خرد و امثال آن شود.

نمایشگاه تراکنش سال گذشته را چگونه دیدید؟ نظر شما دربارهٔ برگزاری این گونه نمایشگاهها چیست؟

بی تردید معرفی هرچه بیشتر محصولات مرتبط با کسب و کار کارت های اعتباری نیز میبایست در اولویت این نمایشگاه قرار گرفته و همچنین شرایطی فراهم شود تا از تجربیات کشورهای پیشرو در این زمینه استفاده لازم به عمل آید.
اگر چه توسعه کسب و کار بخش خصوصی در عرصه فناوری های نوین صنایع مالی و بانکی از رویکردهای نوین ITE می باشد و ثمره خرد جمعی صنعت بانکداری و پرداخت ایران است در زمینه فناوری های نوین و استارت آپ ها و در کنار آن برگزاری سمینارها و نشست ها و کارگاه های آموزشی گامهای بلند و قابل قبولی برداشته است.

به عنوان سخن آخر؟

به طور خلاصه میتوان بگویم کارت اعتباری به راحتی میتواند هزینه های مالی تولید کنندگان را که در حال حاضر به دلیل بالا بودن نرخ بانکی، بسیار بالاست، به شدت کاهش دهد و به نحوی بین عوامل مختلف تقسیم نماید که همهٔ آن به دوش تولیدکننده یا عرضه کننده کالا نیافتد. در این میان نکته بسیار مهم این است که اگر بانک ها بخواهند در حوزه کارت اعتباری در حد وسیع کار کنند، واقعا نیاز به یک اعتبار بسیار بالایی دارد.
لذا پیشنهاد بنده این است که برای این منظور باید از منابع مالی غیر بانکی نظیر صندوق های سرمایه گذاری استفاده شود.
به علاوه نظام فروش اقساطی از طریق کارتهای اعتباری که در آن در واقع اعتبار توسط فروشنده کالا یا خدمات اعطا می شود نیز می تواند به عنوان سومین منبع مهم تامین اعتبار در نظر گرفته شود.





شرکت کارت اعتباری ایران کیش
(سهامی عام)

پات زندگی

(PUT Life)

امروزه تکنولوژی با سرعت بسیار بالایی در حال تغییر است. سرعت این تغییرات به حدی بالا است که دیگر این نیازهای مشتریان نیست که محصولات و خدمات جدید را می‌طلبد بلکه تغییرات تکنولوژی است که نیازهای جدید را خلق می‌نماید.
در این راستا شرکت کارت اعتباری ایران کیش همواره سعی نموده با خلق ایده‌های نو علاوه بر پاسخگویی به نیازهای فعلی مشتریان، فراتر از آن رفته و خدمات و محصولات جدیدی را ارایه نماید.

یکی از این خدمات نوین پات لایف می‌باشد. پات لایف راهکاری جامع و هوشمند بر مبنای پلتفرم پات است که شامل گزینه‌هایی همچون پرداخت‌های الکترونیک، ارایه مشاوره هوشمند و ... بوده و کاربران نهایی را قادر می‌سازد تا کلیه امور روزانه زندگی و کسب و کار خود را با حفظ پایداری از طریق امکانات موجود در آن که با عنوان اکوسیستم پات شناخته می‌شود به انجام رسانند.
اکوسیستم پات مجموعه‌ای از تجهیزات سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و شبکه‌ای و در تعامل با یکدیگر می‌باشند تا از طریق ایجاد هم‌افزایی بتوانند نیازهای مشتریان را به صورت بهینه برآورده نمایند.
از ویژگی‌های این اکوسیستم آن است که ثابت نبوده و با توجه به نیازها و تغییرات محیطی دایماً در حال تغییر می‌باشد.
اکوسیستم پات مناسب کلیه کسب و کارهایی است که تنها به یک راه‌کار پرداخت بسنده ننموده و درصدد آنند که با فراهم آوردن مجموعه راه‌کارهای پرداخت مختص کسب و کار ایشان، حداکثر رضاتمندی مشتریان خود را ایجاد نمایند هرچند که این امکان برای سایر مشتریان نیز فراهم است که کلیه خدمات مرتبط با پرداخت خود را که در تعاملات روزانه نیازمند آنند با محصولات و خدمات موجود در اکوسیستم پات به انجام رسانند.
هم اکنون اکوسیستم پات شامل این راه‌کارهاست:

هم پات (Mobile POS)

نسخه جدید کارتخوان فروشگاهی است که از طریق اتصال به موبایل یا تبلت و... امکان انجام تراکنش بانکی به وسیله آن ایجاد می‌شود. این دستگاه با هدف ایجاد راه‌کارهای جامع و ترکیبی در صنایع متنوع متناسب با نیاز سطوح مختلف هر کسب و کار تولید شده است.
از جمله فواید آن می‌توان به استفاده از موبایل شخصی برای جلوگیری از سرقت پین کد، عدم نیاز به پرداخت نقدی برای مقادیر کوچک، کنترل تراکنش‌های حضوری و کاهش مراجعه به دستگاه‌های خودپرداز اشاره نمود.

هایپر پات (صندوق فروشگاهی)

هر فروشگاه جهت انجام خدمات فروش نیازمند دارا بودن نرم‌افزار حسابداری فروش و سخت‌افزار صندوق فروشگاهی است، هایپرپات این مهم را به صورت یکپارچه برای فروشگاه‌ها فراهم آورده‌است.

پی پات

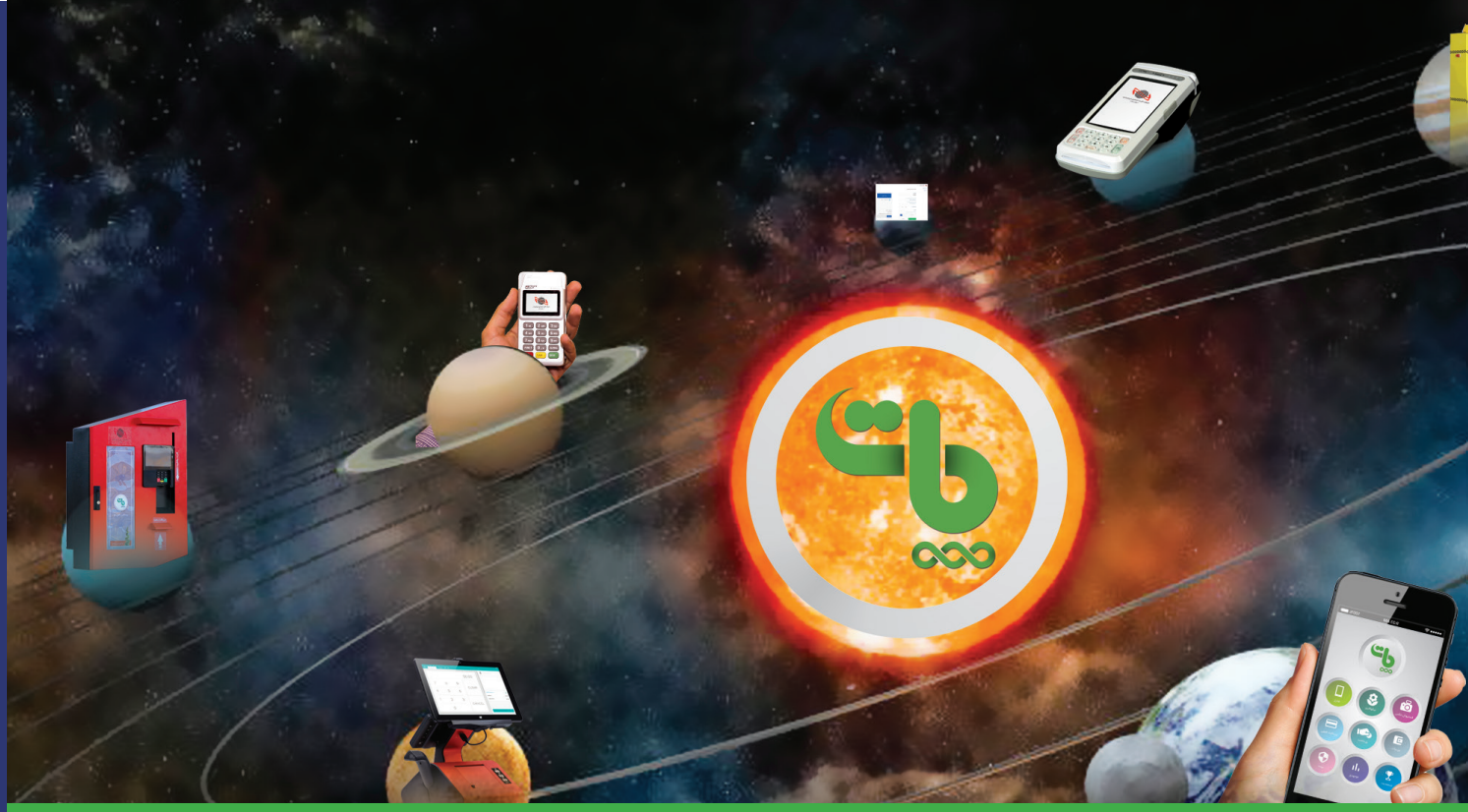
یکی از کامل‌ترین کیف‌پول‌های الکترونیکی با قابلیت شارژ، دشارژ، پرداخت قبوض، ارایه خدمات تسهیم، تخفیف و وفاداری است.

POS PDT

یک رایانه شخصی کوچک و قابل حمل است که قادر به اتصال به اینترنت و شبکه‌های داخلی از طریق بی‌سیم و به صورت Wi-Fi است. این محصول دارای کاربردهای متنوعی است که یکی از آن‌ها در زمینه پرداخت می‌باشد و مورد توجه خاص فروشگاه‌ها، مراکز تجاری و شرکت‌های پخش است. این ابزار دارای قابلیت منحصر به فردی به صورت یکپارچه و متمرکز در یک دستگاه است که از این دست می‌توان به بارکدخوان، کارتخوان، چاپگر رسید پرداخت و ... اشاره نمود.

پات سی

این محصول جهت ارایه خدمت در سیستم حمل و نقل تاکسیرانی تهیه شده است که با استفاده از آن امکان پرداخت آنلاین کرایه‌های تاکسی فراهم می‌گردد.
این محصول قابلیت کلیه عملیات بانکی شامل خرید، شارژ، مانده‌گیری، پرداخت قبض، ارایه رسید، اطلاع‌رسانی به مسافر از طریق پیامک، قابلیت کنترل تغییر شیفت و NFC را دارا می‌باشد.



ارایه خدمات پرداخت موبایلی (سامانه پات)

با توجه به اهمیت حوزه ارایه خدمات موبایلی در کشور و توسعه و همه‌گیر شدن استفاده از موبایل در سطح جامعه، سامانه موبایل شرکت با نام تجاری پات طراحی، پیاده‌سازی و به بازار ارایه گردید.

پرداخت درون برنامه‌ای (In App Purchase)

برنامه‌ای است که به کمک آن سایر برنامه‌های دیگر بدون وابستگی به PSP عملیات پرداخت را انجام می‌دهند.

سولار پات

شرکت کارت اعتباری ایران کیش برای اولین بار امکان شارژ باطری‌های کارتخوان فروشگاهی سیار این شرکت را از طریق سولار پات فراهم نموده است.

PIN PAD

به منظور سهولت دسترسی به پایانه فروش از سوی دارندگان کارت ابزار PIN PAD به عنوان گزینه تکمیلی در کنار پایانه فروش قرار گرفته که امکان پرداخت امن را از طریق ورود رمز توسط شخص دارنده کارت فراهم می‌سازد.

کیوسک پرداخت

این ابزار جهت تجهیز جایگاه‌های CNG در سطح کشور توسط همکاران شرکت تولید و قابل بهره‌برداری می‌باشد و امکان پرداخت هزینه سوخت را برای دارندگان کارت فراهم خواهد نمود.

کارت‌های الکترونیکی

شرکت کارت اعتباری ایران کیش با همکاری بانک‌های طرف قرارداد امکان بازاریابی و فروش انواع کارت‌های پیش‌پرداخت اعم از کارت‌های هدیه وکارت خرید و ... را دارد.

ماشین خودکار فروش (Vending Machine)

این دستگاه از طریق اتصال دستگاه PC-POS به دستگاه فروش اتوماتیک امکان خرید را برای مشتریان می‌سازد.

خدمات پرداخت موبایل بر بستر USSD

خدمات بر این بستر شامل خدمات پرداخت عمومی نظیر انتقال وجه، اعلام موجودی، خرید شارژ پرداخت قبض و خدمات پردخت تخصصی و اطلاع‌رسانی می‌باشد.

درگاه پرداخت اینترنتی (IPG)

ابزاری است که جهت ایجاد تراکنش مالی برای وب سایت‌ها، فروشگاه‌های اینترنتی و سایر پایگاه‌های تجارت الکترونیکی است تا با فراهم‌سازی بستر مناسب امکان جابه‌جایی وجوه در شبکه پرداخت الکترونیکی به سادگی صورت پذیرد. هر یک از محصولات و خدمات موجود در اکوسیستم پات می‌توانند به تنهایی یا در کنار هم یک نیاز یا مجموعه‌ای از نیازهای مشتریان را برطرف نماید. آنچه در خصوص این راهکار حائز اهمیت است آن است که محصولات و خدمات موجود در اکوسیستم پات ثابت نبوده و در آینده محصولات و خدمات جدیدی به آن افزوده خواهد شد. در حال حاضر برخی از خدماتی که می‌توان برای فعالیت‌های روزانه زندگی دارندگان کارت‌های شتابی از آن‌ها بهره برند عبارتند از: خرید، پرداخت قبوض، خرید شارژ، انتقال وجه، پرداخت‌های نیکوکارانه، دریافت موجودی، خریدهای درون برنامه‌ای، استفاده از کیف پول الکترونیکی، پرداخت آنلاین کرایه تاکسی، پرداخت هزینه سوخت گاز خودرو و.... همچنین پذیرندگان نیز می‌توانند از خدماتی نظیر فروش اینترنتی، استفاده از دستگاه‌های خودکار فروش، استفاده از دستگاه‌های مجهز به بارکدخوان، صندوق فروشگاهی، شارژ دستگاه کارتخوان با استفاده از انرژی خورشید، فروش الکترونیک و ... بهرمند گردند.



همیشه پدیده های نوظهور برای خودنمایی، رشد و توسعه با چالشهای بسیار زیادی مواجه‌میشوند

تا کنون سرویسهای ترکیبی خوبی در حوزه پرداخت همراه ایجاد شده و یا در حال ایجاد می باشد

شرکت عصر دانش افزار با هدف ارائه راه‌حل‌های جامع و خدمات تخصصی در زمینه طراحی و اجرای بستر فنی امن ، نرم‌افزار، آموزش، مدیریت انتقال فناوری و مشاوره تاسیس گردید

از شرکت و فعالیتهای آن برایمان بگویید.

شرکت عصر دانش افزار در سال ۱۳۷۴ به ثبت رسید و زمینه های فعالیت آن را بایستی به دو بازه زمانی تقسیم کرد:

• از بدو تاسیس تا سال ۱۳۹۰ که اجرای پروژه های کلان ICT کشوری مد نظر شرکت بود و در این مدت موفق به اجرای بسیاری از پروژه ها در سطح کشور گردید .

•از سال ۱۳۹۰ تا کنون که ارائه سرویس بر بستر ابزارهای هوشمند همراه در دستور کار قرار گرفت.

این سرویسها در حوزه های مختلفی عملیاتی گردیده از جمله

•سرویس موبایل بانک

•موبایل بانک تجارت

•موبایل بانک سینا

•موبایل بانک حکمت ایرانیان

•موبایل بانک قرض الحسنه مهر ایران

•سرویس پرداخت همراه که امکان پرداخت حضوری و یا غیر حضوری توسط گوشی همراه را در اختیار کاربران قرار می دهد

•سرویسی که با توجه به مصرف بالای انرژی در کشور در صدد کمک به صرفه جویی انرژی می باشد و فاز اول آن که پرداخت قبوض می باشد عملیاتی گردیده است (اپلیکیشن سبزپرداز)

•سرویس جمع سپاری مالی (Crowd Funding) که تا کنون بخش کمکهای خیریه (Donation) آن عملیاتی گردیده است

چند نفر در شرکت مشغول به کارند؟

در حال حاضر ۶۸ نفر در بخشهای مختلف به فعالیت مشغولند.

یکی از زمینه های فعالیت شما حوزه «پرداخت همراه» است ، در این حوزه چه سرویسهایی را ارائه نموده اید ؟

با توجه به دیدگاه ما در خصوص همکاری با سایر مجموعه های فعال و لزوم ایجاد هم افزایی جهت حرکت به سمت موفقیت ، تا کنون سرویسهای ترکیبی خوبی ایجاد شده و یا در حال ایجاد می باشد که بعضی از این سرویسها که در درون اکوسیستم پرداخت همراه گنجانده شده و یا خواهند شد به شرح زیر می باشند:

• سفارش کالاهای مورد نظر از سوپرمارکت آنلاین و پرداخت هزینه آن
• سفارش آنلاین غذا و پرداخت هزینه آن
• بررسی ، انتخاب و خرید بیمه مورد نظر
• امکان تعیین مسیر و خرید بلیط و انتخاب سایر موارد مرتبط با سفر
• تخفیف و خرید گروهی کالاها و یا خدمات
• انتخاب و خرید آنلاین بلیط سینما ، تئاتر ، کنسرت و ...
• انتخاب و خرید آنلاین پوشاک
• پرداخت کرایه حمل و نقل
• پرداخت مبلغ فاکتور در بسیاری از فروشگاههای معتبر و درج در سیستم فروشگاه
• انتخاب پروژه خیریه و پرداخت مبلغ مورد نظر

چه چالش ها و موانعی در مسیر توسعه فعالیت فین تک ها می بینید؟

البته همیشه پدیده های نوظهور برای خودنمایی، رشد و توسعه با چالشهای بسیار زیادی مواجه میشوند بخصوص وقتی قرار باشد این فناوری ها موجب تغییر و دگرگونی در ساختار یک کسب و کار شوند. مهمترین چالشها عموماً از محدودیتها یا عدم انعطاف قوانین و یا در برخی موارد نبود قوانین ایجاد می شوند، این چالش در مسیر اغلب پدیده های نوظهور فناورانه وجود دارد که قطعاً در فین تک ها به علت حساسیت های این حوزه با شدت بیشتری لمس خواهد شد. چالش دیگر چالشی است که به جهت فراصنفی یا فرا حوزه ای بودن پدیده فین تک بوجود می آید به این معنی که عموما خدمات نوینی که از طریق فین تک ها خلق می شوند تلفیق یا ترکیبی است از فعالیت های چند صنف یا کسب و کار مختلف، در این حالت شما به دلیل اینکه در هیچ یک از صنوف مربوطه تثبیت نشده اید نمی توانید از مزایا و امکانات آنها استفاده کنید در حالیکه تمام محدودیت های بازدارنده صنوف برای شما در قالب مانع ظاهر می شوند.

داده آمای داتیس غرفه دار سومین نمایشگاه تراکنش ایران

فناوری الکترونیک ، عامل موثری در صرفه جویی ، ممانعت از اتلاف وقت ، دقت و شفافیت کارها است



محمد حجت

مدیرعامل داتیس

هم اکنون یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اندازه‌گیری توسعه سازمان‌ها، نسبت حجم اطلاعات دیجیتال به اطلاعات آنالوگ آن‌ها است.
کاغذ و استفاده‌ی از آن، در اداره‌ی امور سازمانها، به سرعت، جای خود را به فایل‌های الکترونیکی سپرده و این دگردیسی، اسناد و مدارک موجود سازمان‌ها را نیز شامل خواهد شد.
محمد حجت مدیر مجموعه داتیس به سوالات ما در این زمینه پاسخ داد:

توضیحاتی راجع به شرکت داتیس به ما ارائه دهید.از چه زمانی و با چه مقدار سرمایه شرکت را تاسیس کردید؟

شرکت داده آمای داتیس نزدیک به ۵ سال است که به منظور پاسخگویی به نیازهای جدید جامعه ، از مجموعه ای که بیش از ۵۰ سال در زمینه ی چاپ و نشر فعالیت داشته است، منشعب گردیده و در زمینه های زیر فعالیت دارد.

۱-ارائه ماشین آلات صنعتی و ادوات تصویر برداری و پیاده سازی فرایند استاندارد تبدیل بایگانی های کاغذی به ارشیو های دیجیتال ، آموزش و پشتیبانی آنها
۲-نماینده محصولات شرکت های treventus،lauffer،boewe، microbox،KBA، در خصوص تولید کارت های بانکی ، هویتی و مخابراتی و تصویر برداری همچنین سرمایه ثبتی شرکت یک میلیارد ریال است.

چالشهای پیش روی شما در این مدت فعالیت چیست؟

فعالیت هایی که در زمینه تصویر برداری از اسناد و مدارک در کشور صورت می پذیرد با روش و ادوات قدیمی ، به دور از استانداردهای لازم ، انجام و بهره برداری از نتایج کار مواجه با مشکلات و دوباره کاریها یا بهره برداری ناقص است.
از بعد مالی نیز علی رغم اطلاع موسسات از دست آوردهای فراوان و مثبت دیجیتال سازی اسناد و مدارک ، به علت ضعف های مالی و فقدان اعتبارات ، کماکان هزینه های گزاف عوارض نامطلوب کار با کاغذ را تحمل می نماید.

با چه ارگان ها و نهادهایی در حال حاضر فعالیت انجام می دهید؟

مشتریان ما طیف متنوعی از موسسات خصوصی و دولتی ، با فعالیت های گوناگون هستند به عبارت دیگر هر موسسه یا بنگاهی که دارای بایگانی قابل توجه و مراجعات مکرر به مدارک ، به خصوص مراجعات مردمی است ، نیازمند بهره گیری از دیجیتال سازی ، برای سرعت و سهولت و دقت در پاسخگویی و صرفه جویی در منابع است.مانند شرکت های بزرگ ، موسسات دولتی ، بانک ها ، دانشگاه ها ،بیمارستان ها و امثال آن.

هدف شما از شرکت در نمایشگاه تراکنش ۲۰۱۷ چیست و چه چیز باعث شده که شما به شرکت در نمایشگاه ترغیب شوید؟

هدف ما در شرکت در نمایشگاه تراکنش معرفی خدمات و امکانات شرکت خود به سایر شرکت کنندگان در نمایشگاه است.

آیا محصول یا خدمت جدیدی برای ارائه دارید؟

محصولات شرکت ما همان مواردی بود که در سوال اول ذکر کردم به همراه پشتیبانی آنها که شامل رفع ایرادات و تعمیرات ، ارائه قطعات و مواد اولیه ذیربط می باشد.

با توجه به این که چند شریک خارجی دارید علاوه بر رویکرد های داخلی ،رویکرد خارجی هم دارید؟

فعالیت شرکت فعلا در داخل کشور است و فعالیت خارجی در حال حاضر نداریم.

با چه شرکت های خارجیی فعالیت انجام می دهید و آیا محصولات بین المللی هم دارید؟

شرکت هایی که نمایندگی آنها در اختیار ماست مانند شرکت UFFER،KBA و BOWE

با توجه به رویکرد دولت به اشتغالزایی ، شما در این زمینه چه کار کرده اید؟

با شروع پروژهای ، نیاز شرکت به نیروی انسانی افزایش می یابد که نسبت به تامین آن طی فرایند استخدامی شرکت ،اقدام میشود.

به عنوان سخن آخر ؟

آرزو می کنم فناوری الکترونیک ، که عامل موثری در صرفه جویی ، ممانعت از اتلاف وقت ، دقت و شفافیت کارها است ، هر چه بیشتر در کشور عزیز ما توسعه یابد و شرکت داده آمای داتیس در حوزه ی نقش خود را در این راه به خوبی ایفا کند.



زرین‌پال

یک شرکت فعال در حوزه پرداخت الکترونیک و فناوری‌های مالی (فین تک) است

اپلیکیشن زرین پال؛ یک کیف پول هوشمند

مصطفی امیری
مدیر عامل زرین پال

زمانی که پرداخت آنلاین در ایران پدیده‌ای نوپا محسوب می‌شد و گرفتن درگاه‌های پرداخت آنلاین دشواری‌های زیادی داشت، برای ایجاد یک فضای ایمن و قابل اعتماد میان فروشندگان و خریداران اینترنتی و همچنین ارائه‌ی یک درگاه پرداخت اینترنتی به سادگیِ هرچه تَمام‌تر، استارت‌آپی به نام زرین‌پال در فروردین ۱۳۸۹ متولد شد.

با استقبال خوبِ مشتریان و فروشندگان از زرین‌پال این استارت‌آپ خلاق با سرعتِ بیشتری رشد کرد تا به امروز که زرین‌پال به یک کسب و کار پیشگام، معتبر و نوآور در زمینه‌ی ارائه‌ی راه‌کارها و خدمات پرداخت آنلاین تبدیل شده است.

در این خصوص مصاحبه ای داشتیم با مدیر عامل شرکت زرین پال که در ادامه آن را میخوانید:

۱-راجع به زرین پال توضیحاتی به ما ارائه دهید،از چه سالی شروع به کار کردید؟

زرین‌پال یه شرکت فعال در حوزه پرداخت الکترونیک و فناوری‌های مالی (فین تک) است که در فروردین ۱۳۸۹ کار خودش رو آغاز کرده.
فعالیت اصلی زرین‌پال ارائه‌ی درگاه پرداخت واسط اینترنتی به کسب‌وکارهای متوسط و خانگیست که در مدت زمان کوتاه و به سادگی و به دور از هرگونه بروکراسی در اختیار کاربران قرار میگیرد.
اما فقط همین نیست و سرویس‌های متنوع و کاربردی زرین‌پال کسب‌وکارهای بزرگ را هم به سمت خودش کشیده و در حال حاضر طیف وسیعی از مخاطبان و کاربران با زرین‌پال همکاری دارند .

۲-کلمه زرین پال به چه معناست؟

زرین‌پال یعنی همراه زرین یا همراه طلایی

۳-با توجه به افزایش کاربران پرداخت اینترنتی و افزایش سرویسهای پرداخت ایا کار شما سخت تر شده است؟ایا جایگاهتان تغییری کرده؟

صرف حضر در بازار موفقیت محسوب نمیشود، موفقیت آنجاست که سهم قابل توجهی را از بازار داشته باشیم.
بازار بزرگ‌تر شده، رقابت شدیدتر شده اما تلاش زرین‌پال در ارائه‌ی سرویس‌های کاربردی‌تر و بهتر است و همیشه سعی بر این دارد که از این بازار چند قدمی جلوتر حرکت کند و جایگاه خودش را در بازار تثبیت نماید.

> „ از نظر امنیتی زرین‌پال همواره سعی در ارتقا و بهتر بودن داره تا همواره فاصله خودش رو با استانداردهای جهانی در موضوع امنیت حفظ کنه “

۴-مشتریان زرین پال چه کسانی هستند؟

همانطور که در سوال اول گفتیم اکثر مشتریان زرین‌پال کسب‌وکارهای کوچک و خانگی هستند اما با توجه به مسیر در حال حرکت زرین‌پال و سرویس‌های متنوع این مجموعه، در حال حاضر با انواع مشتریان و کسب‌وکارها در حال همکاری هستیم، از کوچک و خانگی گرفته تا بزرگ و توسعه یافته.

۵-روزانه تراکنشهای موفق و غیر موفق شما چند درصد است؟

فکر می‌کنم اگر به این سوال جور دیگری پاسخ بدیم بهتر باشد که زرین‌پال با استفاده از سرویس مسیردهی هوشمند باعث میشود کاربران هنگام خرید به بهترین psp برای انجام تراکنش در آن لحظه وصل شوند تا تراکنش با موفقیت انجام شود.
این سرویس باعث شده درصد موفقیت‌آمیز بودن تراکنشها در زرین‌پال به عددی بالا و قابل توجه برسد.

۶-امنیت سایت و حساب کاربران و درگاه پرداخت، شما به چه نحوی حفظ میشود؟

خداروشکر می‌توانیم بگوییم از نظر امنیتی زرین‌پال همواره سعی در ارتقا و بهتر بودن دارد تا همواره فاصله خودش رو با استانداردهای جهانی در موضوع امنیت حفظ کند.
این اتفاق می‌تواند به واسطه ارتقا دانش و به‌روز بودن رقم بخورد یا مانیتورینگ لحظه به لحظه و خیلی موارد دیگر.

۷-تعداد کارمندان و کسانی که در زرین پال فعالیت می کنند چند نفر هستند؟

درحال حاضر ۲۳ نفر به صورت حضوری و تمام وقت و ۲ نفر به صورت غیرحضوری در حال همکاری با مجموعه زرین‌پال هستند.

۸-آیا از خواب سرمایه مردم در حسابهای خود کسب درامد میکنید؟

مدل کسب درآمد زرین‌پال براساس گرفتن کارمزد از پذیرنده است ولی می‌دانیم در بازار رقابتی ایران و با توجه به کارمز صفر درصدی که pspها دارند، خواسته یا ناخواسته این اتفاق خواهد افتاد.



طبق استانداردهای بین‌المللی هدف شرکت‌ها سود نبردن از رسوب پول است، مثل پی‌پل، اما می‌دانیم که این اتفاق صد در صد رقم نمی‌خورد.

۹-مشکلات زرین پال در حال حاظر چیست؟

بزرگ‌ترین معضل پیش روی زرین‌پال عدم وجود قانون مشخص در حوزه پرداخت الکترونیک و فین تک است که مرکز توسعه تجارت الکترونیک خودش را در این زمینه محق می‌داند و تلاش برای حل مشکلات موجود دارد که متاسفانه هنوز نتیجه خاصی در بر نداشته است.

۱۰-راجع به سرویس پرداخت پول خرد در تاکسی اطلاعاتی به ما میدهید؟

زرین‌تاکسی نام سرویس جدید زرین‌پال است که حل معضل پول خرد در پرداخت کرایه تاکسی را هدف گرفته است.
به این صورت که به جای پرداخت نقدی و سنتی کرایه تاکسی که معضلاتی همراه خودش دارد، مثل نبود پول خرد، نگه‌داری از پول نقد و خطرات ناشی از آن، دشواری در مدیریت درآمد روزانه و خیلی از معضلات دیگر، سعی دارد با راحت‌تر کردن پرداخت کرایه تاکسی با اسکن یک qr کد یا شماره‌گیری یک کد ussd به راحتی انجام می‌گیرد.
ضمن اینکه این سرویس مخصوص تاکسی‌های شهری نیست و برای تاکسی‌های فرودگاه هم با توجه به نیازها و معضلات‌شون قابل استفاده است.

۱۱-آیا زرین پال سرویس جدیدی برای ارائه دارد؟

سرویس دیگری به نام بینگو است که به صورت مشترک با مجموعه‌ای دیگر در حال آماده‌سازی است که قصد ارائه‌ی ام‌پوز mpos را داریم،آن هم با توجه به نیاز خیلی از کسب و کارهای کوچک و خانگی که به صورت آفلاین فعالیت انجام میدهند و نیاز به این مدل از پرداخت برایشان حس میشود.

۱۲-به عنوان سخن آخر؟

ممنونیم از شما درپناه حق باشید.





راز یک استارتاپ موفق چیست؟

دره‌ی سیلیکون (Silicon Valley) در نگاه بسیاری از افراد، جایی است که انبوهی از نوآوران برای ثروتمند شدن به آن‌جا می‌روند. البته تردیدی نیست که بسیاری از برترین شرکت‌های موفق دنیا در این منطقه قرار دارند. اما شاید برای‌تان جالب باشد که اکثر شرکت‌های نوپایی که در دره‌ی سیلیکون تاسیس می‌شوند، فقط به این دلیل که در مراحل ابتدایی کار قادر به جذب و حفظ نیروی انسانی متخصص، جذب سرمایه‌گذار و نیز کسب اعتماد مشتریان نیستند، درنهایت ورشکسته می‌شوند. اما چه چیزی در دل این موفقیت و شکست وجود دارد؟

کسب ثروت و پولدار شدن، عامل پیشران استارتاپ‌های موفق نیست؛ بلکه ماموریتی که بنیان‌گذاران استارتاپ‌ها در ذهن و دل خود دارند سبب پیشرفت آن‌ها می‌شود. استارتاپ‌هایی که قصد ایجاد تغییری ارزشمند در دنیا و بهبود وضعیت حال را دارند درنهایت سبب ایجاد بیشترین ارزش و بازدهی را برای خود و سرمایه‌گذاران‌شان خواهند شد. البته ممکن است کسانی که با فضای دره‌ی سیلیکون آشنا نیستند، نوعی تناقض در این میان مشاهده کنند. چگونه ممکن است بنیان‌گذاران یک استارتاپ برای دل خود کار کنند و از سویی دیگر بتوانند به سوددهی هم برسند؟ آیا می‌توان به دنبال پول نبود و پس از مدتی به ثروتی فراوان دست یافت؟ نکته‌ی ماجرا دقیقا همین‌جاست!

کسب درآمد، هدف یک استارتاپ نیست

«جیم بریکسدیل» (مدیر عامل شرکت نت‌اسکیپ) پاسخ جالبی به این پرسش می‌دهد: «گفتن این‌که هدف یک شرکت کسب درآمد است مثل این است که بگوییم هدف از زندگی، نفس کشیدن است.»
تردیدی نیست که اگر نفس نکشیم، دیگر داشتن هدف در زندگی معنایی نخواهد داشت. اما باید دقت کنیم که اگر به ماموریت خود باور داشته باشیم، این ماموریت به بخشی از الزامات اخلاقی ما تبدیل شده و مدل کسب‌وکارمان نیز بر مبنای آن تدوین خواهد شد.

کسب درآمد، تنها دغدغه‌ی استارتاپ‌های موفق نیست

رسیدن به اهداف بزرگ، کاری نیست که بتوان در مدتی کوتاه آن را به انجام رساند. برای موفقیت یک کسب‌وکار نیاز به یک مدل کسب‌وکار داریم. با این‌که این مدل درنهایت در پی سودآوری است، اما باید بر اساس رسالتی که در ذهن و دل دارید تدوین شود. درواقع اصلا قرار نیست که بین دستیابی به هدفی که در دل دارید و کسب سود، یکی را انتخاب کنید.
موفقیت استارتاپ‌ها

شرکت‌های موفق، رسالت خود را اصل قرار می‌دهند

بسیاری از شرکت‌های موفق امروزی بر اساس رسالتی که بنیان‌گذاران‌شان در ذهن داشتند شکل گرفته و به موقعیت برتر کنونی دست یافته‌اند. بنیان‌گذاران گوگل (لری پیج و سرگی برین) آینده‌ای ایده‌آل را در ذهن داشتند که هر کاربر بتواند به‌راحتی اطلاعات موجود در وب را جستجو کند و همگان به‌سادگی به آن دسترسی داشته باشند. گوگل با همین رویکرد توانست در طی چند دهه، انبوهی از اطلاعات را سازماندهی کند.

باور درونی بنیان‌گذاران یک استارتاپ به ماموریت خود، مهم‌ترین عامل موفقیت کسب‌وکار جدید آن‌ها به شمار می‌رود.بنیان‌گذار فیسبوک نیز به فکر تسهیل و گسترش ارتباطات انسانی بود و به همین شیوه توانست زمینه‌ی ارتباط موثرتر بین کاربران اینترنت در سراسر جهان را فراهم آورد. اما برای کارآفرینان و بنیان‌گذارانی که بیشتر به فکر ثروتمند شدن هستند، اوضاع ممکن است به‌گونه‌ای پیش رود که خیلی زود عرصه را واگذار کنند.

رها کردن استارتاپ در میانه‌ی راه

راه‌اندازی یک کسب‌وکار نو، کاری بسیار دشوار است. گاهی اوقات به‌خاطر نبود منابع مالی و یا عدم علاقه‌ی مشتری به محصول ارایه‌شده، کارآفرینان دست از تلاش می‌کشند. تاکنون نمونه‌های زیادی ازاین‌دست استارتاپ‌ها را دیده‌ایم که بنیانگذاران‌اش به دلایل متعدد در میانه‌ی مسیر، با شکست روبرو شده‌اند.
اما نوعی دیگر از رها کردن کار استارتاپ هم وجود دارد که البته کمتر رخ می‌دهد و آن‌هم وقتی است که یک شرکت بزرگ‌تر، استارتاپی را می‌خرد. هر از چند گاهی می‌شنویم که یک شرکت برتر سهام یک استارتاپ را می‌خرد و آن را زیرمجموعه‌ی خود می‌کند. به‌این‌ترتیب، بنیان‌گذاران آن استارتاپ به پول خوبی دست می‌یابند و احتمالا سرمایه‌گذاران آن نیز تا حدی متنفع می‌شوند.
شاید برای بنیان‌گذاران یک استارتاپ، خریداری شرکت‌شان توسط یک شرکت بزرگ (نظیر مایکروسافت یا یاهو) رویایی دلنشین باشد. اما اگر با دقت به این وضعیت نگاه کنیم، می‌بینیم که این‌هم نوعی رها کردن کار در میانه‌ی مسیر است. هیچ شرکتی تاکنون نتوانسته با ملحق شدن به شرکتی بزرگ‌تر، دنیا را آن‌طور که در ابتدا می‌خواسته تغییر دهد.

در بیشتر موارد می‌بینیم که استارتاپ خریداری‌شده از سوی شرکتی بزرگ‌تر، تعطیل شده و یا کارکنانش اخراج می‌شوند.
فروش یک استارتاپ به شرکتی بزرگ‌تر حتی شاید خطرناک‌تر از رهاکردن شرکت به‌خاطر مشکلات پیش‌آمده باشد. هر سرمایه‌گذاری که بر روی یک استارتاپ سرمایه‌گذاری می‌کند، این گزینه را نیز متصور می‌شود که شاید همه‌ی پول خود را به‌خاطر عدم موفقیت شرکت از دست بدهد. حال اگر یک استارتاپ توسط یک شرکت بزرگ‌تر خریداری شود، سرمایه‌گذاران قبلی شاید به سود قابل‌توجهی دست یابند و به همین دلیل این گزینه برای آن‌ها بسیار هم مطلوب باشد. اما نکته اینجاست که این استارتاپ شاید دیگر هرگز نتواند به ماموریتی که در ابتدا برای خود متصور بود دست پیدا کند.

استارتاپ‌هایی که تسلیم نشدند

«لری پیج» و «سرگی برین» با پایبندی به رسالتی که برای خود برای سازماندهی اطلاعات در اینترنت ترسیم کرده بودند توانستند گوگل را به جایگاه کنونی برسانند. این دو آن‌قدر به رسالت خود باور داشتند که حتی پیشنهاد یک میلیارد دلاری یاهو برای خرید موتور جستجوی گوگل را رد کردند. گفتنی است مجموع سهام گوگل هم‌اکنون ارزشی بیش از ۳۵۰ میلیارد دلار دارد!
چند سال پیش بود که یاهو برای خرید فیسبوک پیشنهادی یک میلیارد دلاری به «مارک زاکربرگ» داد. جالب اینجاست که این پیشنهاد در حالی ارایه شد که این شبکه‌ی اجتماعی بسیار بسته بود و بیشتر مردم نمی‌توانستند در آن عضو شوند. با این وجود زاکربرگ این پیشنهاد چشم‌گیر و نیز پیشنهادات بزرگ‌تر از شرکت‌های دیگری نظیر گوگل را رد کرد. زاکربرگ این رسالت را برای خود متصور بود که باید افراد مختلف را در جهان به هم ارتباط دهد. به‌این‌ترتیب بود که امروزه ارزش فیسبوک به بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار رسیده است.

فروش یک استارتاپ به شرکتی بزرگ‌تر به معنای نابودی رویای بنیان‌گذار آن خواهد بود

فرض کنید که گوگل و فیسبوک با قیمت یک میلیارد دلار به یاهو فروخته می‌شدند. آیا گوگل می‌توانست در زیر سایه‌ی یاهو به پروژه‌هایی که در راستای رسالت بنیان‌گذاران‌اش بود (نظیر اسکن کردن کتاب‌های موجود در کتابخانه‌های دنیا و یا سازماندهی مقالات آکادمیک) بپردازد؟

چرا تعریف دقیق رسالت یک شرکت اهمیت دارد؟

در هرکدام از نمونه‌های بالا دیدیم که رسالت بزرگی که بنیان‌گذاران یک شرکت در ذهن و دل خود دارند با موفقیت مالی آن‌ها درهم آمیخته است. به قول مولوی «چون‌که صد آمد، نود هم پیش ماست.»
البته این نکته را هم نباید فراموش کرد که کارکنان یک استارتاپ نیز باید به رسالتی که برای شرکت تعریف شده باور داشته باشند. اگر کارکنان شرکت صرفا برای کسب درآمد در شرکت مشغول به کار شوند، به‌محض دریافت یک پیشنهاد کاری بهتر آن‌جا را ترک می‌کنند.جالب این‌جاست که سرمایه‌گذاران باتجربه هم به‌خوبی با این نکته آشنا هستند. بسیاری از آن‌ها بر این باورند که باید به دنبال بنیان‌گذارانی بود که به رسالت خود، باوری عمیق دارند.
تردیدی نیست که هر شرکتی درنهایت باید ازنظر مالی به موفقیت دست یابد و در غیر این‌صورت ورشکسته خواهد شد. اما دلیل وجود یک شرکت باید رسالت آن باشد. اگر شرکتی رسالت خود را فراموش کند، به‌زودی طعم شکست و نابودی را خواهد چشید.



فین تک چیست؟

فین‌تک یا فناوری‌های مالی معادل Financial technology یا FinTech صنعتی در فضای اقتصادی است و به کمپانی‌هایی اشاره دارد که با کاربرد تکنولوژی تلاش می‌کنند خدمات مالی را کارآمدتر کنند. شرکت‌های فعال در زمینه فناوری‌های مالی عموما استارت‌آپ‌هایی هستند که تلاش می‌کنند خودشان را در سیستم‌های مالی جا بیندازند و شرکت‌های سنتی را به چالش بکشند. اساسا این رویکرد که شرکت‌های فین‌تک زیرمجموعه بانک‌ها یا شرکت‌های فناوری باشند با روح فین‌تک در تضاد است و اگر تصور کنیم می‌توان خدمات فین‌تک را درون همان کمپانی‌های سنتی ارائه کرد راه خطا را در پیش گرفته‌ایم.



مرکز ملی تحقیقات دیجیتال (National Digital Research Centre) در دوبلین ایرلند فین‌تک را این‌گونه تعریف می‌کند:

نوآوری در خدمات مالی؛ این عنوان برای نامیدن گستره وسیعی از اپلیکشن‌های فناورانه به کار می‌رود که در بخش زیادی از ابتدا تا انتهای زنجیره ارزش محصولات مصرفی کاربرد دارند؛ همین‌طور تازه‌واردانی که بازیگران فعلی را به رقابت فراخوانده‌اند و نیز برای نامیدن پارادایم‌های جدیدی مانند بیت‌کوین استفاده می‌شود.

فین‌تک اشاره‌ای است به اپلیکیشن‌های جدید، فرایندها، محصولات و مدل‌های کسب‌وکار جدید در صنعت خدمات مالی. این راه‌حل‌ها به **۵ حوزه** قابل تقسیم است:

۱. بخش بانکداری یا بیمه که به عنوان بخش‌های بالقوه کسب‌وکار شناخته می‌شوند. راه‌حل‌هایی که برای صنعت بیمه هستند اغلب InsurTech خوانده می‌شوند.

۲. راه‌حل‌هایی که به فرایندهای پشتیبانی از کسب‌وکارها اشاره دارند مانند اطلاعات مالی، پرداخت‌ها، سرمایه‌گذاری، تامین مالی، مشاوره و فرایندهای حمایت متقابل. یک مثال راه‌حل‌های پرداخت موبایلی یا همراه است.

فین‌تک

اشاره‌ای است به اپلیکیشن‌های جدید، فرایندها، محصولات و مدل‌های کسب‌وکار جدید در صنعت خدمات مالی

۳. سومین دسته آنهایی هستند که با تمرکز بر بخشی از مشتریان در حوزه‌هایی مانند بانکداری خرد، بانکداری اختصاصی و بانکداری شرکتی و همین‌طور بیمه‌های عمر و غیر آن مشخص می‌شوند. یک مثال بیمه‌هایی هستند که کارمزد و هزینه بیمه‌هایی غیر از بیمه‌های زندگی را از طریق رفتار مشتری محاسبه می‌کنند.

۴. چهارم، فرم تعاملی کسب‌وکار با کسب‌وکار (B۲B)، کسب‌وکار با فرد (B۲C)، مشتری با مشتری (C۲C) است. به عنوان یک مثال راه‌حل‌های تجارت اجتماعی C۲C در این بخش قرار می‌گیرند.

۵. در نهایت راه‌حل‌هایی هستند که با توجه به موقعیت بازارشان گستره وسیعی را شامل می‌شوند. برخی به عنوان مثال خدماتی مانند سیستم‌های مدیریت مالی شخص (PFM) و برخی بر راه‌حل‌های قرض‌دهی نفر به نفر (peer-to-peer lending) مطابق آمارهای accenture سرمایه‌گذاری در فین‌تک که در سال ۲۰۰۸ حدود ۹۳۰ میلیون دلار بوده ۱۲ برابر شده و در سال ۲۰۱۴ به بیش از ۱۲ میلیارد دلار رسیده است. آن‌گونه که شهرداری لندن می‌گوید صنعت نوپای فناوری‌های مالی در سال‌های گذشته شاهد رشد سریعی بوده است.

چهل درصد از نیروی کار شهر لندن در بخش‌های خدمات مالی و فناوری کار می‌کنند. برخی از شرکت‌های شناخته شده فین‌تک مانند Funding Circle، Nutmeg و TransferWise در لندن فعالیت می‌کنند. در ایالات متحده آمریکا نیز استارت‌آپ‌های فین‌تک متعددی مانند Affirm، Betterment، IEX، Fundera، Behalf، Lending Club، Money.net، Wealthfront و Square، Stripe، SoFi، Robinhood، Plaid فعالیت می‌کنند.

در اروپا حدود ۱.۵ میلیارد دلار در شرکت‌های فین‌تک در سال ۲۰۱۴ سرمایه‌گذاری شده است که سهم شرکت‌های حاضر در لندن ۵۳۹ میلیون دلار، آمستردام ۳۰۶ میلیون دلار و استکهلم ۲۶۶ میلیون دلار بوده است. بعد از لندن، استکهلم دومین شهر اروپا است که بیشترین سرمایه‌ها را در ۱۰ سال گذشته جذب کرده است.

معاملات اروپایی‌ها در فین‌تک در ۵ فصل متوالی روبه افزایش بوده است و از ۳۷ مورد در فصل چهارم ۲۰۱۵ به ۴۷ مورد در فصل اول ۲۰۱۶ رسیده است.

در آسیا و اقیانوسیه، هاب جدیدی برای فناوری‌های مالی در استرالیات از آوریل ۲۰۱۵ شروع به فعالیت کرده است. در حال حاضر بازیگران قوی در صنعت فین‌تک مانند Tyro Payments، QuietGrowth و Stockspot فعالیت می‌کنند و هاب جدید شتاب رشد در این منطقه را بیشتر خواهد کرد. یک آزمایشگاه نوآوری در فناوری‌های مالی (financial technology innovation lab) نیز در هنگ‌کنگ راه‌اندازی شده است که روند نوآوری در خدمات مالی به کمک فناوری را تقویت خواهد کرد. کمپانی قابل ذکر دیگری VMoney در است که



در فیلیپین فعالیت می‌کند.
در جامعه علمی و در سمت فناوری، انجمن علوم اطلاعات مالی (Financial Data Science Association) یا FDSA با برگزاری اولین رویداد خود که با حضور اعضای آن شامل محققان حوزه‌های هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و پردازش زبان طبیعی شروع به فعالیت کرد. FDSA با هدف ایجاد یک گروه تحقیقاتی حول علوم کامپیوتر و آمارهای سرمایه‌گذاری (investment statistics) شکل گرفته است. در سمت کسب‌وکار نیز Wharton FinTech در اکتبر ۲۰۱۴ در مدرسه وارتون دانشگاه پنسیلوانیا شروع به فعالیت کرد که هدفش اتصال دانشگاهیان، نوآوران، سرمایه‌گذاران و دیگر رهبران فکری در صنعت فین‌تک به یکدیگر و همین‌طور به ایده‌هایی که خدمات فناوری‌های مالی را از نوع تعریف می‌کنند است. مدرسه حقوق دانشگاه هنگ‌کنگ با همکاری دانشگاه نیوساوث ولز (University of New South Wales) مقاله تحقیقاتی را منتشر کرده که تکامل فین‌تک و قانون‌گذاری در زمینه آن را بررسی کرده است.
نشریه فوربس فهرستی از برهم‌زنندگان پیش‌رو در فین‌تک را در ویژه‌نامه سال ۲۰۱۶ با عنوان global Fintech ۵۰ منتشر کرده است.
در فوریه ۲۰۱۶ گزارشی توسط موسسه حسابداری ارنست اند یانگ (Ernst & Young) به سفارش خزانه علیاحضرت یا خزانه وزارت دولت بریتانیا (HM Treasury) منتشر شد که هفت هاب پیش‌روی فین‌تک را مقایسه کرده است.
این گزارش کالیفرنیا را از منظر استعدادها و سرمایه در جایگاه اول، بریتانیا را از منظر سیاست دولتی در رتبه اول و نیویورک را از منظر تقاضا در جایگاه برتر قرار داده است.
نقش فین‌تک در افزایش رضایت مصرف‌کنندگان در صنعت مالی در دسامبر ۲۰۱۵ مورد بررسی قرار گرفت که حدود ۸ درصد بیشتر از بانکداری بوده است.
در بخش مشاوره مالی کمپانی مانند Fidelity Investments اخیرا با استارت‌آپی مانند FutureAdvisor شروع به مشارت کرده است که اجازه ورود فناوری به دورن متولیان برجسته را می‌دهد. چهره‌های شناخته‌شده‌ای مانند Snoop Dogg، Jared Leto و Nas اخیرا منابع‌شان را متوجه استارت‌آپ‌های نوپای فین‌تک کرده‌اند که مثلا می‌توان به سرمایه‌گذاری این چند نفر در استارت‌آپ Robinhood اشاره کرد.
امور مالی یکی از صنایعی است که که پیشگام تخریب توسط نرم‌افزارها قرار گرفته چون خدمات مالی مانند انتشارات بیشتر از بیت‌ها درست شده تا محصولات قابل لمس! تا امروز که رگلاتوری سپری برای خدمات مالی بوده و ترکیدن حباب دات‌کام تاثیری بر آنها نگذاشته، به نظر می‌رسد بانک‌های جهان از موج جدید استارت‌آپ‌ها خیلی خوششان نیاید! با این حال اجرای تهاجمی محرمانگی فعالیت‌های بانکی و رگلاتوری انتقال پول به نظر می‌رسد تهدیدی برای کمپانی‌های فین‌تک است.
علاوه بر شرکت‌های سنتی، کمپانی‌های فین‌تک اغلب با دیده شک و تردید از سوی رگلاتورهای مالی دیده می‌شوند.
امنیت داده‌ها یکی دیگر از مسائل رگلاتورها است که به دلیل تهدید هک آنهارا نگران می‌کند که لازم است داده‌های مشتریان و شرکت‌های حساس به خوبی حفاظت شود. هرگونه رخنه اطلاعاتی، هرچقدر کوچک می‌تواند خوشنامی شرکت‌های فین‌تک را تهدید کند.
بخش‌های آنلاین مالی یکی از اهداف حملات DDOS هم هست.
بازاریابی یکی دیگر از تهدیدهای شرکت‌های فین‌تک است که معمولا می‌خواهند با رقبایی بزرگ‌تر از خودشان رقابت کنند.
البته این تهدیدها زمانی که بانک‌ها می‌خواستند برای اولین بار به مشتریان‌شان خدمات آنلاین ارائه کنند هم وجود داشت.

تب حضور در این صنعت بسیاری را شیفته خود کرده

MVNO ها به شرط داشتن یک بیزنس مدل مشخص می توانند راه صنعت پرداخت را ادامه دهند



فرشاد سپاسی
همراه هوشمند آینده

اپراتور مجازی از زیرساختهای یکی از اپراتورهای حقیقی برای سرویس دهی به مشترکین خود بهره می گیرد

امروز حدود سه سال است که در حوزه صنعت پرداخت کشور مشغول به فعالیت هستم، اتفاقی که بابت رخدادش بسیار خرسندم. چندی است که با توجه به سابقه فعالیتم در حوزه اپراتور تلفن همراه به مجموعه ای ملحق شده ام تا کنار دوستان خبره و کار بلد صنعت پرداخت فعالیت جدیدی را شروع کنم. حوزه اپراتور و صنعت پرداخت در کنار هم و در نگاه اول حتما سنخیتی نخواهند داشت اما اینجا مقداری قضیه متفاوت خواهد بود.

چندی است در حوزه اپراتور تلفن همراه واژه ای بسیار شنیده می شود و آن MVNO است. اپراتور مجازی تلفن همراه که قرار است خدمات متفاوتی را نسبت به اپراتورهای موجود در کشور ارائه نماید و شاید اینجاست که بتوان ارتباط پرداخت و اپراتور را پیدا کرد.

در جمعی هستم که حضورم باعث افتخار و مباهات من است و قرار است این جمع تحولی را در حوزه تلکام بوجود آورد.

تجربه اپراتور و خلاقیت نظام مند در حوزه پرداخت و بانکداری می تواند مزیت رقابتی مجموعه همراه هوشمند آینده باشد.

سال گذشته در یادداشتی با خوشبینی به صنعت پرداخت نگاه کرده بودم و خوشحالم در صنعتی مشغول به فعالیت هستم که اکنون بعد از گذشت چند سال و با وجود تمام مشکلات و معضلات موجود (که البته در هر حرفه ای وجود خواهد داشت) از میزان این خوشبینی کاسته نشده است.

صنعتی که کارش در ایران امروز از آزمون و خطا و صنعت تازه وارد بودن گذشته و حالا علیرغم جوان بودن با تجربه و تاثیرگذار راه خود را پیش می برد، صنعتی که با تمام ناملایمات توانسته راه خود را در بین صنایع سود آور باز کند و حتی در بسیاری موارد توانسته است مولد صنعتی جدید نیز باشد.

این صنعت توانسته است ماهیت استارتاپی خود را حفظ کند و در کنار خود صنایع خرد و کلان بسیار را خلق نماید و نمونه اش همین اپراتور مجازی است.

به نظر می رسد تب حضور در این صنعت بسیاری را شیفته خود کرده باشد و تصور عموم به این حوزه ممکن است تصور مثبتی نبوده باشد، اما امروز و از پس ۱۷ سال سابقه فعالیت در صنایع مختلف به جرات می توانم بگویم که MVNO ها به شرط داشتن یک بیزنس مدل مشخص و فکر شده می توانند راه صنعت پرداخت را ادامه دهند. شاید گمان شود که با خوشبینی بیش از اندازه به این حوزه نگاه می کنم اما نزدیکان من میدانند که اتفاقا در برخی موارد هم سختگیرانه و هم بی رحمانه با مواردی اینچنین برخورد می کنم.

امروز خوشحالم که در کنار همراه هوشمند آینده این اتفاق برایم رقم خورده است تا بتوانم در حوزه ای که دوستش دارم و حوزه ای که به آن امید دارم فعالیت کنم، امکانش فراهم شود که بتوانم منشا اثر باشم، اثری که با توجه به نگرش همکاران خوب و کاربلدم در مجموعه همراه هوشمند آینده می تواند صنعت گردشگری و پرداخت را متحول کند. از وعده دادن استقبال نکرده و نخواهم کرد زیرا اساسا معتقدم به «عمل کار برآید» اما اینجا و در اسمارت کام، در صنعت جدید تلکام و اپراتورها قرار است خدمت جدیدی ارائه دهیم که با تمام سختگیری و بی رحمی ام به آن خوشبینم.

فرشاد سپاسی

بانک شهر
نوآوری در خدمت

Shahr-bank.ir

سامانه نظارت و ارتباطات مردمی ۸۶۵۵-۰۲۱



پشت فرداها شهر یست

#شهرنت #خدمات بانکی #۲۴ ساعته #شهر هوشمند

my.bmi.ir

بام

بانک ملی ایران

ماشین بابام

یک دستگاه خودرو، جایزه عضویت و عضوگیری در سامانه بام

عدد ۱ را به ۲۰۰۰۸۰۱۲ ارسال کنید

