

صاد به بلوغ هویتی و کاری شایسته‌ای دست یافته است



- نقش پررنگ صاد در تداوم شایسته‌ی خدمت رسانی بانک صادرات در ایام جنگ
- رشد نزدیک به ۷۰۰ درصدی سود خالص تلفیقی هلدینگ صاد در سال ۱۴۰۳
- دهمین رتبه اول گواهینامه صلاحیت انفورماتیک ساجات برای شرکت مفاخر



هلدينگ فن آوری و نوآوری هساد

صاحب امتیاز: هلدينگ فن آوری و نوآوری صاد
مدیرعامل: دکتر ابوالفضل روحانی
مدیرمسئول: علیرضا نظارات
سر دبیر: بهروز وثاقي
عکس: بهرام اجرايي

.....
 saad-holding.ir

 [saad_holding](https://www.instagram.com/saad_holding)

 [saad_holding](https://www.linkedin.com/company/saad_holding)

۰۲۱-۳۲۸۰۹۰۰۰ 

الهيه، مريم شرقي، پلاک ۴۵ 

info@saad-holding.ir 



فصل نامه تخصصي

هلدينگ فن آوری و نوآوری صاد

شماره ۸ / بهار ۱۴۰۴

فهرست مطالب

۵	سخن مدیرمسئول.....
۶	یادداشت سردبیر.....

جنگ

۸	نقش پررنگ صاد در تداوم شایسته‌ی خدمت رسانی بانک صادرات در ایام جنگ.....
۱۰	روایت مدیرعامل داده‌پردازی خوارزمی از مقاومت دیجیتال در روزهای جنگ.....

گفت و گو

۱۲	گزارشی جامع از حضور خانواده صاد در نمایشگاه صنعت مالی تهران.....
۱۹	صاد به بلوغ هویتی و کاری شایسته‌ای دست یافته است.....
۲۱	دست‌آورد جدید پرداخت الکترونیک سپهر در صنعت پرداخت.....
۲۵	هلدینگ صاد به بلوغ و توانمندی شایسته‌ای دست یافته است.....
۲۷	مفاخر به دنبال دستیابی به بازارهای بین‌المللی.....
۲۹	تجمع ظرفیت‌های فناورانه شرکت‌های تابعه صاد.....
۳۲	صادرات به هلدینگ صاد نگاه ویژه‌ای دارد.....
۳۴	کالکو؛ تحول تجربه رفاهی در بانک صادرات ایران.....
۴۰	بازگشت سپهر به مسیر رقابت با سرمایه‌گذاری و تمرکز بر فناوری‌های نوظهور.....
۴۳	اتصال صنعت مد به شبکه اعتباری بانک صادرات.....

مقالات

۴۵	گذار از انحصار به اکوسیستم مالی یکپارچه در ایران.....
۴۷	کوتاهی بانک‌ها در برآورده سازی انتظار مشتریان از تجربه واقعی تجارت الکترونیک.....
۴۹	چگونه خدمت رسانی به پسانداز کنندگان می‌تواند گواهی سپرده (CD) را تقویت کند.....

از نسبه تا نئوبانک؛ پلتفرم‌های خرید اعتباری، بازیگران آینده نظام مالی؟	۵۲
سایه دارکوب بر حساب‌های بانکی؛ نبردی برای اعتبار و امنیت	۶۰
۱۰ پلتفرم برتر وام‌دهی همتا به همتا	۶۲
عصر جدید فین تک: با کارمندان دیجیتال و کارخانه‌های هوش مصنوعی آشنا شوید	۶۶

اخبار

رشد نزدیک به ۷۰۰ درصدی سود خالص تلفیقی هلدینگ صاد در سال ۱۴۰۳	۶۸
شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد موفق به اخذ مجوز آزمون و ارزیابی امنیتی شد	۶۹
بدون تحول دیجیتال از دایره رقابت صنعت بانکداری حذف خواهیم شد	۷۰
سامانه یکپارچه گذرگاه مرکزی API بانک صادرات ایران رونمایی شد	۷۱
دهمین رتبه اول گواهینامه صلاحیت انفورماتیک ساجات برای شرکت مفاخر	۷۴
صادقپور به عنوان معاون امنیت اطلاعات شرکت زیرساخت صاد انتخاب شد	۷۵
حرکت بانک صادرات ایران به سمت بانکداری هوشمند شتاب می‌گیرد	۷۶
برگزاری کارگاه آموزشی پیاده سازی سیستم OKR در خانواده هلدینگ صاد	۷۸
دستاورد چشمگیر شرکت گسترش انفورماتیک: تولید دستگاه کاملاً بومی چاپ لیزری کارت بانکی	۷۹
خروطی سکان‌دار شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی شد	۸۰
حکم مدیرعاملی دکتر قرایی در شرکت داده پردازی خوارزمی صادر شد	۸۱
چکنو با اختلاف فاحس، پیش‌تاز صدور چک الکترونیکی / ثبت رکورد بالای ۸ میلیون چک	۸۲
خانواده مخاطبان سپینو ۲,۵ میلیون نفری شد	۸۳
آمادگی صاد و صادرات برای حمایت از نوآوری‌های هوش مصنوعی	۸۴
سامانه طرح شکایت از خدمات فناوری اطلاعات راه اندازی شد	۸۶
جهش ۱۰۰ درصدی درآمد خالص عملیاتی بانک صادرات ایران	۸۷
همزمان با دهه کرامت، جشن متولدین فروردین و اردیبهشت هلدینگ صاد، برگزار شد	۸۹

سخن مدیرمسئول: (علیرضا نظارات)



روابط عمومی، قلب تپنده آرامش درون سازمانی و سپر استراتژیک در برابر بحران‌های بیرونی است

مدیر روابط عمومی هلدینگ صاد با اشاره به اهمیت روزافزون روابط عمومی در ساختار مدرن سازمان‌ها، این نهاد را یکی از ارکان کلیدی در مدیریت تنش‌های درونی و مواجهه با بحران‌های بیرون سازمانی دانست و بر لزوم تحول رویکردی نسبت به جایگاه و وظایف روابط عمومی در عصر دیجیتال تأکید کرد.

علیرضا نظارات در گفتگویی به مناسبت روز روابط عمومی با پایگاه خبری نت صاد با تشریح نقش و عملکرد روابط عمومی‌ها در شرایط نوین مدیریتی، بر جایگاه راهبردی این واحد در پایداری سازمانی تأکید کرد. وی با بیان اینکه روابط عمومی دیگر صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نیست، خاطرنشان کرد: در عصر پیچیده ارتباطات، روابط عمومی‌ها مسئولیت ساخت و هدایت افکار عمومی، تحلیل محیط درون‌سازمانی، و هدایت سازمان در مسیر روایت مؤثر حقیقت را بر عهده دارند.

نظارات روابط عمومی را «گوش و زبان سازمان» توصیف کرد و گفت: تنش‌های درونی در هر سازمانی طبیعی است، اما اگر این تنش‌ها مدیریت نشوند، به بحران‌هایی زیرپوستی تبدیل می‌شوند. روابط عمومی با رصد فضای روانی درون‌سازمانی، تحلیل انتظارات کارکنان، و برقراری ارتباطات مؤثر می‌تواند نقش پیشگیرانه و ترمیمی ایفا کند.

وی همچنین با اشاره به تغییر ماهیت بحران‌ها در فضای امروز، افزود: سازمان‌ها امروز با بحران‌های متنوعی در سطح عمومی مواجه‌اند؛ از نارضایتی مشتریان تا هجمه‌های رسانه‌ای. روابط عمومی‌های حرفه‌ای باید در این شرایط هم‌زمان به‌عنوان سپر دفاعی و مدیر میدان عمل کنند؛ آن هم با دقت، سرعت و درک صحیح از نحوه روایت مسائل. مدیر روابط عمومی هلدینگ صاد با تأکید بر اینکه در عصر دیجیتال، حقیقت به‌تنهایی کافی نیست، تصریح کرد: نحوه روایت حقیقت تعیین‌کننده است. به همین دلیل، سواد رسانه‌ای، تسلط بر شبکه‌های اجتماعی، تحلیل داده‌های دیجیتال و درک عمیق از رفتار مخاطب، از ملزومات روابط

عمومی مدرن است.

نظارات در ادامه با اشاره به رویکرد هلدینگ صاد گفت: در این مجموعه، روابط عمومی نه به‌عنوان یک واحد اجرایی، بلکه به‌عنوان بازوی مشورتی در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌سازی‌ها تعریف شده است. از طراحی پیام‌های کلان و کمپین‌های ارتباطی گرفته تا واکنش‌های بحرانی و ارتباطات داخلی، روابط عمومی در تمام سطوح نقش دارد.

وی یکی از چالش‌های اصلی روابط عمومی‌ها در کشور را نگاه سنتی و ابزاری به این نهاد دانست و تصریح کرد: روابط عمومی زمانی می‌تواند در مدیریت بحران موفق عمل کند که جایگاه آن در ساختار مدیریتی به رسمیت شناخته شده باشد. همچنین کمبود آموزش‌های به‌روز، نبود نیروهای چندمهارته و فاصله با فناوری‌های نوین، موانعی جدی در مسیر ارتقاء این حرفه هستند.

علیرضا نظارات در پایان با تبریک روز روابط عمومی به تمامی فعالان این حوزه، بر ضرورت بازتعریف مستمر مهارت‌ها و نقش‌ها تأکید کرد و گفت: روابط عمومی یک حرفه نیست، یک رسالت است. ما مسئول روایت‌های درست، تولید آرامش، و حفظ سرمایه اجتماعی سازمان هستیم.

یادداشت سردبیر



نمایش بلوغ غرورانگیز صاد

هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، پس از بالغ بر چهار سال تلاش بی‌وقفه و حرکت خستگی‌ناپذیر در مسیر رشد، توسعه و خلق ارزش، به مرحله‌ای از بلوغ و شکوفایی رسیده است که شایسته واژه «غرورانگیز» است؛ بلوغی که نه تنها برآمده از تلاش سرمایه‌های انسانی پر تلاش آن، بلکه متکی بر ریشه‌ای عمیق و پرافتخار به نام «بانک صادرات ایران» است. صاد، به عنوان بازوی فناوریانه و نوآور بانک صادرات، امروز نه فقط یک هلدینگ تکنولوژیک، بلکه یک زیست‌بوم فناوریانه پیشرو، هماهنگ، خلاق و

قدرتمند در صنعت بانکداری دیجیتال کشور به شمار می‌رود که از هر فرصتی برای نمایش قدرت و شایستگی خود بهره می‌گیرد.

صاد از دل یک نهاد کهن متولد شد اما رویکردی نو و آینده‌نگر به همراه آورد. بیش از چهار سال است که مسیر خود را با تمام دشواری‌ها، تنگناها، تحولات سیاسی و اقتصادی، و چالش‌های فناوریانه پیموده تا به امروز که می‌توان با اطمینان گفت: صاد ایستاده، مقتدر، آماده و درخشان است. بلوغ امروز صاد نه در کلمات و وعده‌ها، بلکه در عمل و اثربخشی، در سیاست‌گذاری و اقدام، در حضورهای حرفه‌ای و نتایج درخشان متبلور شده است.

یکی از برجسته‌ترین مصادیق این بلوغ غرورانگیز، حضور مستقل صاد در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی (بورس، بانک و بیمه) تهران در خردادماه بود. برای نخستین بار، هلدینگ صاد فارغ از وابستگی عملیاتی و اجرایی به بانک صادرات، به عنوان یک مجموعه مستقل، صاحب‌نظر و قدرتمند در این رویداد مهم اقتصادی و فناوری کشور حضور یافت. غرفه‌ای که صاد در این نمایشگاه بنا نهاد، نه فقط نمادی از حضور فیزیکی، بلکه تجلی‌گاه اقتدار فناوریانه، هماهنگی درون‌سازمانی، تنوع محصولات، و نمایش عینی ظرفیت‌های بی‌نظیر آن بود. در این نمایشگاه، بالغ بر ۳۰ تفاهم‌نامه و قرارداد همکاری میان صاد و بازیگران کلیدی حوزه فناوری و بانکداری منعقد شد که هر یک می‌تواند مسیری تازه برای گسترش فعالیت‌ها، تعمیق ارتباطات، و توسعه محصولات نوین در حوزه بانکداری دیجیتال ترسیم

کند. حضور هماهنگ، خلاقانه و مکمل هشت شرکت تابعه صاد در این نمایشگاه، از دیگر نشانه‌های بلوغ زیست‌بومی این هلدینگ بود. هر یک از این شرکت‌ها، با رویکردی هدفمند و برنامه‌ریزی‌شده، در بخش‌های مختلفی از بانکداری نوین - از زیرساخت‌های فناوریانه گرفته تا ابزارهای هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی - حضور یافتند و توانمندی‌های خود را با زبانی شیوا و نمایشی چشمگیر عرضه کردند.

یکی از برجسته‌ترین نوآوری‌هایی که در غرفه صاد به نمایش درآمد، دستگاه چاپ لیزری اختصاصی کارت‌های بانکی بود؛ فناوری‌ای نوین و بومی‌سازی‌شده که می‌تواند افق تازه‌ای را در عرصه شخصی‌سازی و تسهیل خدمات بانکی ترسیم کند. افزون بر این، در این رویداد همه شرکت‌ها فرصت را غنیمت شمردند تا با رویکردی حرفه‌ای، استراتژی‌های بازاریابی و توسعه کسب‌وکار خود را بازتعریف و اجرا کنند. حضور شخص دکتر روحانی، مدیرعامل محترم هلدینگ صاد، نیز بُعدی مهم به این حضور بخشید. او نه فقط در قامت یک مدیر اجرایی، بلکه به عنوان رهبر یک حرکت فناوریانه ملی، حضوری فعال، مؤثر و الهام‌بخش در تمامی بخش‌های نمایشگاه داشت و با نگاهی راهبردی، گام‌هایی اساسی برای توسعه محصولات خانواده صاد و تقویت جایگاه بانک صادرات در عرصه بانکداری نوین برداشت.

اما بلوغ صاد تنها در عرصه نمایشگاهی و تبلیغاتی نمود نیافت. در میدان‌های واقعی، سخت و خطیر نیز این هلدینگ توانست قدرت، هماهنگی و انسجام خود را به رخ بکشد. یکی از این آزمون‌های واقعی، جنگ

تحمیلی ۱۲ روزه رژیم صهیونیستی علیه مردم ایران بود که بازتاب‌های متعددی در حوزه سایبری و حملات دیجیتال به زیرساخت‌های اقتصادی و بانکی ایران به دنبال داشت. در این دوره، هلدینگ صاد نقشی بی‌بدیل در دفاع از ثبات، امنیت و پایداری خدمات بانک صادرات ایفا کرد.

در روزهایی که دشمن با بهره‌گیری از توان سایبری خود تلاش می‌کرد تا خدمات دیجیتال بانک صادرات را دچار اختلال کند، صاد در صف مقدم مقابله با تهدیدات ایستاد. تیم‌های امنیت سایبری، پدافند غیرعامل و فنی شرکت‌های تابعه با هم‌افزایی و انسجام کامل، جلسات متعدد پدافند غیرعامل برگزار کردند، سناریوهای مختلف را بررسی و اجرا نمودند و با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و دانش بومی، موفق شدند نه‌تنها خدمات بانک را حفظ کنند، بلکه کیفیت و تداوم آن را نیز ارتقاء دهند. در این شرایط خاص، نه تنها حتی لحظه‌ای وقفه در ارائه خدمات به مردم ایجاد نشد، بلکه با هوشمندی، سرعت و دقتی مثال‌زدنی، حملات را خنثی و تهدیدات را به فرصت تبدیل کردند.

این موفقیت بزرگ، ثمره آمادگی دائمی، ساختار منسجم، رهبری هوشمندانه، و سرمایه‌های انسانی پرتلاش صاد است. در واقع، نمایش غرورانگیز صاد در

این دوره بحرانی، بیش از هر زمان دیگری نشان داد که این هلدینگ نه‌فقط یک مجموعه فناور، بلکه یک بازیگر ملی در عرصه امنیت، پایداری و تاب‌آوری زیرساخت‌های حیاتی کشور است.

جمع‌بندی این مسیر چهارساله و دو رویداد مهم - یکی در عرصه ترویج و دیگری در میدان تهدید - نشان‌دهنده این حقیقت است که صاد از مرحله نوپایی عبور کرده و امروز به جایگاهی از اقتدار، بلوغ و افتخار رسیده است. بلوغی که در آن تلفیقی از دانش، تجربه، ریشه تاریخی، نگاه آینده‌محور و بهره‌گیری هوشمندانه از فرصت‌ها دیده می‌شود. این دو مصداق تنها جلوه‌ای کوچک از توانمندی‌های گسترده صاد است و بی‌تردید در آینده، در عرصه‌های مختلف شاهد جهش‌های بزرگ‌تر، تأثیرگذاری بیشتر و شکوفایی بالاتری خواهیم بود.

صاد امروز نماد امید، قدرت، نوآوری و انسجام است. اگرچه راه پیش رو همچنان مملو از چالش‌ها و ناملازمات اقتصادی، فناورانه و محیطی است، اما با تکیه بر مدیریت هوشمند، حمایت‌های بی‌دریغ بانک صادرات و همت والای سرمایه‌های انسانی خود، راه تعالی و شکوفایی را با قدرت ادامه خواهد داد. آینده از آن صاد است؛ آینده‌ای که در آن فناوری و انسان، در خدمت توسعه ملی، امنیت اطلاعاتی، و ارتقاء کیفیت زندگی مردم قرار می‌گیرند.

نقش پررنگ صاد در تداوم شایسته‌ی خدمت‌رسانی بانک صادرات در ایام جنگ

به رغم گسترش شدید بانکداری الکترونیک و دیجیتالی در جامعه‌ی ایران و تمرکز دشمنان برای ضربه‌زدن به این بخش، بانک صادرات ایران در ایام جنگ تحمیلی ۱۲ روزه از سوی رژیم صیہونیستی، عملکردی بسیار شایسته و ستودنی را در مقابله با خطرات و تهدیدات و استمرار بخشی بی‌وقفه به خدمت‌رسانی خود به منصفه‌ی ظهور رساند که در این میان، خانواده‌ی هلدینگ صاد به عنوان بازوی اجرایی صادرات در حوزه بانکداری نوین، نقشی بسیار پررنگ و حساس را برعهده داشت و به خوبی از پس مسئولیت‌های خود بر آمد.

اگر سازمان‌هایی مثل نهادهای نظامی و امنیتی مسئولیت بسیار پررنگی در مقابله با تهدیدات مختلف در ایام جنگ برعهده دارند یا سازمان‌های امداد رسان، نقشی بسیار حساس را در خدمت‌رسانی به مردم و کمک‌رسانی به افراد آسیب‌دیده ایفا می‌کنند، صنعت مالی کشور نیز با ایجاد امکان تداوم مبادلات خدمات مالی و تجاری که امری بسیار مهم، حیاتی و استراتژیک است، سهمی بسیار چشمگیر در برقراری امنیت روانی جامعه و تامین نیازها و امکانات ضروری مردم دارد. قطع شدن سیستم‌های مالی کشور حتی برای دقایقی می‌تواند بحران‌های شدیدی را برای مردم ایجاد کرده و حتی

باعث بروز نارضایتی‌های شدید در جامعه شود. ضمن اینکه هک شدن اطلاعات و از بین رفتن داده‌های مالی مردم و شرکت‌ها و موسسات نیز می‌تواند تبعات بسیار ناگوار و بعضاً جبران‌ناپذیری را به وجود آورد.

در این میان، با عنایت به حرکت جدی صنعت بانکداری کشور به سمت بانکداری نوین (الکترونیک و دیجیتالی)، بانک‌ها و شرکت‌های فعال در حوزه بانکداری هوشمند، در ایام جنگ تحمیلی ۱۲ روزه شرایط بسیار اضطراری و حساسی را پشت سر گذاشتند و به لطف الهی بسیاری از آنها از جمله بانک صادرات ایران و خانواده‌ی هلدینگ صاد به عنوان بازوی اجرایی بانک صادرات در حوزه تحول دیجیتالی و بانکداری نوین، سربلند از این آزمون سخت بر آمدند.

بانک صادرات ایران از جمله بانک‌هایی بود که سامانه‌های مختلف بانکی آن مخصوصاً در حوزه بانکداری دیجیتالی و الکترونیک حتی برای لحظه‌ای قطع نشد و در برابر تمرکز جدی دشمنان در مسیر ایجاد اختلال در سیستم‌های مالی و هک اطلاعات، با قدرت و صلابت ایستادگی کرد.

اما سوال مهمی که در این گزارش قصد داریم به آن پاسخ دهیم این است که این موفقیت بزرگ و افتخارآمیز حداقل در حوزه بانکداری دیجیتالی که خانواده‌ی هلدینگ صاد متولی اصلی آن است، چگونه محقق شد؟ صاد و شرکت‌های تابعه‌ی آن در این ایام و پیش و پس از حمله، چه راهکارهایی را برای پیشگیری از خطرات و دفع حملات و همچنین بهبود شرایط کاری کارکنان و سیستم‌ها مد نظر قرار دادند و با چه برنامه‌ریزی موفق به پایدارسازی و ایمن‌سازی خدمات مالی بانک صادرات ایران شدند؟

۱- برگزاری جلسات اضطراری پدافند غیرعامل
در روز اول جنگ و در نخستین ساعت‌ها، هم در هلدینگ و هم در شرکت‌های تابعه، جلسات اضطراری پدافند غیرعامل برگزار شد و ضمن بررسی دقیق و لحظه‌ای اقدامات پیشگیرانه‌ی قبلی و وضعیت فعلی سرورها، داده‌ها و سیستم‌ها، راهکارهای لازم برای پیشگیری از خطرات و مقابله با تهدیدات شامل مواردی که در ادامه معرفی خواهند شد، تدوین و مصوب شد.

۲- مدیریت مستقیم و دقیق
در کلیه‌ی روزهای جنگ، بدون استثناء، دکتر روحانی، مدیرعامل هلدینگ صاد و مدیرعاملین شرکت‌های تابعه، در محل کار خود حاضر شدند و از نزدیک و به شکل دقیق و لحظه‌ای بر پیشبرد امور، مخصوصاً راهکارهای طراحی شده در قالب کمیته‌های پدافند غیرعامل نظارت کردند.

۳- پشتیبان‌گیری از داده‌ها و سیستم‌ها و شکل‌دهی به بانک اورژانسی داده‌ها
یکی از مصوبات مهم جلسات پدافند غیرعامل که با هماهنگی کل خانواده‌ی صاد عملیاتی شد، ایجاد یک بانک اورژانسی داده در دل هلدینگ و پشتیبان‌گیری از داده‌ها و سیستم‌های مختلف بود. بر این اساس، صاد و شرکت‌ها به سرعت فرایند بک‌آپ‌گیری را انجام دادند و علاوه بر فایل‌های پشتیبانی درون‌شرکتی، تمام داده‌های مربوط به سیستم‌ها و نرم‌افزارهای مختلف در قالب یک بانک، در هلدینگ هم ذخیره‌سازی شد.

بالا برود.

– شیفی کردن:

در روزهای بحرانی تر با شیفی کردن کارکنان و کاهش جمعیت در سازمان، تلاش شد ضریب امنیتی کارکنان بالا برود. البته کارکنان بخش‌های حساس مثل بخش امنیت، به صورت مستمر و حضوری در محل کار حضور داشتند.

– تسهیل دریافت مرخصی:

با توجه به اینکه برخی از کارکنان به واسطه مسایل خانوادگی شرایط خاصی داشتند، مدیران شرکت‌ها با تسهیل فرایند دریافت مرخصی با این کارکنان کمال همکاری را به عمل آوردند.

راستای محافظت از نیروی انسانی صورت گرفت می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

– ایجاد پناهگاه‌های امن:

در بسیاری از شرکت‌های خانواده صاد، زیرزمین‌ها یا مکان‌های مناسب دیگری به عنوان پناهگاه مشخص شد و مواد غذایی و آب لازم برای استفاده در شرایط ضروری در آن‌ها قرار گرفت تا در صورت حمله، بتوان از جان کارکنان محافظت کرد.

– ایجاد امکان دورکاری:

برای عزیزان و کارکنانی که قادر به انجام وظایف خود به شکل دورکاری بودند، این امکان مهیا شد تا با کاهش جمعیت پرسنل مستقر در شرکت‌ها، ضریب امنیتی کارکنان

۴- انجام مستمر تست‌های لحظه‌ای نفوذ و تست‌های مربوط بازیابی اطلاعات

از آنجایی که امنیت هرگز ۱۰۰ درصد محقق نمی‌شود، به رغم تمام اقدامات حفاظتی و امنیتی، صاد و شرکت‌های تابعه به صورت روزانه و مکرر تست‌های لحظه‌ای نفوذ و بازیابی اطلاعات را انجام می‌دادند تا اگر خدای ناکرده حمله‌ای موفق شد، به سرعت بتوانند اطلاعات را بازیابی و سیستم‌ها را به حالت طبیعی بازگردانند.

۵- انتقال سرورها به داخل کشور و پایدارسازی خدمات:

از دیگر مصوبات جلسات پدافند غیرعامل در خانواده‌ی صاد، انتقال سرور سیستم‌ها و نرم‌افزارهای مختلف به داخل کشور بود تا حتی در صورت خرابکاری یا عنادورزی کشورهای دیگر، بتوانیم نسبت به پایدارسازی خدمات بانکداری دیجیتال بانک صادرات ایران اقدام کنیم.

۶- ارتقای سیستم‌های حفاظتی و نظارتی:

در کل ایام جنگ و بعد از آن، خانواده صاد با تقویت سیستم‌ها و مکانیزم‌های نظارتی، حفاظتی و حراستی، کلیه‌ی رفت‌وآمدها را محدود و به صورت دقیق تحت نظر گرفت تا مانع ورود افراد خرابکار و مشکوک به داخل سازمان شوند.

۷- محافظت از نیروی انسانی و امن‌سازی محیط کار

از آنجایی که سرمایه‌های انسانی نقش مهمی در تداوم خدمت‌رسانی مالی بانک صادرات و مقابله با تهدیدات و خطرات داشتند، در جلسات پدافند غیرعامل توجه ویژه‌ای به نیروی انسانی و بحث مهم ایمن‌سازی شرایط کاری آن‌ها صورت گرفت. از جمله اقداماتی که در خانواده‌ی صاد در



روایت مدیرعامل داده‌پردازی خوارزمی از مقاومت دیجیتال در روزهای جنگ آمادگی، هوشمندی و اقدام فوری، امنیت خدمات بانک صادرات را تضمین کرد

یکی از بزرگ‌ترین بانک‌های کشور، نقشی کلیدی در این تداوم ایفا کرد.



مدیریت بحران در لحظه صفر؛ فعال‌سازی فوری خطوط دفاع سایبری

در نخستین ساعات بروز بحران، ساختار عملیاتی شرکت وارد فاز آماده‌باش شد. کمیته مدیریت بحران بلافاصله تشکیل و مجموعه‌ای از اقدامات پدافندی با هدف حفاظت از زیرساخت‌های حیاتی کلید خورد. تیم‌های فنی در تعامل کامل با مرکز عملیات امنیت اطلاعات (SOC) به صورت بی‌وقفه به رصد تهدیدات و مقابله با حملات احتمالی پرداختند.

در این میان، بازنگری و تقویت لایه‌های امنیتی سامانه‌ها شامل فایروال‌ها، رمزنگاری داده‌ها، احراز هویت چندلایه و نیز طراحی مسیرهای پشتیبان (Redundancy Paths)،

«داده‌پردازی خوارزمی» از خانواده هلدینگ فناوری و نوآوری صاد و بازوی فناوری بانک صادرات ایران است که در بزنگاه بحران، عملکردی تحسین‌برانگیز از خود به‌جا گذاشت برای بررسی نقش‌آفرینی صنعت بانکداری دیجیتال در حفظ ثبات اقتصادی و روانی کشور، گفت‌وگویی داشتیم با دکتر حسین قرایی، مدیرعامل شرکت داده‌پردازی خوارزمی؛ گفت‌وگویی که نگاهی دقیق‌تر به پشت صحنه مقاومت دیجیتال کشور در روزهای جنگی دارد.

پایداری دیجیتال در روزهای بحران؛ بانکداری به‌مثابه تکیه‌گاه روانی جامعه

در روزهایی که اضطراب، نگرانی و سردرگمی ناشی از حملات دشمن، فضای عمومی کشور را در بر گرفته بود، پایداری سامانه‌های بانکی و امکان دسترسی به خدمات مالی، یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد ثبات روانی در جامعه بود.

مردم برای دریافت حقوق، خرید اقلام ضروری، یا دریافت خدمات حمایتی، نیازمند زیرساختی بودند که بدون اختلال در خدمت‌رسانی عمل کند. بانکداری الکترونیکی، در چنین شرایطی، تنها یک ابزار ترانکشی نبود؛ بلکه به ستون اطمینان‌بخش نظم اجتماعی تبدیل شد.

سامانه‌هایی که بدون توقف، شبانه‌روزی در خدمت مردم باقی ماندند، نه‌تنها نشان از آمادگی فنی داشتند، بلکه نشانه‌ای از اراده‌ای ملی برای حفظ تداوم زندگی روزمره در دل تهدیدات خارجی بود. داده‌پردازی خوارزمی، به‌عنوان پشتیبان فناوری

بانک صادرات ایران، از جمله بانک‌های کشور بود که به رغم تمام تهدیدها و تلاش‌های دشمنان برای برهم زدن نظام بانکی و مالی کشور، با قدرت و شایستگی در برابر تهدیدات ایستادگی کرد تا امنیت روانی مردم به خطر نیفتد. شرکت داده‌پردازی خوارزمی، بازوی فناوری بانک صادرات ایران در حوزه مدیریت و پشتیبانی سامانه‌های بانکی نقش مهمی در بروز این عملکرد ارزنده داشت.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، در بحبوحه یکی از پیچیده‌ترین حملات نظامی علیه ایران، زیرساخت‌های بانکداری دیجیتال کشور نقشی حیاتی در حفظ ثبات اقتصادی و روانی جامعه ایفا کردند. در میان شرکت‌هایی که بی‌صدا اما مؤثر، از تداوم خدمات حیاتی پشتیبانی کردند، نام «داده‌پردازی خوارزمی» بیش از پیش نمایان شد. شرکتی که با مدیریت بحران، چابکی عملیاتی و تعهد انسانی، نقشی کلیدی در شکل‌گیری یک مقاومت فناورانه را ایفا کرد.

حمله نظامی رژیم اشغال‌گر قدس به خاک ایران، با وجود تمام نگرانی‌ها، باعث نشد چرخ خدمات حیاتی کشور متوقف شود. در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که در پشت صحنه نگه‌داشت این زیرساخت‌ها نقش داشتند، مأموریتی فراتر از وظایف روزمره خود بر دوش کشیدند. یکی از این شرکت‌ها،



ساختاری سازمان باید نهاده شده باشد. درک اهمیت «سناریونویسی فعال» یعنی پیش‌بینی چندانگانه و تحلیل احتمال وقوع انواع بحران‌ها با منشأهای مختلف از سایبری و زیرساختی تا انسانی و محیطی، به‌عنوان یک رویکرد پیش‌دستانه، امروز به ضرورتی غیرقابل انکار بدل شده است.

در کنار این مسئله، بار دیگر روشن شد که زیرساخت‌های دیجیتال کشور نیازمند تاب‌آوری مضاعف هستند؛ تاب‌آوری نباید فقط در برابر حملات سایبری باشد، بلکه باید اختلال‌های فنی، قطع ارتباطات، نوسانات شدید بار و حتی فقدان بخشی از نیروی انسانی را هم شامل شود. به همین دلیل، رویکرد داده‌پردازی خوارزمی بر آن است که تجربه این دوره را به فرصتی برای یادگیری ساختارمند و مستمر تبدیل کند. از اجرای پروژه‌های آموزشی هدفمند گرفته تا تدوین گزارش‌های تحلیلی و مستندات فنی، قرار است این تجربیات در قالب یک منبع دانشی ماندگار و قابل اتکا برای آینده بازآفرینی شوند؛ منبعی که بتواند در مواجهه با چالش‌های بعدی، راهنمای تصمیم‌گیری و اقدام سریع باشد.

افزون بر این، سرمایه‌گذاری در سه محور کلیدی باید تداوم یابد: نخست، حوزه امنیت سایبری که دیگر نه فقط یک تخصص، بلکه بخش جدایی‌ناپذیر از حاکمیت فناوریانه سازمان‌هاست؛ دوم، توسعه فناوری‌های پشتیبان که بتوانند در لحظه بحران، تداوم سرویس را تضمین کنند؛ و سوم، تربیت و نگهداشت منابع انسانی متخصص، که ستون فقرات تاب‌آوری دیجیتال در هر سازمانی به شمار می‌روند. آینده از آن سازمان‌هایی است که نه تنها از بحران عبور می‌کنند، بلکه با هوشمندی، آن را به مزیت رقابتی و یادگیری سازمانی تبدیل می‌کنند.

می‌توانست به بی‌اعتمادی گسترده منجر شود، انسجام و کارآمدی شبکه بانکی صادرات، مصداقی از آمادگی و بلوغ سیستمی بود. داده‌پردازی خوارزمی به‌عنوان شریک فناوری این بانک، بخشی از این موفقیت را در ساختار پشتیبانی نرم‌افزاری و امنیتی خود رقم زد.

سرمایه اجتماعی در میدان جنگ؛ آرامش مردم، انگیزه مضاعف برای ادامه راه

یکی از مشاهدات عمیق این بحران، بلوغ اجتماعی و همراهی مردم با نظام بانکی کشور بود. در فضایی که شایعات و نگرانی‌ها می‌توانستند به رفتارهای هیجانی منجر شوند، نوع مواجهه جامعه با خدمات مالی، نشان داد که اعتماد عمومی نسبت به زیرساخت‌های کشور همچنان پابرجاست. شهروندان، با اطمینان از پایداری سامانه‌ها، روند عادی تراکنش‌های مالی خود را حفظ کردند و در عمل، به ثبات اقتصادی کشور کمک کردند.

همین رفتار آگاهانه و مسئولانه، انگیزه‌ای مضاعف برای تیم‌های پشتیبانی فنی و اجرایی بود تا خدمت‌رسانی را با بالاترین کیفیت ادامه دهند.

درس‌هایی برای آینده؛ از مستندسازی تجربه تا تاب‌آوری راهبردی

در دل هر بحران، آنچه بیش از همه خود را نمایان می‌کند، شکاف‌ها و فرصت‌هایی است که در روزهای عادی کمتر به چشم می‌آیند. یکی از اصلی‌ترین درس‌های این مقطع، ضرورت آمادگی دائمی سازمان‌ها برای مواجهه با سناریوهای متنوع تهدید است؛ آمادگی‌ای که نه فقط در قالب چک‌لیست‌های اضطراری، بلکه در زیربنای فکری و

نقش تعیین‌کننده‌ای در حفظ امنیت سرویس‌ها ایفا کرد. امنیت در این فضا نه یک موضوع تزئینی، بلکه ضرورت حیاتی برای حفظ اعتماد عمومی و سلامت اقتصاد کشور بود.

نیروی انسانی در خط مقدم تاب‌آوری؛ سازماندهی منعطف برای استمرار خدمات

اداره موفق سازمان در شرایط بحران، بدون توجه به سلامت و انگیزه نیروی انسانی، ممکن نبود. از همان آغاز، مدل‌های کاری منعطف برای اطمینان از ایمنی کارکنان طراحی و اجرا شد. ترکیب دورکاری هوشمندانه با حضور برنامه‌ریزی شده تیم‌های عملیاتی در محل، تضمین کرد که خدمات حیاتی دچار وقفه نشوند. فضای همدلانه‌ای در میان کارکنان شکل گرفت که روحیه فداکاری و مسئولیت‌پذیری در آن به‌وضوح مشهود بود.

واحد منابع انسانی نیز در کنار پشتیبانی‌های لجستیکی، برنامه‌هایی برای حمایت روانی و کاهش فشارهای عصبی ناشی از شرایط جنگی تدارک دید. این پیوند میان حرفه‌گرایی و انسان‌محوری، یکی از رازهای موفقیت این دوره بحرانی بود.

تعامل مؤثر بانک صادرات با جامعه؛ شبکه‌ای پایدار در متن بحران

در میان بانک‌های بزرگ کشور، بانک صادرات ایران عملکردی قابل توجه از خود برجای گذاشت. نه تنها شبکه خدمات بانکی بدون اختلال به کار خود ادامه داد، بلکه بانک در ایفای نقش اجتماعی و حمایت از سایر بازیگران صنعت بانکی نیز عملکردی فعال داشت. در روزهایی که کوچک‌ترین اختلال

گزارشی جامع از حضور خانواده صاد در نمایشگاه صنعت مالی تهران

صاد صحنه‌ساز ارزش دیجیتال

هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی تهران، فرصتی بود تا خانواده‌ی بزرگ و شایسته‌ی هلدینگ صاد برای نخستین بار به صورت مستقل و پرقدرد در یک رویداد مهم تخصصی در صنعت مالی کشور حضور یابد و به صورت جامع، شایستگی‌ها، توانمندی‌ها و البته خدمات و محصولات خود را به جامعه‌ی مخاطبان معرفی کند. این حضور که با همراهی موثر و پررنگ تمامی اعضای این خانواده محقق شد، محملی را به وجود آورد تا صاد، بازوی اجرایی بانک صادرات ایران در حوزه تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند، بتواند بلوغ و پیشتازی خود را به نمایش بگذارد و نشان دهد که چه تحولات و اقدامات مثبتی برای شتاب‌بخشی به روند حرکتی صادرات در بانکداری دیجیتال صورت گرفته و صاد چگونه و با چه کیفیتی عزم خود را برای تبدیل شدن «مرجع تحول دیجیتال و برترین هلدینگ فناوری اطلاعات بانکداری کشور از منظر تولید و بومی‌سازی فناوری‌های مالی و برآورده کردن انتظارات مشتریان» جزم کرده است.



در ادامه گزارشی از نحوه و کیفیت حضور خانواده صاد در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی تهران ارائه می‌شود.

دیباچه

در دنیای پرشتاب فناوری و نوآوری، حضور فعال در رویدادهای نمایشگاهی برای هر نهاد و شرکتی که در حوزه فناوری مالی فعالیت می‌کند، نه تنها یک فرصت، بلکه یک ضرورت است. این رویدادها به عنوان سکویی قدرتمند برای نمایش توانمندی‌ها، معرفی محصولات و خدمات نوین و برقراری ارتباط با مشتریان و شرکای بالقوه، نقش کلیدی در رشد و توسعه کسب‌وکارها ایفا می‌کنند. هلدینگ فناوری نوآوری صاد، به عنوان یکی از بازیگران اصلی در عرصه فناوری مالی کشور، با درک عمیق این اهمیت، گامی استراتژیک در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی برداشت. این حضور، نه تنها نمادی از تعهد هلدینگ صاد به نوآوری و پیشرفت بود، بلکه فرصتی طلایی برای نمایش توانمندی‌های این هلدینگ و شرکت‌های تابعه آن در عرصه فناوری مالی فراهم آورد. نمایشگاه صنعت مالی تهران، به عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای تخصصی در حوزه مالی و بانکی کشور، همواره محل تلاقی ایده‌ها، فناوری‌ها و بازیگران کلیدی این صنعت بوده است. این نمایشگاه، با گردهم آوردن بانک‌ها، شرکت‌های فناوری مالی، استارت‌آپ‌ها و سایر ذینفعان، بستری مناسب برای تبادل دانش، تجربه و همکاری‌های مشترک فراهم می‌کند. برای هلدینگ صاد و بانک صادرات ایران، این نمایشگاه فرصتی بی‌نظیر بود تا ضمن معرفی دستاوردهای

خود در حوزه فناوری مالی، گام‌های بلندی در جهت تحقق اهداف استراتژیک خود بردارند. حضور در این نمایشگاه، نه تنها به معنای نمایش توانمندی‌های فنی و تکنولوژیک بود، بلکه نمادی از تعهد هلدینگ صاد به ارتقای سطح خدمات مالی و بانکی در کشور و پاسخگویی به نیازهای روزافزون مشتریان به شمار می‌رفت.

یکی از نکات برجسته حضور هلدینگ صاد در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی، استقلال غرفه این هلدینگ از بانک صادرات ایران بود. این اولین باری بود که هلدینگ صاد به صورت مستقل و با هویت جداگانه در یک رویداد نمایشگاهی حضور می‌یافت. این استقلال، نه تنها نمادی از بلوغ و رشد هلدینگ صاد در عرصه فناوری مالی بود، بلکه فرصتی برای معرفی جامع‌تر توانمندی‌ها، محصولات و خدمات این هلدینگ و هشت شرکت تابعه آن فراهم آورد.

پیش از این، هلدینگ صاد در نمایشگاه‌ها در دل غرفه بانک صادرات ایران حضور می‌یافت، اما این بار، با غرفه‌ای بزرگ و مستقل، توانست هویت منحصر به فرد خود را به نمایش

تعامل کند و شناخت عمومی از توانمندی‌ها و خدمات خود را افزایش دهد.

*** نمایش جامع توانمندی‌ها:** با حضور مستقل، هلدینگ صاد توانست به صورت جامع و کامل، محصولات، خدمات و توانمندی‌های خود و هشت شرکت تابعه را به نمایش بگذارد. این امر، باعث شد تا مخاطبان و مشتریان، درک بهتری از گستره فعالیت‌ها و نوآوری‌های هلدینگ صاد به دست آورند.

*** جذب شرکای تجاری و سرمایه‌گذاران:** حضور مستقل در نمایشگاه، فرصتی برای برقراری ارتباط با شرکای تجاری بالقوه، سرمایه‌گذاران و سایر ذی‌نفعان بود. هلدینگ صاد توانست از این طریق، تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهای همکاری امضا کند و زمینه را برای توسعه کسب‌وکار و پروژه‌های مشترک فراهم آورد.

*** ارتقای سطح دانش و آگاهی عمومی:** معرفی دستاوردهای هلدینگ صاد در حوزه فناوری مالی، به افزایش آگاهی عمومی از نوآوری‌ها و پیشرفت‌های این صنعت کمک کرد. این امر، نه تنها به ارتقای سطح دانش جامعه در حوزه فناوری مالی منجر شد، بلکه نقش هلدینگ صاد را به عنوان یک بازیگر کلیدی در این عرصه پررنگ‌تر کرد.

*** شبکه‌سازی و همکاری‌های مشترک:** نمایشگاه صنعت مالی، بستری مناسب برای شبکه‌سازی و برقراری ارتباط با سایر بازیگران صنعت مالی کشور بود. هلدینگ صاد توانست از این فرصت استفاده کند و با برقراری ارتباطات موثر، زمینه را برای همکاری‌های مشترک و تبادل دانش و تجربه فراهم آورد.

*** جذب مشتریان جدید و گسترش بازار:** با معرفی محصولات و خدمات نوین، هلدینگ صاد توانست توجه طیف وسیعی از مشتریان بالقوه را جلب کند. این امر، نه

منصه‌ی ظهور رساند بلکه زمینه‌ساز همکاری‌های مشترک و پروژه‌های آتی شد. همچنین، معرفی محصولات و خدمات نوین هلدینگ صاد در این نمایشگاه، باعث افزایش شناخت عمومی از توانمندی‌های این هلدینگ و شرکت‌های تابعه آن شد و گامی مهم در جهت جذب مشتریان جدید و گسترش سهم بازار بود.

در کنار این دستاوردها، حضور هلدینگ صاد در نمایشگاه صنعت مالی، نمادی از تعهد این هلدینگ به مسئولیت‌های اجتماعی و فرهنگی خود نیز بود. هلدینگ صاد، با معرفی فعالیت‌ها و دستاوردهای خود در حوزه فناوری مالی، نه تنها به ارتقای سطح دانش عمومی در این حوزه کمک کرد، بلکه گامی مهم در جهت ترویج فرهنگ نوآوری و کارآفرینی در کشور برداشت. این هلدینگ، با نمایش توانمندی‌های خود در عرصه فناوری مالی، ثابت کرد که می‌توان با تکیه بر دانش و تخصص داخلی، به دستاوردهای بزرگی دست یافت و در عرصه بین‌المللی نیز حرفی برای گفتن داشت.

در نهایت، حضور هلدینگ فناوری و نوآوری صاد در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی، گامی استراتژیک و موفق در جهت تحقق اهداف این هلدینگ و بانک صادرات ایران بود با توجه به اهمیت روزافزون فناوری مالی در دنیای امروز، هلدینگ صاد با این حضور فعال و پویا، ثابت کرد که آماده رویارویی با چالش‌های آینده و ایفای نقش کلیدی در توسعه صنعت مالی کشور است.

اهداف صاد از اولین حضور مستقل نمایشگاهی

*** تقویت برند و هویت مستقل:** حضور مستقل هلدینگ صاد در این نمایشگاه، فرصتی برای تقویت برند و هویت جداگانه آن از بانک صادرات ایران بود. این استقلال، به هلدینگ صاد امکان داد تا به صورت مستقیم با مخاطبان

بگذارد و به صورت مستقیم با مخاطبان و مشتریان تعامل کند. این استقلال، گامی مهم در جهت تقویت برند هلدینگ صاد و افزایش شناخت عمومی از فعالیت‌ها و دستاوردهای آن بود.

حضور هلدینگ صاد در این نمایشگاه، دستاوردهای قابل توجهی به همراه داشت. از جمله مهم‌ترین این دستاوردها، امضای تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهای همکاری با شرکای تجاری و نهادهای مختلف بود. این تفاهم‌نامه‌ها، نه تنها نمادی از اعتماد به توانمندی‌های هلدینگ صاد بود، بلکه گامی مهم در جهت توسعه همکاری‌های مشترک و ارتقای سطح خدمات مالی و بانکی در مجموعه بانک صادرات ایران به شمار می‌رفت.

همچنین، طراحی و اجرای غرفه‌ای زیبا و پیش‌بینی فضاها و امکانات لازم برای تحقق برنامه‌های پیش‌بینی شده، ایجاد فضاهای مناسب برای نمایش مهم‌ترین محصولات و خدمات شرکت‌های عضو صاد، برنامه‌ریزی گسترده برای توسعه بازار شرکت‌ها و محصولات و انعقاد تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهای متعدد و البته استقبال گسترده مخاطبان، روزهایی شلوغ و پرکار اما در عین حال پربار را برای مدیران و کارکنان خانواده صاد رقم زد.

این رویدادها، نه تنها فرصتی برای معرفی محصولات و خدمات نوین فراهم آورد، بلکه بستری مناسب برای تعامل مستقیم با مشتریان و دریافت بازخوردهای ارزشمند از آنان بود.

علاوه بر این، حضور هلدینگ صاد در نمایشگاه صنعت مالی، فرصتی برای شبکه‌سازی و برقراری ارتباط با سایر بازیگران کلیدی صنعت مالی کشور بود. این تعاملات، نه تنها به تقویت جایگاه هلدینگ صاد در عرصه فناوری مالی کمک کرد و برند صاد را به عنوان یک برند مستقل و شایسته به

تنها به جذب مشتریان جدید منجر شد، بلکه سهم بازار هلدینگ صاد را گسترش داد و جایگاه آن را در صنعت مالی کشور تقویت کرد.

فرایندهای مقدماتی: اقداماتی جهادی برای یک حضور پرشکوه

تا کمتر از دو هفته مانده به نمایشگاه، بنا بر این بود که هلدینگ صاد به روال گذشته در قالب غرفه بانک صادرات ایران در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی تهران شرکت داشته باشد اما در پی انصراف ناگهانی بانک از حضور در این نمایشگاه، تصمیم بر این شد که صاد و شرکت‌های تابعه‌ی آن برای نخستین بار به صورت مستقل در این رویداد نمایشگاهی مشارکت داشته باشند.

بر این اساس به شکل جهادی، در کمترین زمان ممکن اقدامات زیر صورت گرفت تا امکان حضوری پرشکوه در این نمایشگاه فراهم شود:

۱- فرایند هماهنگ‌سازی بدنه هلدینگ:

در گام نخست و پس از مصوب شدن حضور مستقل هلدینگ صاد در نمایشگاه در شورای معاونین هلدینگ، به سرعت و در کمتر از چند ساعت، جلسه هماهنگی نمایشگاه با حضور نمایندگان روابط عمومی کلیه شرکت‌های تابعه در محل هلدینگ برگزار شد.

اقدامات مهم این جلسه شامل موارد زیر است:

- مشخص‌سازی نیازمندی‌های شرکت‌ها در راستای نمایش خدمات و محصولات (شامل تجهیزات، اقلام تبلیغاتی و...)
- هماهنگ‌سازی چینش نفرات (غرفه‌داران)
- هماهنگ‌سازی برنامه‌های تبلیغی - اطلاع‌رسانی شرکت‌ها

- هماهنگ‌سازی و برنامه‌ریزی برای رویدادهای نمایشگاهی (تفاهم‌نامه‌ها، قراردادهای نشست‌ها و رایزنی‌ها)

۲- فرایند ثبت‌نام:

- ارتباط‌گیری با شرکت بانیان امید و هماهنگی برای جایگزینی صاد به جای صادرات در نمایشگاه
- ثبت‌نام آنلاین و پرکردن کلیه فرم‌ها و قراردادهای نمایشگاهی
- انجام هماهنگی‌های لازم با معاونت مالی و سرمایه‌ی انسانی و پرداخت هزینه‌ی کرایه زمین و غرفه در سه مرحله
- اعلام اسامی تمامی غرفه‌داران و دریافت کارت‌های معرفی و کارت‌های دعوت

۳- فرایند طراحی و آماده‌سازی غرفه:

- طراحی غرفه و تکمیل آن تنها در سه روز کاری
- جانمایی مکان شرکت‌ها و تجهیزات و اقلام مورد نیاز آن‌ها
- جانمایی بخش‌های مختلف غرفه شامل بخش VIP - CIP (۸ مورد) - پویون خبری - محل برگزاری مراسم
- جانمایی بخش انبار و تشریفات
- جانمایی محل لایت‌باکس‌ها، بنرها و ...
- ساخت و نهایی‌سازی غرفه تنها در سه روز

۴- فرایند پیش‌بینی و برنامه‌ریزی خدمات پشتیبانی و رفاهی:

- پیش‌بینی و انعقاد قرارداد با تیم پذیرایی و خدمات
- پیش‌بینی غذا و اقلام پذیرایی به تعداد غرفه‌داران و مهمانان (۱۰۰ نفر در روز)
- تهیه و انتقال اقلام اطلاع‌رسانی و تشریفات مثل پرچم‌ها،

استندها و ...

- تهیه و انتقال تجهیزات صوتی - تصویری مورد نیاز

۵- اقلام تبلیغاتی - اطلاع‌رسانی

- طراحی و چاپ ۶ لایت‌باکس بزرگ تنها در دو روز
- طراحی و چاپ ۶ تابلو - بنر تبلیغاتی تنها در دو روز
- طراحی پوستر و دعوت‌نامه‌ی نمایشگاه و ارسال دعوت‌نامه برای بالغ بر ۳۰۰ مهمان (سه روز)
- تهیه اقلام مورد نیاز برای مستندسازی تصویری نمایشگاه شامل دوربین‌ها، نور، وسایل ضبط صدا و ...
- تجهیز و مدیریت تیم سه نفره تصویربرداری و مستندسازی
- تجهیز و مدیریت تیم دو نفره‌ی اطلاع‌رسانی و خبری

بیان عملکردها، اقدامات و دستاوردهای نمایشگاه
با لطف و عنایت الهی و با اتکا به برنامه‌ریزی‌های موثر و هماهنگی که در خانواده‌ی هلدینگ صاد صورت پذیرفت، تک تک روزها و ساعت‌های نمایشگاه برای صاد شلوغ، پرمشغله و البته پربار بود. به طوری که به اذعان اغلب کارشناسان و مهمانان، این نمایشگاه یکی از شلوغ‌ترین و البته پربارترین رویدادهایی بود که هلدینگ صاد در عمر چهار سال و اندی خود در آن شرکت داشت.
در ادامه عملکردها، اقدامات و دستاوردهای نمایشگاه در سرفصل‌های مختلف ارائه می‌شود:

الف) مدیریتی

دکتر ابوالفضل روحانی	مدیرعامل هلدینگ صاد	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۱۵ ساعت
تعداد نشست‌ها	۵۰	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	۷ مورد
دکتر محمدحسین خروطی	مدیرعامل توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۲۰ ساعت
تعداد نشست‌ها	۲۰	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	۲ مورد
مهندس اکبر پیشگاه‌زاده	مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۲۰ ساعت
تعداد نشست‌ها	۲۷	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	۵ مورد
دکتر حسین قرایی	مدیرعامل داده‌پردازی خوارزمی	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۱۰ ساعت
تعداد نشست‌ها	۱۵	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	۰ مورد
مهندس بهزاد هرمزی	مدیرعامل پیشگامان فناوری‌های نوین صاد	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۲۴ ساعت
تعداد نشست‌ها	۳۲	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	۲۲
دکتر عطاری	مدیرعامل گسترش انفورماتیک ایران	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۳۵ ساعت
تعداد نشست‌ها	۲۰	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	۱ مورد
مهندس سعید جمالی	مدیرعامل مدیریت و راهبری زیرساخت صاد	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۵ ساعت
تعداد نشست‌ها	۵	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	—
مهندس حمید ارجمند	مدیرعامل فناوری و راه‌حل‌های هوشمند سپهر	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۳ ساعت
تعداد نشست‌ها	۵	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	—
دکتر حمید کریمی	مدیرعامل داده و هوش مصنوعی الگوریتم	مدت زمان حضور در نمایشگاه	۳ ساعت
تعداد نشست‌ها	۲	تعداد قرارداد یا تفاهم‌نامه	—

نام شرکت	توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی	تعداد نماینده در نمایشگاه	۸ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه	انواع کش‌لس‌ها - دستگاه چاپ ریبون -		
نام شرکت	پرداخت الکترونیک سپهر	تعداد نماینده در نمایشگاه	۸ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه	پاسینو - وامی‌پی - نیلن کارت		
نام شرکت	داده پردازی خوارزمی	تعداد نماینده در نمایشگاه	۴ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه	پروژه شمس و Lcp به صورت لایو و معرفی کل پروژه های شرکت در قالب پاورپوینت		
نام شرکت	پیشگامان فناوری‌های نوین صاد	تعداد نماینده در نمایشگاه	۸ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه	کالکو: سامانه نوین رفاه سازمانی ست: سامانه توثیق الکترونیک دارایی SCF: تأمین مالی زنجیره تأمین مرکز تماس هوشمند و یکپارچه تلفن بانک هوشمند پورتال سازمانی و وبسایت حرفه‌ای		
نام شرکت	گسترش انفورماتیک ایران	تعداد نماینده در نمایشگاه	۴ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه	خدمات آموزشی - دستگاه چاپ لیزری کارت		
نام شرکت	مدیریت و راهبری زیرساخت صاد	تعداد نماینده در نمایشگاه	۳ نفر
اهم خدمات معرفی شده در نمایشگاه	- ارائه خدمات تخصصی در حوزه‌های زیرساخت شبکه، دیتاستر و تأمین تجهیزات؛ - پیاده‌سازی ابزار مانیتورینگ و لاگ برای میکروسرویس‌ها؛		

		- مقاومت سازی سیستم‌ها و زیرساخت مطابق با استانداردهای PCI-DSS و CIS؛ - پیاده‌سازی و خودکارسازی فرآیندها از طریق Ansible؛ - پیاده‌سازی راهکار Replication با استفاده از Zerto؛ - پیاده‌سازی راه‌حل‌های Software Define Storage (Ceph, Minio)؛ - پیاده‌سازی ابزارهای Vulnerability Assessment؛ - پیاده‌سازی CI/CD با رویکرد GitOps؛ - ارائه خدمات ارزیابی امنیتی، تست نفوذ و مقاومت‌سازی زیرساخت‌ها و سرویس‌های فناوری اطلاعات؛ - مشاوره و اجرای الزامات استانداردهای امنیتی ISO/IEC ۲۷۰۰۱؛ - ارائه خدمات مرکز عملیات امنیت سایبری (SOC)؛ - ارائه خدمات واکنش به حوادث سایبری (CSIRT)؛ - ارائه خدمات شناسایی و جلوگیری از حملات فیشینگ (PhishEyes)؛ - ارائه خدمات مدل‌سازی تهدیدات (Threat Modeling)؛ - مشاوره، اجرا و طراحی زیرساخت‌های امنیتی براساس مدل Zero Trust.	
نام شرکت	تعداد نماینده در نمایشگاه	پرداخت الکترونیک سپهر پاسینو - وامی‌پی - نیلن کارت	۱۸ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه			
نام شرکت	تعداد نماینده در نمایشگاه	مدیرعامل داده و هوش مصنوعی الگوریتم خدمات بانکداری باز - احراز هویت	۲ نفر
محصولات و خدمات معرفی شده در نمایشگاه			

فعالیت	تعداد / مقدار
۱ تصویربرداری و مستندسازی تصویری نمایشگاه	۲۴ ساعت
۲ ساخت کلیپ از رویدادهای نمایشگاه	۲۵ مورد
۳ عکاسی از افراد و رویدادها	۲۰۰۰ عکس
۴ مصاحبه تصویری	۱۲ مورد
۵ مصاحبه حاشیه‌ای	۲۰ مورد



مدیرعامل هلدینگ فن آوری و نوآوری صاد:

صاد به بلوغ هویتی و کاری شایسته‌ای دست یافته است



دکتر روحانی، مدیرعامل هلدینگ صاد، نخستین حضور مستقل این هلدینگ در یک رویداد مهم نمایشگاهی، را مصداق و نشانه‌ای برجسته و روشن از بلوغ ساختاری، انسجام سازمانی و آینده‌نگری فناورانه این مجموعه دانست و دستاوردهای حضور موثر صاد در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران را کم‌نظیر و امیدوارکننده خواند.

دکتر ابوالفضل روحانی در گفتگو با پایگاه خبری نت صاد، امضای تفاهم‌نامه‌ها و قراردادهای متعدد در نمایشگاه برای توسعه همکاری‌های خانواده صاد با بازیگران مهم صنایع مختلف و شکل‌گیری همکاری‌های استراتژیک درون‌خانواده‌ای را از دستاوردهای مهم این هلدینگ در نمایشگاه صنعت مالی تهران معرفی و تاکید کرد که حضور شایسته‌ی صاد در این نمایشگاه تصویری جدید از قدرت و توان بالای بانک صادرات در حوزه‌ی تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند ترسیم کرده است. به گفته‌ی او صاد امروز دیگر تنها یک نهاد «همراه» نیست، بلکه در حال ساختن «هویتی مستقل» برای خود در سپهر فناوری بانکی کشور است.

نمایشگاه‌ها معمولاً ویتترینی هستند برای معرفی دستاوردها و توانمندی‌ها اما گاه، در پس این ویتترین، می‌توان ردی از

تغییرات بنیادین را مشاهده کرد. حضور مستقل هلدینگ فناوری و نوآوری صاد در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران، از آن دسته اتفاقاتی‌ست که اگرچه ممکن است در ظاهر یک اتفاق معمولی در صنعت مالی کشور به نظر برسد اما در واقع نقطه‌ی عطفی‌ست در سیر تحول راهبردی این نهاد.

هلدینگ صاد، که تاکنون عمدتاً در سایه بانک صادرات ایران ایفای نقش می‌کرد، این بار تصمیم گرفت به‌صورت مستقل، اما همچنان در امتداد مأموریت راهبردی‌اش، وارد میدان شود. تجربه‌ای که از دل تصمیم‌گیری‌های شورای معاونین هلدینگ بیرون آمد و به سرعت به واقعیتی اجرایی بدل شد. اهمیت این حضور، صرفاً در طراحی غرفه یا تعداد بروشورها نبود؛ بلکه در نوع روابط، سطح گفت‌وگوها و بلوغ تیمی نمایان شد که می‌توان آن را نشانه‌ای از عبور تدریجی از وابستگی صرف به سمت یک هویت سازمانی مستقل و پویا تلقی کرد.

به همین واسطه در حاشیه این نمایشگاه، پایگاه خبری نت صاد، گفتگویی اختصاصی را با دکتر ابوالفضل روحانی، مدیرعامل هلدینگ صاد، انجام داد تا از کم و کیف تحقق اولین حضور مستقل صاد در یک رویداد نمایشگاهی با خبر شود.

دکتر روحانی در این مصاحبه، ابعاد مختلف این تجربه، نگاه راهبردی هلدینگ به آینده، و مسیر تحول دیجیتال در صنعت بانکداری را تشریح کرد که در ادامه ملاحظه می‌کنید.

تبیین ثمرات فناورانه و مدیریتی اولین حضور مستقل نمایشگاهی صاد

حضور مستقل هلدینگ فناوری و نوآوری صاد در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی، نه تنها نقطه‌ای مهم در تقویم کاری این مجموعه محسوب می‌شود، بلکه می‌توان آن را نخستین گام جدی در شکل‌دهی به برند مستقل هلدینگ در فضای رسمی صنعت بانکداری، فناوری و نوآوری کشور دانست. در نخستین حضور مستقل هلدینگ صاد در نمایشگاه، آنچه بیش از هر عنصر بیرونی خودنمایی می‌کرد، اتحاد درونی و بلوغ حرفه‌ای شرکت‌های زیرمجموعه بود؛ نوعی هماهنگی که فراتر از ویتترین‌های نمایشگاهی، خبر از بالغ شدن یک زیست‌بوم فناورانه در دل بانک معظم صادرات می‌داد. همانطور که می‌دانید، به واسطه انصراف بانک از حضور در

این نمایشگاه، تصمیم حضور مستقل هلدینگ صاد تنها چند روز پیش از آغاز رسمی آن نهایی شد؛ با این حال، با زحمات همکاران پرتلاش من در این خانواده، در زمانی کوتاه، ساختاری منسجم، کارآمد و چشمگیر شکل گرفت که ثمره‌ی آن حضوری شایسته، چشمگیر و برنامه‌ریزی شده بود، حضوری که نه تنها بازدیدکنندگان بلکه شرکای بالقوه را نیز به تعامل و مذاکره ترغیب کرد.

در همین چند روز، بیش از ۳۰ تفاهم‌نامه همکاری با شرکت‌ها و وندوره‌های شاخص منعقد شد؛ توافقاتی که نه فقط نشان از تحرک بالا و پیوندهای موثر هلدینگ دارد، بلکه می‌توان آن را بذریه‌ی دانست که در ماه‌های آینده، ثمرات فناوریانه خود را در قالب پروژه‌های مشترک، طراحی و پیاده‌سازی راهکارهای نوین بانکی و توسعه‌ی خدمات و محصولات دیجیتالی بانک صادرات نشان خواهند داد. این دستاوردها، از جنس دستاوردهای هیجانی و تبلیغاتی نبودند؛ بلکه برآمده از رویکردی راهبردی بودند که بر پایه بلوغ تدریجی شرکت‌های زیرمجموعه و درک ضرورت هم‌افزایی شکل گرفته است.

تعامل و همگامی شایسته خانواده صاد؛ مصداقی از بلوغ ساختاری و مدیریتی این هلدینگ

یکی از نکات برجسته‌ی حضور مستقل صاد در نمایشگاه صنعت مالی تهران شکل‌گیری یک نگرش برجسته در بین شرکت‌های زیرمجموعه بود: اینکه درک کرده‌ایم که با هم‌افزایی توان شرکت‌های مختلف، می‌توانیم مسئولیت ابرپروژه‌ها را نیز در حوزه بانکداری دیجیتال و تحول دیجیتال برعهده بگیریم. متکی به همین نگرش توانستیم به سمت پذیرش پیشنهادهای از سوی شرکت‌ها و سازمان‌های

دیگر برویم که تحقق آن‌ها با بهره‌مندی از ظرفیت دو یا سه شرکت از هلدینگ صاد، به راحتی امکان‌پذیر است.

این درک از توان جمعی، حکایت از آن دارد که شرکت‌های تابعه‌ی هلدینگ، دیگر صرفاً به مأموریت‌های مستقل خود بسنده نمی‌کنند، بلکه در حال ورود به مرحله‌ای از بلوغ هستند که می‌توانند در قالب پروژه‌های ملی و مگا پروژه‌ها نقش‌آفرینی کنند. جمع‌آوری نیازها، تقسیم درست پروژه‌ها، و بازمهندسی ساختار اجرا، از جمله مسیرهایی‌ست که هلدینگ صاد برای تحقق این چشم‌انداز در پیش گرفته است؛ چشم‌اندازی که در آن فناوری، انسجام و نوآوری، سه ضلع تحقق بانکداری دیجیتال خواهند بود.

در کنار انعقاد تفاهم‌نامه‌ها با شرکت‌های بیرونی، اتفاق مهم‌تری نیز در پشت صحنه رخ داد: انعقاد قراردادهای تفاهم‌نامه‌هایی میان خود شرکت‌های زیرمجموعه‌ی هلدینگ صاد. این تعاملات درون‌سازمانی، نشان از بلوغ ارتباطات و انسجام ساختاری دارد که فراتر از ساختارهای دستوری، در بستر طبیعی نیاز و ظرفیت شکل گرفته‌اند.

استراتژی حضور دوگانه: همگرایی با بانک، استقلال در نوآوری

اما این تجربه صرفاً یک رخداد مقطعی نبود؛ بلکه بستر تصمیمی راهبردی برای آینده شد. برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده در سطح شورای معاونین هلدینگ نشان می‌دهد که حضور در نمایشگاه‌ها از این پس، تابعی از ماهیت و مأموریت آن رویدادها خواهد بود. در نمایشگاه‌هایی که حضور و برند بانک صادرات ایران پررنگ‌تر است و این بانک با انسجام و قدرت وارد می‌شود، حفظ همگرایی نهادی با بانک همچنان اولویت نخست هلدینگ خواهد بود. چرا که این هلدینگ، در ساختار

خود به‌عنوان بازوی اجرایی تحول دیجیتال بانک صادرات تعریف شده و پیوند استراتژیک با بدنه بانک، بخشی از هویت آن است.

با این حال، در مواقعی که بنا به ملاحظات فنی یا سیاست‌های رسانه‌ای، بانک تصمیم به عدم حضور در برخی نمایشگاه‌ها می‌گیرد، هلدینگ صاد با تکیه بر استقلال فنی و مدیریتی خود، مسیر حضور مستقل را دنبال خواهد کرد. تجربه موفق حضور در همین دوره از نمایشگاه بانک، بیمه و بورس (فاینکس) به‌خوبی اثبات کرد که هلدینگ صاد توانایی طراحی، اجرا و مدیریت حضور موثر در سطح رویدادهای ملی را دارد.

از نمره بالاتر از «قابل قبول» تا فضای «قابل اتکا»، برای نخستین حضور مستقل

در ارزیابی عملکرد این دوره نیز، نگاهی واقع‌بینانه حاکم است. ارزیابی درون‌سازمانی از کیفیت اجرا و انسجام تیمی نشان می‌دهد که هلدینگ صاد در نخستین حضور مستقل خود، با پوشش استانداردهای اولیه، با نمره‌ای بالاتر از «قابل قبول»، به‌نوعی وارد فضای «قابل اتکا» شده است. تأکید بر نمره ۱۸ برای کار تیمی، در کنار نمره ۱۷ یا ۱۷.۵ برای کیفیت کلی، نشانه‌ای از اعتماد اینجانب به تیم خود و در عین حال تأکیدی بر لزوم رشد و پیشرفت مداوم است.

این نگاه، نشان می‌دهد که در آینده‌ای نزدیک، هلدینگ صاد نه تنها به‌عنوان پیرو سیاست‌های بانک صادرات، بلکه به‌عنوان یک نهاد نوآور پیش‌برنده مسیر تحول دیجیتال در صنعت بانکی کشور، شناخته خواهد شد. نهادی با تیمی مستعد، منسجم، و آماده‌ی پذیرش مسئولیت پروژه‌های بزرگ و ملی.

دستآورد جدید پرداخت الکترونیک سپهر در صنعت پرداخت



رشد ۳۰۰ درصدی کاربران پاسینو

مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر ضمن اعلام رشد ۳۰۰ درصدی کاربران نرم‌افزار پاسینو، تاکید کرد که این شرکت برنامه‌های گسترده‌ای را برای ارتقای جایگاه PSP بانک صادرات در رده‌بندی‌های شاپرک در دستور کار قرار داده است. به گفته‌ی وی، پرداخت الکترونیک سپهر بزودی از محصول جدید خود یعنی وام‌پی نیز رونمایی خواهد کرد.

مهندس احمد پیشگاه‌زاده، در گفتگوی اختصاصی با پایگاه خبری نت‌صاد، در حاشیه هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران، آخرین تحولات و دستاوردهای این شرکت در حوزه پرداخت را تشریح کرد و و از رشد شگفت‌انگیز پاسینو، نرم‌افزار تخصصی مدیریت مالی بانک صادرات ایران در چند ماهه‌ی اخیر خبر داد.

وی در این مصاحبه که مشروح آن را در ادامه ملاحظه می‌کنید، تاکید کرد که بهبود مستمر تجربه کاربری و توسعه خدمات نوآورانه در کانون توجه استراتژی‌های آتی پرداخت الکترونیک سپهر قرار دارد و این شرکت با حمایت بانک صادرات ایران و هلدینگ فن‌آوری و نوآوری صاد، تحولات و برنامه‌های گسترده‌ای را برای ارتقای جایگاه خود

در رده‌بندی‌های شاپرک مد نظر قرار داده است. رونمایی از لندتک جدید بانک صادرات با عنوان وام‌پی از جمله اقداماتی است که پیشگاه‌زاده به آنها اشاره کرده است.

استقلال هلدینگ صاد گام مثبت در راستای توسعه و پیشرفت

هلدینگ فناوری و نوآوری صاد از همان ابتدا با یک نگاه راهبردی و مستقل شکل گرفت و این استقلال که از گذشته وجود داشته و در آینده نیز ادامه خواهد داشت، یک گام مثبت و مهم در راستای توسعه و پیشرفت این هلدینگ است. این استقلال به ما این امکان را می‌دهد که به‌طور مستقیم و بدون وابستگی به نهادهای دیگر، به نیازهای بازار پاسخ دهیم و خدمات خود را به‌صورت تخصصی ارائه کنیم. اگر به‌طور تخصصی به این موضوع نگاه کنیم، می‌بینیم که حوزه‌های اقتصاد دیجیتال و به‌ویژه مباحث فین‌تک و سایر زمینه‌هایی که هلدینگ صاد در آن‌ها فعالیت می‌کند، بسیار تخصصی و پیچیده هستند. این استقلال می‌تواند به هم‌گرایی بیشتر بین شرکت‌ها کمک کند و به ما این امکان را می‌دهد که به‌راحتی با دیگر بازیگران این حوزه ارتباط برقرار کنیم و از تجربیات و دانش آن‌ها بهره‌برداری کنیم. این نمایشگاه گواهی بر این ادعا است که هلدینگ صاد می‌تواند به‌صورت مستقل به بازارهای جدیدی دسترسی پیدا کند، بازارهایی که ممکن است بعضاً از سوی بانک صادرات نادیده گرفته شده باشند. این موضوع به ما این فرصت را می‌دهد که با مشتریان جدیدی آشنا شویم و روابط تجاری

جدیدی را برقرار کنیم. به‌عنوان مثال، امروز ما با دو مشتری که قبلاً با بانک صادرات همکاری داشتند، مذاکراتی را برای عقد تفاهم‌نامه آغاز کردیم. این نشان‌دهنده‌ی فرصت‌های مثبت و جدیدی است که این رویداد برای ما به ارمغان آورده است.

البته، اگر غرفه‌ی بزرگتری داشتیم و بانک صادرات نیز ما را همراهی می‌کرد، به احتمال زیاد می‌توانستیم اتفاقات بهتری را رقم بزنیم. اما به‌هرحال، این نمایشگاه فرصتی است که می‌توانیم از آن بهره‌برداری کنیم و به توسعه‌ی روابط و همکاری‌های جدید بپردازیم. این رویداد نه تنها به ما این امکان را می‌دهد که خدمات و محصولات خود را معرفی کنیم، بلکه می‌تواند به ما کمک کند تا از تجربیات دیگران نیز بهره‌مند شویم و در نهایت به رشد و پیشرفت بیشتری دست یابیم.

لزوم ایجاد نمایشگاه یا شوروم دائمی در هلدینگ صاد

باید تأکید کنم که معرفی خدمات و محصولات نباید محدود به زمان برگزاری نمایشگاه‌ها باشد. به نظر من، این اتفاق باید در قالب یک محل دائمی، مانند یک نمایشگاه یا شوروم دائمی در هلدینگ صاد یا یکی از ساختمان‌های بانک صادرات، شکل بگیرد. اگر این ایده به مرحله اجرا برسد، می‌تواند تحولی بزرگ در نحوه معرفی خدمات ما ایجاد کند وجود یک شوروم دائمی به ما این امکان را می‌دهد که همواره برای مهمانانی که به دنبال انعقاد تفاهم‌نامه در حوزه اقتصاد دیجیتال هستند، فضای مناسبی را فراهم کنیم. در این فضا، می‌توانیم سایر خدمات هلدینگ را نیز معرفی کنیم که این موضوع خود، به هم‌افزایی و ایجاد فرصت‌های جدید کمک خواهد کرد.

به عنوان مثال، تصور کنید مشتری خاصی قصد ریزنی با شرک پرداخت الکترونیک سپهر را دارد تا بتواند یک نیاز خود در حوزه‌ی پی‌تک را برآورده سازد. با وجود شوروم دائمی، ما می‌توانیم جلسه‌ی خود را در آنجا برگزار کنیم و دیگر خدمات خانواده‌ی هلدینگ صاد در حوزه اقتصاد دیجیتال را نیز به این مشتری معرفی نماییم. بدین شکل به اصطلاح با یک تیر چند نشان می‌زنیم و گام موثری را در راستای بهبود فرایندهای بازاریابی و ارتقای هم‌افزایی بر می‌داریم که به صورت قطعی نتایج بهتری را برای تمام شرک‌های عضو صاد به همراه خواهد داشت.

در واقع، این رویکرد می‌تواند به ما کمک کند تا نه تنها خدمات خود را به‌طور مؤثرتری معرفی کنیم، بلکه روابط تجاری و همکاری‌های جدیدی را نیز ایجاد کنیم که در نهایت به رشد و توسعه‌ی بیشتر هلدینگ صاد منجر خواهد شد.

ارائه خدمات بهتر با هم‌گرایی بانک و شرک پرداخت الکترونیک سپهر

همگرایی هرچه بیشتر بین بانک و شرک پرداخت الکترونیک سپهر می‌تواند باعث رقم خوردن اتفاقات خوبی در صنعت پرداخت شود، به‌ویژه در جایگاه‌های گزارشات اقتصادی شاپرک. این همگرایی هم باعث بهبود کیفیت خدمات ما می‌شود و هم مسیر و بستر مناسبی را برای توسعه بازار، جذب مشتریان جدید و افزایش منابع درآمدی بانک فراهم می‌کند.

شرک‌های پرداخت الکترونیک، مانند سپهر، عملاً به‌عنوان بازوهای ابزاری بانک‌ها عمل می‌کنند و می‌توانند در جذب منابع بسیار مؤثر باشند. متأسفانه طی سال‌های گذشته، کمبودهایی از نظر حمایت و توجه خاص نسبت به شرک سپهر وجود داشته است، اما خوشبختانه اکنون شاهد جبران این کمبودها هستیم و مدیران فعلی بانک صادرات با رویکرد بهینه‌تر و همدلانه‌تری از PSP خود حمایت می‌کنیم.

امیدواریم در آینده‌ای نزدیک، با توجه به همگرایی‌هایی که در حال حاضر در حال وقوع است، بتوانیم مشتریان بزرگ بانک صادرات را بیش از پیش جذب کنیم. این جذب مشتریان می‌تواند در حوزه‌های مختلفی مانند دستگاه‌های کارتخوان، ارائه درگاه‌های پرداخت اینترنتی و سایر خدمات حوزه پی‌تک صورت گیرد.

با این اقدامات، ما به دنبال افزایش منابع بانک هستیم و به تبع آن، جایگاه شرک سپهر نیز در حوزه اقتصادی و رتبه‌بندی شرک‌های پرداخت الکترونیک بهبود خواهد یافت. این روند نه تنها به نفع بانک صادرات و شرک سپهر خواهد بود، بلکه می‌تواند به ارتقای سطح خدمات در صنعت پرداخت الکترونیک نیز کمک کند و در نهایت به نفع مشتریان و کاربران نهایی باشد.

کسب جایگاه‌های بالاتر در صنعت بانکداری دیجیتال با اعتماد بانک صادرات به شرک سپهر

اعتماد بانک صادرات ایران به مجموعه پرداخت الکترونیک سپهر، به تیم فنی، اقتصادی و حقوقی ما می‌تواند کمک کند تا هم‌افزایی بیشتری را بین دو مجموعه شاهد باشیم. آنچه که ما از بانک صادرات انتظار داریم، این است که بیش از پیش به ما اعتماد کند. اگر هم در مواردی فکر می‌کند که ما نقص‌هایی داریم، باید در قالب همین حمایت‌ها و افزایش منابع مالی و سرمایه‌های شرک، به ما کمک کند تا بتوانیم این نقصان‌ها را رفع کرده و به سمت اصلاح و بهبود زیرساخت‌ها و ارائه خدمات مفیدتر به مشتریان بانک صادرات حرکت کنیم.

همیشه در حوزه خدمات، کم و کاستی‌هایی وجود داشته و خواهد داشت. انتظار ما از بانک صادرات این است که اجازه دهد اگر در مواردی نیاز به خدمات سایر شرک‌ها دارند، این خدمات را از طریق شرک سپهر دریافت کنند و خود بانک مستقیماً با سایر رقبای ما وارد مذاکره و قرارداد نشود.

بهترین حالت این است که اگر شرک سپهر به هر دلیلی نتواند خدماتی را ارائه دهد یا دچار کم و کاستی باشد، خودش به سراغ سایر رقبای در صنعت برود و با آن‌ها قرارداد همکاری داشته باشد. این رویکرد هم به مرور باعث توانمندی بیشتر سپهر می‌شود و هم بستری را فراهم می‌آورد که بانک به شکل تخصصی و با بهترین شرایط ممکن خدمات مورد نیاز خود و مشتریان را تأمین کند.

یادمان باشد که ارتقای جایگاه سپهر در صنعت پرداخت در نهایت به معنای ارتقای جایگاه بانک صادرات است.



رشد و توسعه‌ی پایدار هلدینگ صاد در دوران مدیریت جدید

رویکرد جدید هلدینگ کاملاً در راستای سیاست‌های بانک صادرات ایران در حال پیگیری است و ما در ماه‌های اخیر شاهد حرکت رو به جلو و روشن شدن چراغ بسیاری از شرکت‌های هلدینگ صاد بوده‌ایم. حضور عزیزانی مانند آقای دکتر روحانی قطعاً مثرثمر است و تأثیرات مثبتی بر روند کار هلدینگ دارد.

با توجه به سیاست‌هایی که ایشان دارند و بازدیدهای مستمر و نظارت‌هایی که از شرکت‌های هلدینگ صاد انجام می‌شود، می‌توانیم انتظار داشته باشیم که آثار این رویکرد در ماه‌های آینده بیشتر نمایان شود. این نوع مدیریت و نظارت می‌تواند شتاب حرکتی خانواده صاد در مسیر تحقق تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند را ارتقا دهد.

ذکر این نکته نیز ضروری است که تحولات مثبت شکل گرفته، انگیزه ما را هم ارتقا داده و فضایی توأم با همکاری، هم‌افزایی و همگام‌سازی را در بین شرکت‌های عضو این خانواده فراهم آورده است. انشاءالله این رویکرد در نهایت به رشد و توسعه‌ی پایدار هلدینگ و شرکت‌های آن منجر می‌شود و ما را در مسیر موفقیت‌های بیشتر قرار می‌دهد.

وامی‌پی، راهکار نوین در حوزه وام‌دهی خرد

همانطور که مستحضرد، حوزه فین‌تک یا اقتصاد دیجیتال شامل شاخه‌های بسیار زیادی است. وقتی که شرکتی مانند پرداخت الکترونیک سپهر در حوزه فناوری‌های مالی فعالیت می‌کند، با توجه به نیاز روز جامعه، به سمت توسعه‌ی خدمات خود در شاخه‌های دیگر فین‌تک نیز می‌رود. به‌عنوان مثال، موضوعاتی مانند BMPL، لن‌تک، رمیتنس، اینشورتک،

رک‌تک و کریپتوکارنسی به دلیل تقاضای جامعه، در حال گسترش هستند و ما به‌عنوان یک شرکت فین‌تکی باید در این حوزه‌ها نیز خدمات‌رسانی کنیم.

یکی از مواردی که طی سال‌های اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته، مبحث لن‌تک و BMPL است. در همین راستا، شرکت پرداخت الکترونیک سپهر مطالعات خود را از اواخر سال گذشته آغاز کرد و اکنون در حال توسعه محصولی به نام وامی‌پی است. این محصول با استفاده از لاین‌های اعتباری که بانک صادرات در اختیار ما قرار می‌دهد، به مشتریان به صورت آنلاین وام‌های خرد پرداخت می‌کند. راه‌اندازی این سرویس به مشتریانی که هم‌اکنون این خدمت را از شرکت‌های دیگر دریافت می‌کنند، این امکان را می‌دهد که از منابع مالی بانک صادرات بهره‌مند شوند.

وامی‌پی محصولی است که به‌صورت الکترونیکی و حضوری به مشتریان و کاربران متقاضی وام‌های خرد اجازه دریافت اعتبار می‌دهد. البته روال کار بدین شرح است که بعد از ثبت‌نام و پس از طی مراحل KYC و احراز هویت، اعتبار برای مشتریان باز شده و امکان دریافت وام مهیا می‌شود. مخاطبان محترم بانک صادرات می‌توانند از این اعتبارات به‌صورت آنلاین یا آفلاین برای مصارف روزمره، مانند تهیه کالا و خدمات بهره‌گیرند.

ما در حال حاضر در مراحل پایانی توسعه این محصول هستیم و به‌زودی رونمایی رسمی از آن انجام خواهد شد. این محصول می‌تواند به‌عنوان یک راهکار نوین در حوزه وام‌دهی خرد، به مشتریان کمک کند و تجربه‌ای جدید و راحت را برای آن‌ها فراهم آورد.

استراتژی‌های توسعه بازار وامی‌پی

با توجه به فضای به شدت رقابتی که در حوزه‌ی بانکداری دیجیتال وجود دارد، اولویت اول ما در توسعه بازار وامی‌پی، مخاطبان گسترده‌ی بانک صادرات ایران است. در واقع ما در فاز نخست، تمرکز اصلی خود را روی مشتریان خاص بانک صادرات و همچنین کارکنان بانک و مجموعه هلدینگ صادر قرار داده‌ایم. این گروه، جمعیت به نسبت زیادی را شامل می‌شود و به صورت بالقوه این امکان را در اختیار ما قرار می‌دهد که وامی‌پی را در فاز نخست به جایگاه خوبی برسانیم. علاوه بر این، نکته‌ی دیگری که حامی ما در توسعه‌ی محصول جدیدمان خواهد بود، منابع ارزنده‌ی بانک صادرات ایران است. اگر این منابع به سمت وامی‌پی هدایت شود، خود بانک هم می‌تواند مدیریت بهتری را روی فرایند وام‌دهی اعمال کند و به ارزش افزوده‌ی بیشتری دست یابد. همچنین، این رویکرد می‌تواند به کاهش ترافیک شعب بانک کمک کند، زیرا کارکنان بانک دیگر نیازی نخواهند داشت که وقت خود را صرف وام‌های خرد یا مراحله کنند. این موضوع نه تنها به بهبود کارایی بانک کمک می‌کند، بلکه به بانک کمک ما نیز کمک خواهد کرد.

نقطه قوت و مزیت دیگر وامی‌پی این است که این محصول می‌تواند به‌طور کامل با سایر نرم‌افزارهای بانکی ما در حوزه بانک‌تک، مانند سپینو و پاسینو، لینک شود. این ویژگی به ما این امکان را می‌دهد که خدمات را به‌صورت هم‌پذیرندگی ارائه کنیم و تجربه‌ای یکپارچه و کارآمد را برای مشتریان فراهم آوریم. در نهایت، با توجه به این مزیت‌ها و تمرکز بر روی مشتریان بانک صادرات، ما امیدواریم که بتوانیم در کوتاه‌مدت بخشی از بازار را جذب کنیم و به رشد و توسعه‌ی بیشتری در این حوزه دست یابیم.

رشد حدود ۳۰۰ درصدی کاربران پاسینو

شرکت پرداخت الکترونیک سپهر به‌صورت مستمر بخشی از درآمد خود را به توسعه و بهینه‌سازی محصولات موجود اختصاص می‌دهد. در این راستا، از بهمن‌ماه سال گذشته پروژه بازنگری جامع محصول پاسینو در دستور کار قرار گرفت که در همین راستا تا امروز ۱۰ نسخه‌ی ارتقا یافته از این محصول منتشر شده است.

بر اساس آمارهای رسمی شرکت، تعداد کاربران فعال پاسینو از حدود ۸۰۰۰ کاربر در پایان سال ۱۴۰۳ به بیش از ۲۲۰ هزار کاربر در زمان حاضر رسیده که نشان‌دهنده رشد حدود ۳۰۰ درصدی در بازه زمانی چند ماهه است.

این رشد قابل توجه، حاصل بهبودهای انجام‌شده و افزایش رضایت کاربران است. در بخش رابط کاربری (UI) و تجربه کاربری (UX)، تیم‌های تخصصی ما به‌صورت مداوم در حال بهینه‌سازی و ارتقای محصولات هستند. همچنین سامانه پشتیبانی ۲۴ ساعته و تمام‌وقت (۷/۲۴) راه‌اندازی شده تا خدمات جامع‌تری به کاربران ارائه شود.

استراتژی شرکت بر دو محور اصلی استوار است: نخست توسعه و ارتقای مستمر محصولات موجود و دوم طراحی و عرضه خدمات نوآورانه. هدف ما پاسخگویی به نیازهای روز بازار و ارائه راهکارهای پیشرفته در حوزه پرداخت الکترونیک است.



دکتر علی رادپور، مدیر امور سرمایه‌گذاری بانک صادرات ایران:

هلدینگ صاد به بلوغ و توانمندی شایسته‌ای دست یافته است



ظرفیت بانکداری هوشمند برای توسعه بازار بانک صادرات

به اعتقاد بنده، بستر تحول دیجیتال، فرصت خوب و متمایزی را برای بانک صادرات ایران برای تداوم پیشتازی خود در صنعت مالی فراهم آورده است. کما اینکه بر اساس محدودیت‌هایی که نهاد رگولاتوری به بانک‌های مختلف از جمله صادرات ابلاغ کرده، ما باید از بنگاه‌داری خارج شویم. این بدان معنا است که می‌توانیم سرمایه‌گذاری گسترده‌تر و متمایزی را در حوزه بانکداری هوشمند، در ابعاد مختلف انجام دهیم و از مسیر خلق و بهره‌مندی از فناوری‌های نوین، بازار خود را در این حوزه گسترده‌تر کرده و خدمات دیگر خود را نیز متکی به فناوری‌های جدید کیفی‌تر و بهینه‌تر کنیم. به نظر من، بخش بانکداری هوشمند هنوز در ایران یک حوزه به نسبت بکر است و از این رو، بهره‌مندی از فرصت‌های موجود در این عرصه می‌تواند به شدت کمک‌کننده باشد.

مشروح گفتگوی نت صاد، با دکتر رادپور را در ادامه ملاحظه می‌فرمایید.

چشم‌انداز بانکداری هوشمند در مجموعه بانک صادرات ایران همانطور که مستحضر هستید، بانک صادرات از قدیمی‌ترین و خوشنام‌ترین بانک‌های کشور است. ولی باید بپذیریم که در زمینه تحول دیجیتال، این بانک کمی از بانک‌های پیشرو در این حوزه عقب مانده است. البته با عنایت به گستره و سابقه شایسته‌ی بانک صادرات در صنعت مالی کشور و همچنین با عنایت به تلاش‌هایی که در چند ماه اخیر در هلدینگ فن‌آوری و نوآوری صاد صورت گرفته و دستاوردهایی که در این هلدینگ حاصل شده، امید زیادی داریم که به زودی شاهد اوج‌گیری صادرات در این بخش نیز باشیم و بتوانیم در حوزه بانکداری هوشمند هم جایگاه خود را در حد برند و نام صادرات ارتقا دهیم.

بنده امروز از غرفه‌ی هلدینگ صاد در نمایشگاه صنعت مالی ایران بازدید کردم. منظومه‌ی شایسته‌ای که از خدمات، توانمندی‌ها و دستاوردهای خانواده صاد در این نمایشگاه در معرض بازدید قرار گرفته، واقعا افتخارآمیز و امیدبخش است و این نوید را می‌دهد که در بحث تحول دیجیتال، خانواده‌ی صادرات در جاده‌ی درستی قرار گرفته و با کیفیت مناسبی حرکت می‌کند.

به امید خدا در آینده‌ی نزدیک شاهد اتفاقات خوبی در این بخش خواهیم بود.

مدیر امور سرمایه‌گذاری بانک صادرات ایران در حاشیه بازدید از غرفه‌ی اختصاص هلدینگ صاد، در هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی تهران (بانک، بورس و بیمه) ضمن تحسین دستاوردها و توانمندی‌های صاد و شرکت‌های تابعه در حوزه بانکداری هوشمند، تاکید کرد که با توجه به روند حرکتی خوبی که در این مجموعه آغاز شده، هلدینگ صاد قدرت و بلوغ لازم برای تحقق تحول دیجیتال در خانواده‌ی بانک صادرات ایران را به دست آورده است.

دکتر رادپور، پس از بازدید جامع از غرفه‌ی صاد، گفتگو با نمایندگان شرکت‌های تابعه و آشنایی با آخرین دستاوردها و توانمندی‌ها، در گفتگو با پایگاه خبری نت صاد، از ضرورت شتاب‌بخشی به تحول دیجیتال در مجموعه‌ی بانک صادرات ایران سخن گفت و تاکید کرد که با فعالیت بیشتر صاد در حوزه‌ی رایزنی و آگاهی‌بخشی، ارتقای شناخت بدنه مدیریتی بانک و ارایه‌ی حمایت‌های بیشتر، تا پنج سال آینده، بانک صادرات ایران به رتبه‌های برتر در حوزه بانکداری هوشمند و اقتصاد دیجیتال دست خواهد یافت.

البته برای تحقق این هدف ما نیازمند یک نقشه‌ی راه جامع هستیم. باید در چشم‌اندازهای میان‌مدت و بلندمدت از یک تا حتی ده سال، استراتژی‌ها و برنامه‌های عملیاتی خود را مشخص و تدوین کنیم. اگر این اتفاق رخ دهد، قطعاً بدنه‌ی مدیریتی بانک صادرات نیز از این نقشه و اهداف و برنامه‌های آن حمایت خواهد کرد.

تبیین اهمیت بسترسازی و هم‌افزایی

همانطور که دکتر سیفی، مدیرعامل محترم بانک بارها در سخنان خود از جمله در جشن صادروز (چهارمین سالروز تاسیس هلدینگ صاد) فرمودند، تحقق تحول دیجیتال در بانک صادرات نیازمند ایجاد یک بستر فرهنگی مناسب است. ایجاد این بستر بدان معنا است که کلیه مدیران ارشد بانک و شرکت‌ها و بخش‌های زیرمجموعه‌ی آن، به این باور برسند که تحول دیجیتال یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است و بانک صادرات باید به یک بانک هوشمند بدل شود. تنها در این صورت است که می‌توان یک حرکت جدی، جامع و همه‌جانبه را در راستای تحول دیجیتال آغاز کرد. بدین ترتیب، نه تنها بانک صادرات می‌تواند در حوزه اقتصاد دیجیتال حرف‌های زیادی برای گرفتن داشته باشد، بلکه قادر خواهد بود خدمات خوبی را نیز به اقتصاد ملی ارائه کند ما باید درک کنیم و بپذیریم که بازار امروز خواسته‌های مشخص و روزآمدی مثل بهره‌مندی از فناوری‌ها و پدیده‌های جدید دارد. در دنیای کنونی کریپتوها، بلاکچین و دیگر دستاوردهای فناوری‌های جدید، بر اقتصاد تأثیرات جدی می‌گذارند و بهره‌مندی از آنها به یک نیاز جدی در بازار تبدیل شده است. بنابراین ما نمی‌توانیم و نباید آن‌ها را نادیده بگیریم. اما رشد و پیشرفت در این بخش‌ها نیازمند

سرمایه‌گذاری کلان کل خانواده‌ی صادرات و ایجاد یک هم‌افزایی مطلوب بین اعضای این خانواده است. از جمله مثلاً حوزه تحت نظارت بنده یعنی حوزه سرمایه‌گذاری باید تعامل و هم‌افزایی خوبی را با هلدینگ صاد و شرکت‌های تابعه‌ی آن داشته باشد و در قالب یک رابطه‌ی برد - برد در راستای حمایت از صاد و بهره‌مندی از خدمات آن برای رشد کیفی خدمات دیجیتالی خود بهره بگیرد. با این هم‌افزایی و تعامل، متکی به درک درست مدیران، می‌توانیم امیدوار باشیم که در پنج سال آینده، صادرات در بخش اقتصاد دیجیتال رتبه‌های برتر کشور را در اختیار بگیرد.

لزوم تقویت فرایندهای رایزنی و آگاهی‌بخشی توسط صاد

بدون اغراق خدمت شما عرض می‌کنم که اعمال تحول

دیجیتال، از مهمترین اهداف عالیه‌ی واحد سرمایه‌گذاری بانک صادرات ایران است. ما به صورت جدی خواستار آن هستیم که در بخش‌های مختلف روی استارت‌آپ‌هایی که قادرند به بانک صادرات ایران در مسیر تحول دیجیتال کمک کنند، سرمایه‌گذاری کنیم. قطعاً در این حوزه می‌توانیم بیشترین تمرکز را روی هلدینگ صاد و شرکت‌های تابعه آن داشته باشیم.

اما تحقق این امر و همچنین اتکای حداکثری بخش‌های مختلف بانک صادرات بر هلدینگ صاد نیازمند آن است که مدیران محترم این هلدینگ، رایزنی‌های خود را توسعه دهند و به طرق مختلف درباره‌ی اهمیت، قابلیت اجرایی و امکان‌سنجی پروژه‌های مختلف به بانک مشاور دهند. در این صورت وقتی آگاهی‌های لازم حاصل شود، قطعاً بانک نیز حمایت خواهد کرد.



مفاخر به دنبال دستیابی به بازارهای بین‌المللی

مدیرعامل شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی از عزم جدی این شرکت برای ورود موثر به بازارهای بین‌المللی خبر داد و با اشاره به کیفیت رقابتی محصولات این شرکت، تحقق این امر را نیازمند حمایت‌های مالی بانک صادرات ایران دانست.

دکتر محمد حسین خروطی، در گفتگوی اختصاصی با پایگاه خبری نت صاد، در حاشیه هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران، ضمن تقدیر از اقدام شایسته هلدینگ فناوری و نوآوری صاد برای اولین حضور مستقل در یک رویداد نمایشگاهی، این اتفاق را گامی بلند در مسیر معرفی ظرفیت‌های گروه صاد و ایجاد هم‌افزایی بین شرکت‌های زیرمجموعه دانست و تاکید کرد که خانواده‌ی بانک صادرات ایران در حوزه‌ی بانکداری هوشمند و تحول دیجیتال، در آستانه جهش بسیار بزرگی قرار گرفته است.

دکتر خروطی، در این مصاحبه که در ادامه آن را ملاحظه می‌کنید، شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی را پرچمدار تحول دیجیتال در مجموعه صاد و صادرات معرفی کرد و به تفصیل از اقداماتی که این شرکت برای ارتقای توان خود در بازارهای جدید و ورود به عرصه بین‌المللی انجام داده سخن گفت.

نمایشگاه صنعت مالی تهران، نقطه شروع رویکرد نوین صاد در فعالیت‌های نمایشگاهی

حضور مستقل هلدینگ صاد و شرکت‌های تابعه در نمایشگاه صنعت مالی، اتفاقی بسیار ارزشمند است. این اولین بار است که شرکت‌های زیرمجموعه با هویت مستقل ولی در چارچوب یک استراتژی واحد، در چنین رویدادی حاضر شده‌اند. این موضوع نه تنها باعث معرفی بهتر خدمات هر شرکت می‌شود، بلکه فضایی برای همکاری‌های جدید و تبادل تجربیات بین زیرمجموعه‌های هلدینگ را فراهم می‌کند.

این اتفاق که نقطه شروعی برای رویکردی نوین در فعالیت‌های نمایشگاهی هلدینگ صاد محسوب می‌شود، نشان داد که شرکت‌های زیر مجموعه این هلدینگ، توانایی ارائه خدمات تخصصی خود، به صورت متمرکز و هماهنگ دارند. البته این تازه شروع کار است و قطعاً در دوره‌های بعدی با برنامه‌ریزی دقیق‌تر، شاهد حضور مؤثرتر و پرنرنگ‌تری خواهیم بود.

گام بلند مفاخر برای تامین کشل‌س بانکی در کشور

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر) به عنوان یک شرکت بورسی با زیرمجموعه‌های متعدد، در این نمایشگاه با رویکردی کاملاً عملیاتی حاضر شده است. یکی از نقاط قوت ما دارا بودن کارخانه اختصاصی در شهرک صنعتی است که ظرفیت‌های قابل توجهی برای گروه صاد و بانک صادرات ایجاد کرده است.

در گذشته تمرکز اصلی ما بر خدمات تعمیر و نگهداری

سخت‌افزارهای بانکی و تولید محصولاتی مانند ریبون بود. اما امروز استراتژی جدیدی را در پیش گرفته‌ایم که تولید کشل‌س‌های بانکی در صدر آن قرار دارد. نمونه‌های تولیدی این محصول را با افتخار در غرفه خود عرضه کرده‌ایم. این نمایشگاه فرصت مناسبی برای معرفی و توسعه بازار این محصولات استراتژیک بوده است.

در همین راستا، در روزهای آتی نمایشگاه شاهد امضای چند تفاهم‌نامه و قرارداد مهم خواهیم بود که جزئیات آنها را در زمان مناسب رسماً اعلام خواهیم کرد. این گام‌ها نشان‌دهنده عزم جدی ما برای توسعه بازار و افزایش سهم گروه در صنعت فناوری مالی کشور است.

ما قصد داریم با انعقاد قراردادهای متعدد و ارتقای توان تولید، نیاز اصلی کشور به کشل‌س‌های بانکی را تامین کنیم.



همراهی بانک صادرات و شکافتن مرزهای جدید بازار توسط مفاخر

شرایط فعلی برای شرکت مفاخر و دیگر شرکت‌های تابعه هلدینگ صاد بسیار امیدبخش است. امروز بانک صادرات ایران با فرماندهی واحد و مدیریت قوی آقای دکتر سیفی، فضایی ایجاد کرده که هیچ بن‌بستی در حل مسائل وجود ندارد. هر چالشی که مطرح شود، با جدیت پیگیری و حل می‌شود.

در مورد تعاملات بانک با شرکت‌های تابعه، شاهد بهبود مستمر و رویکرد عادلانه‌تری هستیم. ممکن است پیش از این شرکت مفاخر به اندازه ظرفیت‌هایش دیده نشده باشد، اما امروز این شرایط در حال تغییر است. ما معتقدیم دیگر نباید به عنوان یک شرکت مظلوم دیده شویم، چون این تصویر با واقعیت توانمندی‌های ما همخوانی ندارد.

نکته کلیدی این است که نباید صرفاً منتظر حمایت بانک بمانیم. درست است که بانک باید در سیاست‌گذاری‌ها از ما حمایت کند، اما ما به عنوان یک شرکت فناور و پیشرو، مسئولیت داریم مرزهای جدید بازار را بشکافیم. این همان رویکردی است که در پیش گرفته‌ایم: **ترکیب هوشمندانه حمایت‌های بانک با ابتکار عمل و جسارت خودمان در توسعه بازار.**

همانطور که آقای دکتر سیفی در نشست صادروز به درستی تأکید کردند، شرکت‌های تابعه بانک صادرات نباید دیدگاه محدودی داشته باشند و فقط به حوزه بانک صادرات فکر کنند. این نگرش استراتژیک، مسیر جدیدی را پیش روی ما قرار داده است.

شرکت مفاخر با پتانسیل بالایی که دارد، می‌تواند در بازارهای گسترده‌تری حضور پیدا کند. امروز تقریباً هیچ صنعتی وجود ندارد که به فناوری اطلاعات نیاز نداشته باشد. از صنایع بزرگ مانند فولاد و پتروشیمی گرفته تا سازمان‌های دولتی

و شرکت‌های خصوصی، همگی به راهکارهای آی‌تی نیازمند هستند. ما این نیازها را شناسایی می‌کنیم و آماده‌ایم تا با ارائه محصولات و خدمات تخصصی، سهم خود را در این بازارها افزایش دهیم. البته حمایت بانک صادرات همچنان مهم است، اما این حمایت باید به گونه‌ای باشد که حداقل‌های لازم را برای ما فراهم کند تا بتوانیم با تلاش و ابتکار خود، به حداکثر ظرفیت‌های بازار دست یابیم. این ترکیب هوشمندانه حمایت بانک با تلاش و نوآوری خودمان برای فتح بازارهای جدید همان تعادلی است که به دنبال آن هستیم.

تسریع روند تحول دیجیتال در مفاخر؛ از شعار تا عمل

موضوع تحول دیجیتال برای ما یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت حیاتی است. اگر نتوانیم حکمرانی دیجیتال را در شرکت پیاده کنیم، بدون شک به سازمانی فسیل شده تبدیل خواهیم شد که جایگاهی در بازار آینده نخواهد داشت. این واقعیتی انکارناپذیر در دنیای امروز است.

از زمانی که مسئولیت اجرایی شرکت را بر عهده گرفته‌ام، یکی از اولویت‌های اصلی ما تسریع روند تحول دیجیتال بوده است. خوشبختانه همکاران ما در معاونت فناوری اطلاعات و ارتباطات گام‌های مؤثری برداشته‌اند، از جمله تهیه سند OLA (توافقنامه سطح عملیاتی) در سطح معاونت. این سند نقشه راهی است که به ما کمک می‌کند تحول دیجیتال را به صورت سیستماتیک و عملیاتی پیش ببریم.

ما به این باور رسیده‌ایم که باید همواره چند گام جلوتر از صنعت حرکت کنیم. اگر نتوانیم روندهای آینده را پیش‌بینی کنیم و برای آن‌ها آماده شویم، محکوم به حذف از بازار خواهیم بود. به همین دلیل است که تحول دیجیتال را نه به عنوان یک پروژه موقت، بلکه به عنوان یک فرآیند مستمر و

حیاتی در شرکت نهادینه کرده‌ایم.

همکاران ما در این مسیر بسیار پیشرو عمل کرده‌اند و من از زحمات تمامی کسانی که در این زمینه تلاش می‌کنند صمیمانه تشکر می‌کنم. ما مصمم هستیم که مفاخر را نه فقط در حوزه بانکی، بلکه در تمام صنایعی که با آنها همکاری داریم، به الگویی در تحول دیجیتال تبدیل کنیم.

گسترش به بازارهای بین‌المللی؛ افق جدید مفاخر
موضوع ورود به بازارهای بین‌المللی برای ما یک فرصت استراتژیک محسوب می‌شود. با وجود چالش‌هایی مانند تحریم‌ها و محدودیت‌های مالی، معتقدم اگر بتوانیم در بخش تامین اعتبار مورد نیاز برای طرح‌های توسعه‌ای موفق عمل کنیم، هیچ دلیلی وجود ندارد که نتوانیم مرزها را درنوردهیم و به سمت صادرات محصولات حرکت کنیم. البته این مسیر نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و حمایت‌های لازم است که باید محقق شود.

قطعاً محصولات ما از کیفیت لازم برای رقابت در بازارهای جهانی برخوردارند. هم در حوزه سخت‌افزار و هم در بخش نرم‌افزار، نمونه‌هایی تولید کرده‌ایم که استانداردهای بین‌المللی را دارا هستند. در حال حاضر نیز در برخی حوزه‌ها توانسته‌ایم این قابلیت‌ها را به نمایش بگذاریم. البته برای تولید انبوه به ویژه در بخش سخت‌افزار، به تامین مالی مناسب نیاز داریم که اگر این شرایط فراهم شود، بدون شک می‌توانیم حضور موفق‌تری در بازارهای صادراتی داشته باشیم. ورود به بازارهای جهانی در استراتژی شرکت مفاخر قرار دارد، اما این امر نیازمند هماهنگی و حمایت سیاست‌گذاران و مدیران ارشد است. ما به عنوان یک شرکت فناور، آمادگی لازم را داریم و معتقدیم با برنامه‌ریزی صحیح می‌توانیم این هدف را محقق کنیم.



ماموریت چندوجهی واحد IT هلدینگ صاد تجمیع ظرفیت‌های فناورانه شرکت‌های تابعه صاد

واحد فناوری و امنیت اطلاعات هلدینگ فناوری و نوآوری صاد با کنار هم قرار دادن ظرفیت‌های فناورانه شرکت‌های تابعه خود، در تلاش است تا یک چتر واحد را برای مدیریت فناوری بانک صادرات ایجاد کند؛ چتری که از زیرساخت گرفته تا امنیت و نوآوری، همه‌چیز را در بر می‌گیرد و با ایجاد انسجام و هماهنگی، ضمن ارتقای کارایی، توان صاد و صادرات برای مقابله موثر با تهدیدات را ارتقا می‌دهد.

بانک‌ها برای ماندن در رقابت، دیگر فقط به سیستم‌های مالی قوی نیاز ندارند؛ آنچه امروز تفاوت می‌سازد، داشتن یک زیرساخت فناورانه چابک، هماهنگ و قابل اتکا است. هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، بازوی اجرایی بانک صادرات ایران در بانکداری دیجیتال، با تمرکز بر همین ضرورت، زیست‌بومی از هشت شرکت تخصصی ایجاد کرده که هرکدام بخشی از بار تحول دیجیتال را به دوش می‌کشند.

برای بررسی تحولات مدیریتی در حوزه فناوری اطلاعات در خانواده هلدینگ صاد، در حاشیه هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی تهران، نت صاد گفت‌وگوی جذابی

را با علی فلاح، مدیر امور فناوری و امنیت اطلاعات این هلدینگ انجام داده است. فلاح در این گفتگو، ضمن تشریح تلاش‌های صورت گرفته در راستای شکل‌دهی و ارتقای زیست‌بوم فناورانه در بدنه صاد و صادرات، درباره‌ی ماموریت‌های این واحد، دغدغه‌های امنیتی، چالش‌های منابع انسانی و آینده تولید دانش در دل مجموعه سخن گفت و تشریح کرد که چگونه فناوری در خدمت تحول واقعی قرار می‌گیرد.

شکل‌دهی به زیست‌بوم فناورانه؛ مسیر صاد برای خودکفایی دیجیتال بانکی

در جهانی که فناوری با شتاب بی‌سابقه در حال تحول است، عقب‌ماندن از موج نوآوری، معادل واگذاری میدان رقابت است. هلدینگ فناوری و نوآوری صاد با درک این واقعیت، ماموریتی فراتر از یک مجموعه پشتیبان برای بانک صادرات بر عهده گرفته است. هدف، صرفاً تأمین زیرساخت یا ارائه خدمات آی‌تی نیست؛ بلکه ساخت یک زیست‌بوم یکپارچه فناوری است که بتواند به‌صورت مستقل، چابک و مستمر، نیازهای بانک را پاسخ دهد و حتی از سطح انتظارات فراتر رود.

ایجاد چنین زیست‌بومی، پاسخی است به سه ضرورت استراتژیک: نخست، سرعت بالای تغییرات تکنولوژیک که ایجاب می‌کند بانک‌ها به‌صورت مستمر فرآیندهای خود را

به‌روزرسانی کنند؛ دوم، گسترش رقابت در صنعت مالی که هرگونه تعلل را به کاهش سهم بازار منتهی می‌کند؛ و سوم، نیاز چابک‌سازی فرآیندها از طریق کاهش وابستگی به بازیگران بیرونی. هلدینگ صاد با تجمیع ظرفیت‌های فناورانه شرکت‌های تابعه خود، تلاش می‌کند این سه هدف را به‌صورت هم‌زمان محقق کند.

اکوسیستم هلدینگ متشکل از هشت شرکت تخصصی در حوزه‌های مختلف فناوری اطلاعات است. توسعه فناوری خوارزمی یا مفاخر که در بازار بورس و سرمایه فعال است، طیفی گسترده‌ای از خدمات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری را پوشش می‌دهد. داده‌پ ردازی خوارزمی سامانه‌های ستادی بانک را توسعه و نگهداری می‌کند. گسترش انفورماتیک ایران به موضوع آموزش نیروی انسانی می‌پردازد و فناوری و راه‌حل‌های هوشمند سپهر، توسعه اپلیکیشن سپینو و دیگر نرم‌افزارهای بانکداری دیجیتال را بر عهده دارد. شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد نیز در حوزه BNPL و توسعه کال‌سنتر فعالیت می‌کند و شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد ماموریت ایجاد بسترهای امن و پایدار برای بانک و سایر شرکت‌های تابعه را برعهده دارد. همچنین شرکت داده و هوش مصنوعی الگوریتم ما با تمرکز بر هوش مصنوعی، نقش پیشروی فناورانه را ایفا می‌کند و شرکت پرداخت الکترونیک سپهر با آرایه درگاه‌های پرداخت و اپلیکیشن‌های متنوع، یکی از شناخته شده‌ترین PSPهای کشور محسوب می‌شود.

اما در قلب این شبکه پیچیده، یک نکته کلیدی وجود دارد: همه این شرکت‌ها، برای تحقق ماموریت‌های خود، به زیرساختی امن، پایدار و منعطف نیاز دارند. این‌جاست که نقش واحد فناوری اطلاعات هلدینگ صاد برجسته می‌شود؛ واحدی که ضمن هدایت راهبردی فناوری در سطح کلان، باید

بستر لازم برای اجرای بی‌وقفه این خدمات را نیز فراهم کند. درک این هماهنگی ساختاری، در تشکیل «کارگروه فناوری اطلاعات» با مجوز رسمی مدیرعامل محترم هلدینگ، جلوه‌ای عینی یافته است. این کارگروه با هدف هم‌افزایی منابع، اشتراک دانش فنی، و یکپارچه‌سازی ظرفیت‌های زیرمجموعه‌ها ایجاد شده تا بهره‌وری در سطح کل سازمان افزایش یابد. مسیری که از یک تفکر شروع می‌شود: خودکفایی فناورانه، نه یک شعار، بلکه ضرورتی برای بقا و رشد در بازار پرشتاب امروز است.

امنیت، ستون اعتماد دیجیتال؛ بازتعریف سیاست‌های فناورانه بر بستر استانداردهای جهانی
در جهان امروز، امنیت اطلاعات صرفاً یک موضوع فنی

نیست؛ بنیان اعتماد مشتری، سنگ‌بنای بقای برند، و اهرم رقابت در بازارهای دیجیتال است. هرگونه اختلال در این حوزه، نه‌فقط یک نقص عملیاتی، بلکه ضربه‌ای به اعتبار یک سازمان در ذهن کاربران محسوب می‌شود. بر همین مبنا، واحد فناوری اطلاعات در هلدینگ صاد، موضوع امنیت را به‌مثابه یک راهبرد کلان تعریف کرده و نه به‌عنوان یک پروژه مقطعی. در واقع امنیت از نظر صاد به‌عنوان فرآیندی مداوم و ساختاریافته در دستور کار قرار گرفته است.

نقطه شروع این رویکرد، طراحی و استقرار سیاست‌های امنیتی بر پایه استانداردهای بین‌المللی و چارچوب‌های شناخته‌شده‌ای نظیر IMS و Cobit بوده است؛ چارچوب‌هایی که علاوه بر پوشش الزامات فنی، بر مدیریت



فناورانه، باید به دنبال خرید محصولات آماده از بازارهای جهانی بود. اما تجربه‌های اخیر در شرکت‌های زیرمجموعه صاد نشان داده‌اند که ظرفیت‌های درونی قابل‌توجهی در حوزه توسعه دانش و فناوری وجود دارد.

در برخی حوزه‌ها مانند هوش مصنوعی، حتی فراتر از مدیریت عملیات جاری، پروژه‌هایی در حال اجراست که جنبه‌های تحقیق و توسعه را نیز پوشش می‌دهند. این ظرفیت، نه بر پایه شعار، بلکه با تکیه بر نیروی انسانی جوان و متخصصی شکل گرفته که در دل شرکت‌های تابعه مشغول فعالیت هستند.

نگاه مدیریتی حاکم بر هلدینگ نیز بر این باور استوار است که نیازی به اختراع دوباره چرخ نیست، اما آنجا که می‌توان مزیتی رقابتی خلق کرد یا دانش بومی را شکل داد، باید جسارت ورود داشت. به‌ویژه در حوزه‌هایی چون امنیت سایبری، تحلیل داده و هوش مصنوعی، وابستگی صرف به خارج نه منطقی است و نه پایدار. همکاری با دانشگاه‌ها، حمایت از طرح‌های نوآورانه و تخصیص منابع به پروژه‌های تحقیق‌محور، بخشی از اقداماتی است که در مسیر تبدیل صاد به یک هلدینگ تولیدکننده فناوری دنبال می‌شود.

این روند به تدریج بستری برای شکل‌گیری یک سرمایه دانشی درون‌زا فراهم می‌کند؛ سرمایه‌ای که پاسخ‌گوی نیازهای داخلی است و ظرفیت ارائه به خارج از مجموعه را نیز در خود دارد. رسیدن به چنین جایگاهی نیازمند تداوم حمایت‌های مدیریتی، اعتماد به تیم‌های تخصصی و طراحی پروژه‌هایی است که تنها به رفع نیازهای جاری محدود نباشند و مسیر توسعه بلندمدت فناوری را نیز ترسیم کنند.

مواجه‌اند، اغلب امکان رقابت با بخش خصوصی یا استارت‌آپ‌های پرشتاب را فراهم نمی‌کند. این مسئله، جذب و نگهداشت نیروهای توانمند را دشوارتر از گذشته کرده است. در چنین شرایطی، تکیه صرف بر سیاست‌های جبرانی مالی نمی‌تواند پاسخگوی چالش موجود باشد. نیاز است از مسیرهایی چون ایجاد فضای رشد، مشارکت در پروژه‌های معنادار، امکان تعامل بین‌شرکتی، و همچنین ارتقای جایگاه فنی و حرفه‌ای افراد، انگیزه‌ای پایدار برای ماندگاری ایجاد شود. توجه به کیفیت محیط کار، سبک ارتباط مدیران با کارشناسان، و تعریف مسیر روشن پیشرفت شغلی، همه بخشی از راه‌حلی هستند که می‌توانند فشارهای مالی را تا حدی تعدیل کنند. در عین حال، پیگیری‌های ساختاری نیز برای بازنگری در مدل‌های جبران خدمات در حال انجام است. تعامل با بانک صادرات و ارائه مستندات روشن از اهمیت نیروی انسانی متخصص، از جمله اقداماتی است که با هدف بازکردن فضا برای تصمیم‌گیری‌های حمایتی انجام شده است. چراکه اگر قرار باشد تحول دیجیتال در مقیاس بانک صادرات محقق شود، بدون سرمایه انسانی توانمند و باانگیزه، این هدف صرفاً در حد شعار باقی خواهد ماند.

از مصرف‌گرایی تا تولید دانش؛ آغاز یک مسیر بومی‌سازی در فناوری

یکی از پرسش‌های مهم در مسیر تحول دیجیتال، این است که آیا سازمان‌ها صرفاً مصرف‌کننده فناوری‌های خارجی باقی می‌مانند یا می‌توانند به نقطه‌ای از بلوغ برسند که خود به تولیدکننده دانش و محصول تبدیل شوند. این دغدغه، به‌ویژه در هلدینگ صاد که ذاتاً با هویت فناورانه تعریف شده، اهمیتی مضاعف دارد. تصور رایج این است که برای مواجهه با نیازهای پیچیده

ریسک، کنترل دسترسی، و پایداری سرویس‌ها در شرایط خاص نیز نظارت دارد. این سیاست‌ها در قالب ابلاغیه‌های رسمی به شرکت‌های تابعه ارسال شده و هم‌زمان با تدوین الزامات، مکانیزم‌های نظارت، ارزیابی و بهبود مستمر نیز در سطح هلدینگ فعال شده است.

نقش کلیدی واحد IT هلدینگ، ضمن تدوین و ابلاغ سیاست‌ها، شکل‌گیری یک فضای هم‌افزا میان شرکت‌ها را نیز شامل می‌شود؛ فضایی که در آن، امنیت مسئولیت مشترک همه اجزای سازمان را بر عهده دارد. از طراحی معماری سامانه‌ها تا پیاده‌سازی مسیرهای ارتباطی، از ارزیابی آسیب‌پذیری‌ها تا مدیریت رخدادهای امنیتی، همه و همه تحت چارچوبی مشخص پیش می‌روند که هدف نهایی آن، ساختن یک لایه محافظت‌کننده مستحکم و هوشمندانه در برابر تهدیدات در حال گسترش است.

امنیت دیجیتال در هلدینگ صاد، نه یک دیواره دفاعی ایستا، بلکه یک سامانه زنده و در حال تکامل است؛ سیستمی که با هر تهدید، هوشمندتر می‌شود و با هر چالش، مقاوم‌تر.

این همان نقطه‌ای است که فناوری، به ابزار حفظ اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی بدل می‌شود.

حفظ سرمایه انسانی در تنگنای منابع؛ دغدغه‌ای فراتر از بودجه

مدیریت منابع انسانی در حوزه فناوری اطلاعات، به‌ویژه در مقیاس یک هلدینگ فناور، همواره یکی از پرچالش‌ترین موضوعات است. نیروی متخصص در این حوزه، علاوه بر اینکه کم‌یاب و پرتقاضاست، هزینه‌بر نیز تلقی می‌شود. ساختارهای دستمزدی معمول، به‌ویژه در سازمان‌هایی که با محدودیت‌های بخشنامه‌ای یا ملاحظات بالادستی

مدیر حوزه مدیریت و ارتباطات بانک صادرات ایران: صادرات به هلدینگ صاد نگاه ویژه دارد



دکتر مهرداد رضایی، مدیر حوزه مدیریت و ارتباطات بانک صادرات ایران ضمن تاکید بر نگاه ویژه مدیریت ارشد بانک صادرات ایران نسبت به هلدینگ صاد، اقدامات و حمایت‌های بانک از هلدینگ در ماه‌های اخیر را ثمربخش توصیف و تاکید کرد که تحولات و پیشرفت‌های خوبی در خانواده‌ی صاد رخ داده است.

اولین حضور مستقل هلدینگ فن‌آوری و نوآوری صاد و شرکت‌های زیرمجموعه این هلدینگ در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران بهانه‌ای شد تا در گفتگویی با دکتر مهرداد رضایی، مدیر حوزه مدیریت و ارتباطات بانک صادرات ایران به ابعاد مختلف این حضور بپردازیم. دکتر رضایی، در گفتگو با پایگاه خبری نت صاد، شرایط هلدینگ صاد و توانمندی‌های حاصل شده در خانواده‌ی این هلدینگ را مطلوب و شایسته توصیف کرد و اقداماتی که بانک در راستای حمایت از هلدینگ و شتاب‌بخشی به حرکت خود در مسیر بانکداری هوشمند انجام داده را برشمرد.

مشروع این گفتگو که پس از بازدید کامل دکتر رضایی از توانمندی‌ها، محصولات و دستاوردهای شرکت‌های خانواده صاد انجام شده را در ادامه ملاحظه می‌کنید.

دستاوردهای صاد کاملاً محسوس است

دکتر سیفی با نگاه آتی محور و تغییر وارد این مجموعه شدند. اقداماتی هم که ایشان انجام داده‌اند، موید این نکته است. وقتی خود بنده وارد هلدینگ صاد شدم، ماموریتی که به بنده و دیگر مدیران ابلاغ شد، در همین راستا و مبتنی بر افزایش همبستگی و تعامل هلدینگ و بانک بود. البته تاکید زیادی هم بر انتقال دیدگاه و سیاست بانک در حوزه بانکداری هوشمند به بدنه هلدینگ صاد داشتند. خوشبختانه با تغییرات مدیریتی خوبی که در هلدینگ صاد صورت گرفت و متکی به نیروهای زبده‌ای که جذب شدند، پیشرفت‌ها و تحولات بسیار شایسته‌ای محقق شد. این دستاوردها کاملاً محسوس و قابل درک هستند، کما اینکه در نمایشگاه اخیر نیز مصادیق آن به خوبی قابل مشاهده بود.

پیش از این، هلدینگ صاد در قالب غرفه‌ی بانک صادرات در نمایشگاه‌ها حضور پیدا می‌کرد و این سبک از حضور موجب می‌شد تا اقدامات و فعالیت‌های شرکت‌های زیرمجموعه به صورت کامل دیده نشود، اما با هماهنگی‌های صورت گرفته، ابتدا قرار شد این حضور به صورت پنجاه پنجاه بین هلدینگ صاد و بانک تقسیم بندی شود که خوشبختانه در نمایشگاه صنعت مالی تهران، تبدیل به حضور مستقل و پر قدرت هلدینگ و شرکت‌های زیرمجموعه آن شد. با عنایت به حضور پررنگ و شایسته‌ی صاد در نمایشگاه مذکور، امیدوارم در آینده هم این مسیر تداوم داشته باشد

شتاب گرفتن حرکت صاد با به‌کارگیری مدیران ارشد بانک در شرکت‌های زیرمجموعه

یکی از راهبردهای اصلی ما در راستای هم‌افزایی بیشتر و تسریع در روند تحول، به‌کارگیری مدیران ارشد و باتجربه بانک در جایگاه‌های کلیدی شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ صاد بوده است. این اقدام، تعامل و هم‌فکری میان هلدینگ صاد و بانک را به شکل چشم‌گیری افزایش داده است.

این هم‌افزایی منجر به وقوع اتفاقات بسیار مثبت و نوآورانه‌ای شده است. به عنوان مثال، کالکوی شرکت پیشگامان که یکی از شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات است، با بهره‌گیری از تجربه و دانش مدیران مشترک، توانسته است گام‌های مؤثری در توسعه راهکارهای نوین

لازم جهت بهره‌مندی شایسته از ظرفیت‌های نمایشگاه‌ها شکل می‌گیرد. یعنی می‌توانیم از مدت‌ها قبل برای حضور در هر نمایشگاه خاص، اهداف مشخصی تعیین کنیم، بهترین محصولات یا خدمات را برای ارائه انتخاب کرده، و تیم‌های متخصص را برای حضور آماده سازیم. همچنین چنین رویکردی به ما این امکان را می‌دهد که با حضوری هدفمند و قدرتمند در نمایشگاه‌ها، حداکثر بازدهی را از این سرمایه‌گذاری به دست آوریم و گامی بلند در مسیر توسعه و پیشرفت هلدینگ صاد و بانک صادرات ایران برداریم.

بگذاریم و تصویری جامع از قدرت و توانمندی‌های هلدینگ ارائه دهیم. با توجه به تعدد شرکت‌ها و رویدادها، پیشنهاد می‌کنم هلدینگ صاد با هماهنگی کامل با روابط عمومی بانک صادرات ایران، یک تقویم نمایشگاهی جامع تهیه کند. این تقویم، شامل تمام نمایشگاه‌های مرتبط با حوزه‌های فعالیت شرکت‌های زیرمجموعه خواهد بود. با داشتن چنین تقویمی، می‌توانیم از تداخل شرکت‌ها در رویدادهای مشابه جلوگیری کنیم و منابع را بهینه تخصیص دهیم. علاوه بر این، با تدوین تقویم نمایشگاهی، برنامه‌ریزی

بردارد. همچنین، پاسینوی شرکت پاس که در زمینه خدمات پرداخت فعالیت می‌کند، نمونه دیگری از این دستاوردهاست. علاوه بر این موارد، شاهد ظهور و توسعه دیگر فناوری‌های نوین در مجموعه هلدینگ هستیم که همگی ریشه در این هم‌فکری و انتقال تجربیات دارند. نتیجه مستقیم و ملموس این اقدام و دیگر اقدامات مثل اعتماد کردن به هلدینگ صاد و بازگذاشتن دست مدیران آن در حوزه‌ی برندسازی و تبلیغات که حضور مستقل صاد در این نمایشگاه مصداقی از آن است، باعث شتاب گرفتن حرکت این مجموعه به سوی تحول دیجیتال شده است. باید اذعان کرد که با بهره‌گیری از توانمندی‌های داخلی و تجربه مدیران ارشد، ما در حال گذار از یک مدل سنتی به یک اکوسیستم دیجیتال هستیم که خدمات نوین و کارآمدتری را به مشتریان ارائه می‌دهد و در این میان خانواده بزرگ صاد، نقش بزرگی در تحقق این مهم دارند.

ضرورت استفاده از فرصت‌های طلایی حضور مؤثر در نمایشگاه‌ها

در دنیای رقابتی امروز، حضور مؤثر در نمایشگاه‌ها یک فرصت بی‌نظیر است که نباید به سادگی از دست برود. نمایشگاه‌ها به ما این امکان را می‌دهند که در یک فضای متمرکز، آخرین دستاوردها و خدمات خود را به مخاطبان، مشتریان بالقوه و شرکای تجاری ارائه دهیم. این رویدادها همچنین فرصت‌هایی طلایی برای شبکه‌سازی، بازاریابی و برندسازی هستند. برای هلدینگ صاد، که مجموعه‌ای از شرکت‌های متنوع و پویا در حوزه‌های مختلف است، این فرصت‌ها از اهمیت مضاعفی برخوردارند. ما می‌توانیم هم‌افزایی میان شرکت‌های زیرمجموعه را به نمایش





پیشگامان
فناوری‌های نوین صاد

کالکو KALKOO

راهکار نوین پیشگامان برای ارتقای رفاه کارکنان

کالکو؛ تحول تجربه رفاهی در بانک صادرات ایران



آنجا که فناوری با رویکردی انسان‌محور تلفیق می‌شود، افق‌های تازه‌ای در مدیریت سرمایه انسانی گشوده خواهد شد. سامانه «کالکو»، که توسط شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد - از شرکت‌های پیشرو در حوزه فناوری‌های مالی و زیرمجموعه هلدینگ صاد - طراحی و توسعه یافته، با همکاری نزدیک بانک صادرات ایران به مرحله بهره‌برداری رسیده است.

در عصر تحول دیجیتال و رقابت‌های فزاینده، ارتقای رفاه، رضایت و تعلق خاطر کارکنان، هم‌تراز با نوآوری و بهره‌وری، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی موفقیت سازمان‌های پیشرو شناخته می‌شود. بانک صادرات ایران با درک این ضرورت، در سال گذشته طرح «کالکو» را راه‌اندازی کرد؛ سامانه‌ای که با رویکردی سیستمی به رفاه کارکنان شاغل و بازنشسته می‌پردازد و فراتر از ارائه تسهیلات مالی، به‌دنبال ایجاد تحولی بنیادین در نگرش سازمان به سرمایه انسانی است.

کالکو تنها یک ابزار رفاهی نیست؛ بلکه آغاز مسیری نو برای فرهنگ‌سازی مشارکت، افزایش حس دیده‌شدن و تعمیق اقتصاد تعاملی در عملکرد سازمان است. این طرح با حمایت راهبردی مدیران ارشد بانک صادرات ایران و مشارکت فعال کارشناسان، در آستانه اجرای گسترده برای خانواده بزرگ بانک قرار گرفته و می‌تواند آغازگر فصلی تازه در بازنگرشی، تحلیل و توسعه رویکردهای نوین رفاهی باشد.

به‌مناسبت رونمایی از این سامانه، گفت‌وگویی تخصصی با مدیران شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد انجام دادیم تا از زوایای مختلف طراحی، مدل کسب‌وکار و چشم‌انداز توسعه کالکو بیشتر آگاه شویم.



**بهزاد هرمزی،
مدیرعامل شرکت پیشگامان
فناوری‌های نوین صاد:
کالکو علاوه بر ایجاد بازگشت
سرمایه قابل توجه برای بانک،
سودآوری مالی نیز به دنبال دارد**

کالکو؛ ارائه خدمات نوین رفاهی

به گفته بهزاد هرمزی، مدیرعامل شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد، سامانه «کالکو» در گام نخست با تمرکز بر ارائه خدمات رفاهی مؤثر برای کارکنان و باننشستگان بانک صادرات ایران طراحی شده است؛ سامانه‌ای که تجربه‌ای ساده، مطمئن و فراگیر از رفاه سازمانی را فراهم می‌کند

او می‌افزاید: «این سامانه مبتنی بر درک عمیق از نیازهای انسانی در محیط بانکی شکل گرفته تا کارکنان بتوانند بدون تشریفات زمان‌بر، ضامن یا فرآیندهای پیچیده، به منابع مالی خرد دسترسی داشته باشند.»

مرحله نخست اجرای این طرح، با اختصاص بن رفاهی بلاعوض به کلیه کارکنان و باننشستگان، گامی اساسی در راستای جلب اعتماد اولیه و کاهش ریسک عدم پذیرش تلقی می‌شود. پس از تثبیت این اعتماد، در فاز دوم، امکان خرید اقساطی با استفاده از یک سوئیچ اعتباری اختصاصی فراهم خواهد شد؛ به گونه‌ای که کارکنان بدون نیاز به ضامن، از فروشگاه‌های معتبر سراسر کشور خرید کرده و بازپرداختی آرام و بی‌فشار را تجربه کنند.

هرمزی تأکید می‌کند که تکمیل این دو مرحله، زمینه‌ساز شکل‌گیری اعتماد پایدار بین کارکنان و بانک خواهد بود. همچنین، ابزارهای ارتباطی متنوع نظیر سامانه

اطلاع‌رسانی، پنل اختصاصی و رویدادهای تعاملی، نقش مؤثری در تقویت حس مشارکت کارکنان ایفا می‌کنند.

ساختار ماژولار کالکو نیز امکان توسعه مدل ارائه‌شده به سایر بانک‌ها و سازمان‌های بزرگ را فراهم کرده است.

او خاطرنشان می‌سازد: «کالکو علاوه بر ایجاد بازگشت سرمایه قابل توجه برای بانک، سودآوری مالی نیز به دنبال دارد. این سامانه نمونه‌ای نوآورانه در ارائه خدمات رفاهی سازمانی است که نگاه تازه‌ای به تجربه کارکنان و مدیریت سرمایه انسانی در صنعت بانکداری عرضه می‌کند.»

از دیدگاه هرمزی، کالکو ترکیبی است از طراحی کاربرمحور، زیرساخت فنی منعطف و تجربه‌ای بدون اصطکاک که با یکپارچه‌سازی تعاملات میان فروشگاه‌ها، کاربران نهایی و سیستم‌های بانکی، استاندارد جدیدی را در خدمات باشگاه مشتریان و خرید اعتباری (BNPL) پایه‌گذاری کرده است.

نقشه راه کالکو؛ از طراحی مدل کسب‌وکار تا اجر

محسن نیک‌نفس، معاون کسب‌وکار شرکت پیشگامان، ساختار مرحله‌ای کالکو را نتیجه مطالعات دقیق درباره نیازهای رفاهی می‌داند. او می‌گوید: «در فاز نخست، ارائه انواع بن رفاهی در قالب کیف پول‌های دیجیتال، بدون نیاز به اعتبارسنجی پیچیده یا تشریفات اداری، یکی از نقاط



محسن نیک‌نفس،

معاون کسب و کار شرکت پیشگامان:

کالکو با تلفیق کیف پول دیجیتال

و سوئیچ اعتباری، مدل نوینی از

خدمات مالی سازمانی بانرخ

نکول کنترل شده ارائه می‌دهد



سید محمد پیام قره‌باغ،

معاون اجرایی و عملیات بانکی

شرکت پیشگامان:

کالکو با احراز هویت سریع، معماری

ماژولار و تحلیل رفتاری، تجربه

خرید اعتباری را بی‌اصطکاک و

مقیاس پذیر می‌سازد

حضوری تنها با اعلام شماره همراه خود به صندوق‌دار، فرآیند اعتبارسنجی و ارسال پیامک رمز یک‌بار مصرف (OTP) آغاز می‌شود و تراکنش بلافاصله انجام می‌گیرد» این روند، تجربه‌ای سریع، ساده و امن را رقم می‌زند که شباهت زیادی به خرید حضوری متداول دارد و در نتیجه، مقاومت رفتاری کاربران در برابر خدمت جدید را به حداقل می‌رساند. هرچند در شرکت، فرآیندهای احراز از جمله در بستر اپلیکیشن هم پیاده‌سازی شده است.

سید محمد پیام، معماری فنی کالکو را کاملاً ماژولار، انعطاف‌پذیر و مقیاس‌پذیر توصیف می‌کند. این سامانه با حداقل تغییر در سیستم‌های فروشگاهی، به سادگی در فروشگاه‌ها مستقر می‌شود. اتصال از طریق API‌ها و ماژول‌های واسط، زمان تطبیق را کاهش داده و استقرار در مقیاس بالا را تسهیل کرده است.

ماژول‌های مستقلی برای تحلیل ریسک، تعیین سقف اعتبار، مدیریت اقساط و گزارش‌گیری مالی طراحی شده‌اند. همچنین، سامانه دارای مدل امتیازدهی اعتباری اختصاصی مبتنی بر داده‌های تراکنشی داخلی است. کاربران می‌توانند از طریق اپلیکیشن کالکو، اعتبار باقی‌مانده، برنامه بازپرداخت و تاریخچه تراکنش‌های خود را به صورت لحظه‌ای مشاهده کنند.

وی همچنین به نقش مرکز تماس کالکو اشاره کرده و آن را فراتر از یک مرکز پاسخ‌گویی معمول می‌داند. این مرکز

قوت کلیدی کالکو محسوب می‌شود. این سادگی موجب مشارکت حداکثری کارکنان و تسهیل ورود به فاز دوم خواهد شد.

در فاز دوم، با تمرکز بر امنیت، تجربه کاربری و توسعه زیرساخت سوئیچ اعتباری، امکان خرید اقساطی فراهم می‌شود. نیک‌نفس توضیح می‌دهد: «منبع اصلی درآمد در این مرحله، کارمزد تراکنش‌های اقساطی است که با در نظر گرفتن ذخیره نکول و هزینه‌های نگهداری سامانه، طراحی شده است». پیش‌بینی می‌شود این پروژه ظرف کمتر از شش ماه به نقطه سر به سر برسد و نرخ حفظ مشتریان از ۸۰ درصد فراتر رود.

او در ادامه به چشم‌انداز توسعه کالکو اشاره کرده و می‌گوید اتصال به سامانه‌های خرید کالا و خدمات در دستور کار قرار دارد تا تجربه‌ای یکپارچه از خدمات مالی برای کاربران فراهم شود.

معماری هوشمند کالکو؛ از تجربه کاربری تا زیرساخت فنی

سید محمد پیام قره‌باغ، معاون عملیات و پروژه‌های بانکی شرکت پیشگامان، یکی از مزایای کلیدی کالکو را در سادگی و سرعت فرآیند احراز هویت و خرید می‌داند. او توضیح می‌دهد: «در مدل ارائه شده، کاربر در خرید



حمید اسلامی،

مدیر طرح و برنامه شرکت پیشگامان:

کالکو، اکوسیستم مالی هوشمند

و مقیاس پذیر خدمات رفاهی -

اعتباری، با هدف خلق ارزش پایدار

برای تمامی ذی نفعان بانک است



عمر آران،

مدیر روابط عمومی شرکت پیشگامان:

کالکو با روایت انسانی و ارتباط

هدفمند، حس ارزشمندی و اعتماد

در کارکنان و بازنشستگان را تقویت

می کند

با جمع آوری داده های رفتاری و مسیرهای تعامل کاربران، نقاط اصطکاک را شناسایی کرده و نقشی کلیدی در بهبود تجربه کاربری، اصلاح فرآیندها و بهینه سازی پیشنهادهای اعتباری ایفا می کند.

کالکو در مسیر بلوغ راهبردی؛ از خدمت اعتباری تا زیست بوم مالی سازمانی

حمید اسلامی، مدیر طرح و برنامه شرکت پیشگامان، کالکو را یکی از محصولات استراتژیک در حوزه خدمات اعتباری می داند که با هدف پاسخ گویی هم زمان به نیازهای رفاهی، مالی و فناورانه سرمایه انسانی طراحی شده است.

او تأکید می کند که چشم انداز کالکو فراتر از یک ابزار خرید اقساطی بوده و هدف آن توسعه یک اکوسیستم مالی - اعتباری هوشمند، تعامل پذیر و مقیاس پذیر است که نیازهای متنوع ذی نفعان بانک - از کارکنان و بازنشستگان تا فروشندگان و پذیرندگان سازمانی - را به صورت پایدار پوشش دهد.

از دیدگاه اسلامی توسعه کالکو در سه محور اصلی پیگیری می شود:

- گسترش شبکه پذیرندگی با تمرکز بر فروشگاه های زنجیره ای، برندهای ملی و کسب و کارهای خرد؛
- ارتقای زیرساخت های فنی به منظور تضمین امنیت،

پایداری و مقیاس پذیری؛

● طراحی مدل های اعتباری متنوع و داده محور متناسب با توان بازپرداخت کاربران.

اسلامی می افزاید: «موفقیت کالکو تنها به بهره برداری عملیاتی محدود نمی شود، بلکه به خلق ارزش مشترک برای کاربران، بانک، پذیرندگان و شرکت توسعه دهنده وابسته است؛ ارزشی که می تواند کالکو را به برندی مرجع در حوزه خدمات رفاهی - مالی سازمانی در کشور تبدیل کند».

استراتژی ارتباطی کالکو؛ صدای احترام به سرمایه انسانی

عمر آران، مدیر روابط عمومی شرکت پیشگامان، معتقد است راهبرد ارتباطی کالکو فراتر از یک کمپین اطلاع رسانی ساده است و در واقع نوعی روایت سازی انسانی از دغدغه های مالی و رفاهی کارکنان به شمار می رود.

او توضیح می دهد: «جوهر پیام کالکو نه در تبلیغ یک خدمت مالی، بلکه در بازتاب حس دیده شدن، ارزشمندی و قدردانی از نقش سرمایه انسانی در ارزش آفرینی سازمان نهفته است».

بر اساس این رویکرد، ارتباطات کالکو به صورت تفکیک شده برای دو گروه اصلی - کارکنان شاغل و بازنشستگان - طراحی شده اند. برای کارکنان، لحن پیام ها مدرن، توانمندساز و

شعار اصلی کالکو، یعنی «تو خرید کن، کالکو حساب می‌کند» نیز به‌عنوان عبارتی کاربردی، ساده و در عین حال اثرگذار، ضمن بیان عملکرد فنی سامانه، پیوندی احساسی و صمیمی میان برند و کاربر برقرار می‌سازد.

مبتنی بر استقلال مالی و حذف روش‌های سنتی مانند ضامن است؛ در حالی که برای بازنشستگان، لحنی صمیمی، آرام‌بخش و مبتنی بر حس امنیت و تعلق در نظر گرفته شده است.

آران تأکید می‌کند: «در گفتمان برند کالکو، بن رفاهی بلاعوض نه یک هدیه، بلکه سهم طبیعی کارکنان از ارزش خلق‌شده در سازمان است. همچنین، امکان خرید اقساطی، برند را از یک ابزار رفاهی به یک همراه مالی قابل اعتماد ارتقا می‌دهد».

او به کمپین‌هایی نظیر «اولین خرید با کالکو» و روایت تجربه‌های واقعی کاربران در شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند که اعتماد کارکنان را تقویت کرده و هویت کالکو را به‌عنوان پلتفرمی شفاف، صادق و همراه تثبیت نموده است. وی در پایان یادآور می‌شود که تمامی عناصر هویت بصری کالکو - از رنگ‌ها و تایپوگرافی تا نحوه ارائه محتوا - با رویکردی انسان‌محور و مبتنی بر ویژگی‌های روان‌شناختی جامعه هدف طراحی شده‌اند. مفاهیمی همچون سادگی، امنیت، دسترسی آسان و حس مالکیت شخصی، اصول بنیادین این طراحی هستند.



حرکت روی ریل تحول؛

بازگشت سپهر به مسیر رقابت با سرمایه‌گذاری و تمرکز بر فناوری‌های نوظهور



مناسبی برای هم‌افزایی، تبادل تجربه و بررسی زمینه‌های همکاری مشترک فراهم کرد. علاوه بر آن، امکان دریافت بازخوردهای میدانی از کاربران نهایی و تحلیل روندهای بازار نیز فراهم شد تا برنامه‌ریزی‌های آینده با دقت و اثربخشی بیشتری دنبال شود.

رویکرد هلدینگ صاد در این نمایشگاه، تمرکز بر نمایش واقعی ظرفیت‌ها و دستاوردها بود؛ از محصولاتی که در لایه‌های فنی و زیرساختی توسعه یافته‌اند تا راهکارهایی که به‌صورت مستقیم با تجربه کاربران نهایی ارتباط دارند.

رشدی خیره‌کننده در تعداد کاربران محصولات دیجیتال این مجموعه همراه شده و نویدبخش آینده‌ای پرشتاب‌تر در زیست‌بوم فناوری‌های مالی بانک صادرات ایران است. شما را به مطالعه این گفت‌وگو دعوت می‌کنیم؛ روایتی تحلیلی از نگاه راهبردی هلدینگ صاد به تحول دیجیتال در صنعت بانکداری کشور.

آغاز فصل جدیدی از روند حرکتی صاد به‌عنوان بازیگر اثرگذار در حوزه تحول دیجیتال

حضور مستقل هلدینگ صاد در هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران، بر اساس برنامه‌ریزی مشخص و با هدف تقویت جایگاه این هلدینگ در زیست‌بوم فناوری‌های مالی کشور صورت گرفت. این تصمیم در امتداد اهداف کلان هلدینگ برای پیشبرد راهبرد دیجیتال‌سازی فرآیندهای بانکی اتخاذ شد و فرصتی را فراهم آورد تا مجموعه‌ای از محصولات، خدمات و راهکارهای نوآورانه شرکت‌های تابعه در بستری متمرکز و حرفه‌ای به فعالان صنعت معرفی شود.

ساختار مستقل غرفه هلدینگ صاد، به شرکت‌های زیرمجموعه این امکان را داد تا بدون واسطه با مخاطبان تخصصی از جمله کسب‌وکارهای حوزه فین‌تک، بانک‌ها، فعالان بخش خصوصی و مدیران صنعت مالی ارتباط بگیرند و توانمندی‌های فنی و تجاری خود را به‌صورت مستقیم معرفی کنند.

این تعامل مستقیم با زیست‌بوم فین‌تک کشور، فرصت

دکتر محمدرضا گندمی، عضو هیئت‌مدیره شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، با اشاره به رشد چشمگیر تعداد کاربران پاسینو، تاکید کرد که سپهر با توسعه محصولاتی نظیر «وامی‌پی» و تمرکز بر فناوری‌های نوظهور همچون هوش مصنوعی، مسیر جدیدی را برای تثبیت موقعیت خود در زیست‌بوم بانکداری هوشمند آغاز کرده است.

به گزارش پایگاه خبری نُت صاد، هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران، نقطه عطفی برای هلدینگ فناوری و نوآوری صاد بود؛ حضوری مستقل، پررنگ و هدفمند که در نخستین تجربه نمایشگاهی خود، نه‌فقط به معرفی دستاوردهای فناورانه هلدینگ و شرکت‌های تابعه‌اش پرداخت، بلکه تصویری روشن از مسیر پیش‌روی بانک صادرات ایران در گذار به بانکداری دیجیتال ترسیم کرد.

در حاشیه این رویداد تخصصی، با دکتر محمدرضا گندمی، عضو هیئت‌مدیره شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، درباره اهداف این حضور، چالش‌ها و چشم‌انداز شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، و نیز مسیر شکل‌گیری اکوسیستم بانکداری هوشمند در صاد به گفت‌وگو نشستیم. دکتر گندمی از تحول ساختاری در شرکت‌های زیرمجموعه صاد، برنامه توسعه محصولات و حرکت جدی به سمت خلق مزیت رقابتی پایدار سخن گفت؛ مسیری که حالا با

نوبین در حال بازتعریف جایگاه خود در منظومه بانکداری دیجیتال بانک صادرات است. تیم مدیریتی جدید، با بازنگری در اهداف و ساختار محصول، سعی کرده است زیرساختی برای شکل‌گیری یک اکوسیستم خدمات مالی فراهم کند که پاسخ‌گوی نیازهای متنوع کاربران باشد و در عین حال، بتواند مزیت رقابتی پایداری نسبت به نمونه‌های مشابه در بازار ارائه دهد.

در همین راستا یکی از گام‌های مهم دیگری که سپهر در راستای ارتقای جایگاه خود و افزایش دامن‌های مخاطبان مد نظر قرار داده، توسعه محصول «وامی‌پی» بوده است؛ سرویسی که با هدف تسهیل پرداخت اقساط و ارائه وام‌های خرد دیجیتال طراحی شده و قرار است به‌عنوان یکی از ستون‌های اصلی این اکوسیستم عمل کند. طراحی تجربه کاربری ساده، فرآیندهای اعتبارسنجی بهینه، و اتصال مؤثر به سایر بسترهای پرداختی، از جمله ویژگی‌هایی است که برای تمایز این خدمت در نظر گرفته شده است.

در کنار این موضوع، تیم توسعه محصول تمرکز ویژه‌ای بر ارائه پشتیبانی هفت روز هفته و بیست‌و‌چهار ساعته داشته است. این اقدام نه تنها اعتماد کاربر را تقویت می‌کند، بلکه در عمل، کیفیت تجربه استفاده از خدمات مالی را ارتقا می‌دهد. اگر خودم هم در جایگاه یک کاربر قرار بگیرم، انتظار دارم در هر لحظه، پاسخگوی مطمئنی برای حل چالش‌های احتمالی‌ام وجود داشته باشد؛ به همین دلیل، پشتیبانی ۲۴*۷ به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی «پاسینو» طراحی شده است.

از سوی دیگر، توجه به زیرساخت‌های فنی سامانه نیز در دستور کار قرار دارد. رفع کامل باگ‌ها و اختلال‌ها، ارتقای سرعت پاسخ‌گویی و بهبود رابط کاربری به‌گونه‌ای که

سپهر که پیش‌تر به جایگاه دهم تنزل یافته بود، در کمتر از یک سال به رتبه ششم ارتقا پیدا کرده و مسیر رشد همچنان با قدرت ادامه دارد. تمرکز ویژه بر توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری و دیتا سنتری، ارتقای سطح کیفی خدمات HA Disaster Recovery، تقویت سیستم‌های امنیت اطلاعات و رفع مغایرت‌های شناسایی‌شده از سوی شاپرک، بخش‌هایی از برنامه جامع شرکت برای بازیابی موقعیت پیشین خود در صنعت پرداخت کشور است.

تلاش برای بازگرداندن اعتماد سازمانی و برندینگ تخصصی، هم‌راستا با اهداف کلان بانک صادرات ایران، به‌عنوان یکی از سه بانک بزرگ کشور، در دستور کار هیئت‌مدیره قرار دارد و این مسیر با تداوم بازسازی ساختارها و تقویت چابکی عملیاتی دنبال خواهد شد.

«پاسینو» در مسیر ساخت یک زیست‌بوم مالی هوشمند

یکی از چالش‌های اساسی در مسیر توسعه محصولات دیجیتال، محدود نمودن به ارائه خدمات پایه است. آنچه می‌تواند تمایز واقعی ایجاد کند، شکل‌دهی به اکوسیستمی یکپارچه و جذاب است که کاربران را نسبت به برند متعهد نگه دارد و آن‌ها را به استفاده مداوم از یک بستر ترغیب کند. تحقق بانکداری هوشمند تنها با مجموعه‌ای از ابزارهای مجزا ممکن نمی‌شود؛ بلکه به ساختاری نیاز دارد که تجربه‌ای پیوسته، هدفمند و ارزش‌آفرین را برای کاربر خلق کند؛ تجربه‌ای که بتواند حس تعلق، اعتماد و رضایت را در ذهن مخاطب پرورش دهد.

با همین نگاه، اپلیکیشن «پاسینو» که در گذشته کارکردی بسیار محدود و ساده داشت، امروز با رویکردی کاملاً

این حضور نه فقط به‌عنوان یک نمایش عمومی، بلکه به‌مثابه آغاز فصلی جدید در معرفی برند صاد در قامت یک بازیگر اثرگذار در حوزه تحول بانکداری دیجیتال قلمداد می‌شود

بازگرداندن اعتماد سازمانی و برندینگ تخصصی در دستور کار هیئت‌مدیره سپهر

شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت الکترونیک (PSP ها) از اجزای حیاتی زیست‌بوم بانکداری هوشمند در کشور به‌شمار می‌روند. جایگاه این شرکت‌ها به‌صورت دوره‌ای و دقیق توسط نهادهای ناظر، مثل شاپرک پایش و رتبه‌بندی می‌شود و شاخص‌هایی مانند تعداد و حجم تراکنش، گستره جغرافیایی خدمات و کیفیت زیرساخت‌های فنی، تعیین‌کننده موقعیت نهایی آن‌ها در صنعت مالی است.

شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، به‌عنوان بازوی فناورانه بانک صادرات ایران، در سال‌های ابتدایی فعالیت خود یکی از بازیگران برتر صنعت پرداخت محسوب می‌شد و توانسته بود جایگاهی شایسته هم‌تراز با اعتبار تاریخی بانک مادر برای خود رقم بزند. با این حال، در سال‌های اخیر و تحت تأثیر برخی چالش‌های ساختاری و تحولات مدیریتی، روند رشد این شرکت با کندی مواجه شد و موقعیت آن در رتبه‌بندی‌های رسمی صنعت مالی نیز دستخوش افت شد بازنگری در ساختارها و رفع تدریجی موانع موجود، با آغاز دوره مدیریت جدید از سال گذشته، در دستور کار قرار گرفت. اصلاحات بنیادینی در لایه‌های زیرساختی و مدیریتی آغاز شد؛ از بازطراحی ساختارهای عملیاتی تا جذب نیروهای متخصص در حوزه‌های کلیدی نظیر امنیت، توسعه سامانه‌ها و پایداری سرویس.

بر اساس آخرین ارزیابی‌ها، رتبه شرکت پرداخت الکترونیک

می‌شود. هدف این است که تجربه‌ای پایدار، ایمن و روان برای کاربران فراهم شود؛ تجربه‌ای که نه فقط مانع ریزش کاربران باشد، بلکه زمینه جذب مخاطبان جدید را نیز فراهم کند. به نظر می‌رسد با استمرار این رویکرد، پاسینو بتواند ظرف یک سال آینده به یکی از بازیگران تأثیرگذار در عرصه بانکداری دیجیتال کشور تبدیل شود.

برنامه‌ریزی‌های گسترده‌ای در حوزه بازاریابی و تبلیغات انجام شده تا علاوه بر افزایش ضریب نفوذ اپلیکیشن در میان کاربران، برند پاسینو نیز در ذهن مخاطبان تثبیت شود. حضور مؤثر در نمایشگاه‌ها و رویدادهای تخصصی، فعال‌سازی کمپین‌های ارتباطی چندلایه و تعامل مستقیم با مشتریان از جمله راهکارهایی است که در این مسیر مورد توجه قرار گرفته است.

هم‌زمان با این تحرکات در بخش بازار، تقویت زیرساخت‌های فنی و تجهیز تیم توسعه محصول نیز با جدیت دنبال

استفاده از نرم‌افزار را برای کاربر لذت‌بخش و روان کند، از جمله الزامات فنی مورد تأکید تیم توسعه است. همچنین، یک تیم مستقل در حوزه بازاریابی و توسعه کسب‌وکار مأموریت یافته است تا به‌صورت مستمر، روند فعالیت و نقاط قوت و ضعف اپلیکیشن‌های رقیب را پایش کرده و نیازهای نوظهور بازار را شناسایی کند.

اما شاید مهم‌ترین برنامه آتی، ورود هدفمند به عرصه هوش مصنوعی باشد. با درک ضرورت تغییرات بنیادین در سبک ارائه خدمات مالی، شرکت پرداخت الکترونیک سپهر برنامه‌ریزی کرده است که از ظرفیت‌های هوش مصنوعی برای تحلیل رفتار کاربران، شخصی‌سازی سرویس‌ها، و بهینه‌سازی فرآیندها استفاده کند. این حرکت، می‌تواند به‌عنوان یکی از پایه‌های اصلی خلق یک اکوسیستم دیجیتال هوشمند و رقابت‌پذیر عمل کند.

چشم‌اندازی رسیدن به بیش از دو میلیون کاربر در بازه‌ای کمتر از یک سال

رشد چشمگیر تعداد کاربران پاسینو طی ماه‌های گذشته، به‌ویژه ثبت جهشی ۳۰۰ درصدی در این حوزه، نشانه‌ای روشن از اعتماد رو به رشد کاربران به خدمات دیجیتال بانک صادرات است. این موفقیت نه تنها حاصل بهبود عملکرد فنی و کارکردی اپلیکیشن بوده، بلکه نشان می‌دهد که مسیر توسعه، دقیق و هدفمند ترسیم شده است. چشم‌اندازی که برای آینده این محصول در نظر گرفته شده، رسیدن به بیش از دو میلیون کاربر در بازه‌ای کمتر از یک سال است؛ هدفی که دستیابی به آن، مستلزم اجرای دقیق مجموعه‌ای از اقدامات هماهنگ در سطوح فنی، تبلیغاتی و بازاریابی خواهد بود. در این راستا،



تفاهم‌نامه پوشاک زانوس و پیشگامان صاد

اتصال صنعت مد به شبکه اعتباری بانک صادرات

شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد که متولی کالکو، BNPL بانک صادرات ایران است، به خوبی از فرصت هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت مالی برای توسعه سامانه‌ی خرید اعتباری خود بهره گرفت. این تلاش، همچنین فرصت‌های خوبی را نیز برای صنایع مختلف از جمله صنعت مد و پوشاک برای توسعه‌ی بازار خود فراهم می‌آورد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، در بزنگاه پیوند میان فناوری‌های مالی و صنعت خرده‌فروشی، همکاری‌های جدید میان تولیدکنندگان داخلی و نهادهای مالی، افق‌های تازه‌ای را پیش‌روی اقتصاد دیجیتال کشور می‌گشاید. هفدهمین نمایشگاه صنعت مالی تهران فرصتی شد برای تحقق یکی از این همکاری‌ها: امضای تفاهم‌نامه‌ای میان شرکت ایران‌دوخت تندیس ایرانیان با برند تجاری زانوس و شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد، به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های هلدینگ فناوری و نوآوری صاد. این همکاری، اتصال یکی از برندهای فعال پوشاک رسمی کشور به پلتفرم کالکو، زیرساخت اعتباری بانک صادرات ایران را ممکن ساخت و از گامی جدید در مسیر تحول فروش و تسهیل خرید برای مشتریان خبر داد. به همین واسطه گفت‌وگویی داشتیم با مهندس قربانی نماینده

شرکت پوشاک زانوس تا ابعاد این تفاهم‌نامه را با یکدیگر مرور کنیم و دریابیم که چنین تفاهماتی که سودی برای صنایع و البته بانک‌ها و موسسات مالی دارد.

نقطه تلاقی صنعت و فین‌تک؛ فروش اعتباری در صنعت پوشاک

شرکت ایران‌دوخت تندیس ایرانیان با برند تجاری زانوس، یکی از فعالان خوش‌نام صنعت پوشاک رسمی در کشور به‌شمار می‌رود. مجموعه‌ای صنعتی با بیش از ۱۵۰ پرسنل که به‌صورت روزانه حدود ۲۵۰ دست‌کت‌وشلوار با کیفیت بالا تولید می‌کند. زانوس علاوه بر چهار شعبه فعال در تهران و کرج، شبکه نمایندگی در سایر شهرها و یک فروشگاه اینترنتی نیز در اختیار دارد که فروش آنلاین را به‌صورت حرفه‌ای توسعه داده است.

امضای تفاهم‌نامه با شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد، نقطه عطفی در مسیر رشد و تحول فروش این برند به‌شمار می‌رود. این همکاری که در حاشیه نمایشگاه بانک، بورس و بیمه نهایی شد، حاصل گفت‌وگوهایی است که طی یک سال اخیر و از همان نمایشگاه قبلی آغاز شده بود. مشارکت در این تفاهم، زانوس را به یکی از استفاده‌کنندگان رسمی از خدمات اعتباری پلتفرم کالکو، زیرمجموعه بانک صادرات ایران تبدیل می‌کند.





تکنولوژی مالی، نقطه جهش برای تولیدکنندگان داخلی

فروش اعتباری، به‌ویژه در قالب پلتفرم‌های مدرن فین‌تک، یکی از تحول‌سازترین ابزارهایی است که طی سال‌های اخیر در اختیار تولیدکنندگان قرار گرفته است. تجربه زانوس در همکاری با برخی پلتفرم‌های دیجیتال طی سه چهار سال اخیر دارای اثرات مثبتی بود که باعث شد بهره‌گیری از این بسترها، رشد فروش، افزایش سهم بازار و تنوع در نوع مشتریان را به همراه داشته باشد.

در این مسیر، آشنایی با تیم فنی بانک صادرات در دو سه سال اخیر، نقطه عطفی در نگاه مدیریتی این برند به فناوری بوده است. تخصص، تلاش و رویکرد حرفه‌ای تیم‌های فنی بانک صادرات و شرکت‌های زیرمجموعه آن و آنچه در این مدت مشاهده شده، فراتر از انتظارات معمول از یک مجموعه بانکی بوده است. این ترکیب از تجربه سازمانی و توان فنی، می‌تواند بستر مناسبی برای موفقیت همکاری مشترک فراهم کند.

در نگاه ما، پیوند با مجموعه‌ای مانند بانک صادرات، که دارای زیرساخت گسترده، نیروی فنی متخصص و تجربه‌ای دیرینه در نظام بانکی کشور است، می‌تواند این مسیر را با اطمینان بیشتری پیش برد. حضور پلتفرم کالکو در ساختار رسمی بانک، باعث افزایش اعتماد مشتریان و تسهیل فرآیندهای خرید خواهد شد.

اعتماد متقابل؛ پشتوانه‌ای برای شکل‌گیری مشارکت‌های پایدار

اعتماد به بانک صادرات نه از سر الزام، بلکه با تکیه بر

نظر ما، آینده صنعت پوشاک در ایران، وابسته به این است که چگونه از فناوری برای تسهیل خرید، توسعه کانال‌های فروش و ارتباط مؤثر با مشتری بهره گرفته شود، در واقع همکاری با بانک صادرات، پاسخ مشخصی به همین دغدغه است.

همین تجربه همکاری و شناخت از ظرفیت‌های فنی آن صورت گرفته است؛ ظرفیتی که در کنار سابقه، گستره بازار و زیرساخت‌های دیجیتال بانک، می‌تواند موقعیت منحصربه‌فردی برای ارائه خدمات اعتباری به مشتریان زانوس ایجاد کند. این همکاری یک تجربه موقت نخواهد بود، بلکه بخشی از یک استراتژی بلندمدت زانوس است که می‌تواند مزیت رقابتی جدیدی برای ما ایجاد کند. از



بانکداری باز به گفته احمد پیشگاه‌زاده: گذار از انحصار به اکوسیستم مالی یکپارچه در ایران

طلوع عصر جدید در بانکداری ایران
صنعت مالی ایران در آستانه یکی از ژرف‌ترین تحولات تاریخ خود قرار دارد، چراکه بانکداری‌باز (Open Banking) اکنون برای ما دیگر نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. رویکردی که در عصر دیجیتال هم قواعد بازی و هم شرایط بقا در نظام بانکی را تغییر داده است. این پارادایم جدید با محوریت اشتراک‌گذاری امن داده‌ها از طریق API‌های استاندارد، مرزهای سنتی بین بانک‌ها، فین‌تک‌ها و مشتریان را از نو تعریف می‌کند.

اما سؤال کلیدی این است: آیا ایران می‌تواند این تحول را بدل به فرصتی برای یک جهش مالی بزرگ کند؟ در پاسخ به این سوال که چرا به باور ما بانکداری‌باز برای ایران حیاتی است؟ نخست باید به سه واقعیت در این پارادایم

منجر شود. و مسئله سوم ضرورت برقراری عدالت در حوزه مالی است. با فراهم شدن امکان دسترسی استارت‌آپ‌ها به داده‌های بانکی، خدمات مالی به روستاها و مناطق محروم نیز گسترش می‌یابد. نمونه موفق آن پلتفرم‌های وام دهی خرد در هند است که نرخ شمول مالی را ۳۵٪ افزایش داد اما تجارب جهانی نیز برای ما در ایران حامل درس‌های مهمی است. سنگاپور توانسته است به کمک یک پلتفرم (SGFinance) ۹۵٪ خدمات بانکی را در یک اکوسیستم یکپارچه ادغام کند. کره جنوبی بانک‌های خود را ملزم کرده است تا در دو سال اول تاسیس هر استارت‌آپ به آن API‌های رایگان ارائه کنند. کنیا در قالب پروژه بانکداری‌باز خود موسوم به M-Pesa موجب توسعه چشم‌گیر پرداخت‌های

اشاره کنیم که دستاوردهای بسیار مهم و تاثیراتی بس ژرف داشته‌اند. اولین واقعیت برمی‌گردد به رشد انفجاری فینتک‌ها. بر اساس پژوهش‌های جهانی، بازار بانکداری‌باز تا ۲۰۲۷ سالانه ۲۴/۴٪ رشد خواهد داشت. در کشور ما نیز استارت‌آپ‌هایی مانند فینوتک، فرابوم، سنباد، آرک و کبالت با استفاده از API‌های بانکی، خدمات نوینی مانند پلتفرم‌های جمع‌سپاری مالی یا مدیریت یکپارچه حساب‌های چندبانکی را توسعه داده‌اند. موضوع دوم لزوم کاهش هزینه‌های نظام بانکی است. تجربه برزیل نشان داد که بانکداری باز می‌تواند هزینه‌های پرداخت را تا ۲۵٪ کاهش دهد. در ایران که هزینه تراکنش‌های بین بانکی یکی از چالش‌های اصلی است، این مدل می‌تواند به صرفه‌جویی سالانه هزاران میلیارد تومانی

بالای موبایل و اکوسیستم فینتک پویا، می‌تواند به یکی از قطب‌های منطقه در این حوزه تبدیل شود. اما زمان محدود است. اگر ظرف ۲ سال آینده اقدامات کلیدی (به ویژه در حوزه تنظیم‌گری) انجام نشود، خطر حاشیه‌نشینی در نظم مالی جدید جهان جدی است. آیا بانک‌های ایرانی حاضرند از «انحصار داده» به «ارزش آفرینی مشترک» کوچ کنند؟ پاسخ این سؤال، آینده مالی ایران را شکل خواهد داد.

مدل «sandbox تنظیمی» انگلیس، محیطی امن برای آزمایش خدمات مبتنی بر بانکداری باز فراهم کند.

ج) آموزش نیروی انسانی، راه‌اندازی دوره‌های تخصصی Open Banking در دانشگاه‌هایی مانند شریف با محوریت امنیت سایبری و تحلیل داده.

د) طرح‌های تشویقی، معافیت مالیاتی برای بانک‌هایی که بیش از ۵۰٪ API‌های خود را در اختیار فینتک‌ها قرار می‌دهند.

پنجره فرصت در حال بسته شدن است
بانکداری باز تنها یک فناوری نیست، بلکه بازتعریف فلسفه خدمات مالی است. ایران با دارا بودن جمعیت جوان، نفوذ

خرد در این کشور شده است. نکته مهم در اینجا آن است که باید توجه داشته باشیم که موفقیت این کشورها مرهون همگرایی سه جانبه دولت (تنظیم‌گری)، بانک‌ها (اجرا) و استارت‌آپ‌ها (نوآوری) بوده است.

برای تحقق بانکداری باز در ایران باید نیم نگاهی نیز به چالش‌های بومی داشت که خود طیفی وسیع را شامل می‌شوند، از مقوله زیرساخت گرفته تا مباحث فرهنگی. در این میان فقدان چارچوب‌های شفاف مانند استاندارد PSD۲ در اروپا، می‌تواند منجر به بی‌اعتمادی بازیگران شود. پیشنهاد می‌شود در این خصوص سند راهبردی بانکداری باز توسط بانک مرکزی ایران و با همکاری بخش خصوصی تدوین شود. حوزه امنیت داده‌ها نیز از دیگر دغدغه‌های اساسی است و با توجه به حساسیت اطلاعات مالی در ایران، توسعه راهکارهای احراز هویت چندعامله (MFA) که مبتنی بر استانداردهای ملی باشد امری ضروری است. همچنین باید بر مقاومت‌های سنتی برخی بانک‌های در تن دادن به تحول فائق آمد. برخی نهادهای مالی داده‌ها را امری انحصاری و یک دارایی خصوصی می‌بینند. این نگرش با اجرای طرح‌های پایلوت موفق (نظیر همکاری بانک ملی ایران با یک استارت‌آپ پرداخت) قابل تغییر است.

در این راستا می‌توان به برخی راهکارهای عملیاتی که ترسیم نقشه راه بانکداری باز در ایران را در پی خواهد داشت اشاره کرد.

الف) تشکیل کنسرسیوم فینتک‌های ایرانی، ایجاد ائتلافی از استارت‌آپ‌های مالی برای تدوین استانداردهای مشترک API با حمایت شتاب‌دهنده‌هایی مانند آواتک.

ب) رگولاتوری هوشمند، بانک مرکزی می‌تواند با الهام از



کوتاهی بانک‌ها در برآورده‌سازی انتظار مشتریان از تجربه واقعی تجارت الکترونیک

شکاف تجربه دیجیتال بین فین‌تک‌ها و موسسات مالی سنتی در حال گسترش است. در همین حال، بانک‌های بزرگ با استانداردهای جدید برای خدمات بی‌درنگ، فشار را بیشتر می‌کنند. محدودیت‌های نظارتی و سیستم‌های قدیمی اغلب به عنوان موانع ذکر می‌شوند، اما چالش واقعی اغلب اینرسی (تعلم) و عدم تمایل سازمانی به پذیرش ریسک است.

به نظر می‌رسد این یک پیش‌نیاز اساسی است. مشتریان باید بتوانند وبسایت بانک خود را با همان سهولت و شخصی‌سازی که در آمازون، دوردش یا اکسپدیا تجربه می‌کنند، مرور کنند: ناوبری بصری، توصیه‌های هوشمند، دسترسی فوری به محصولات مرتبط، تسویه حساب بی‌درنگ و تأیید تراکنش. اما برای بسیاری از موسسات

مالی، این چشم‌انداز هنوز دور از دسترس به نظر می‌رسد، در حالی که در بسیاری از بخش‌های دیگر بازار رایج است. بیشتر ناظران صنعت خرده‌فروشی، به ویژه آنهایی که با موسسات مالی کوچک و متوسط آشنایی ندارند، احتمالاً از اینکه بسیاری از بانک‌ها و تعاونی‌های اعتباری هنوز چنین رویکردی را اتخاذ نکرده‌اند، شگفت‌زده خواهند شد. برخی دیگر ممکن است دلایل خود موسسات مالی برای عدم اقدام را بپذیرند: امنیت داده‌ها، محدودیت‌های نظارتی، و فناوری‌های قدیمی و ریشه‌دار.

اما در بازاری که انتظارات دیجیتال توسط بهترین‌های تجارت الکترونیک شکل می‌گیرد، بانک‌ها و تعاونی‌های اعتباری که بتوانند این نوع تجربه را ارائه دهند، ممکن است به دستاوردهای چشمگیری در تعامل با مشتری و کارایی پشت‌صحنه دست یابند که مجموعاً رشد را در مقیاس وسیع ممکن می‌سازد. مهم‌تر از آن، توانایی بیشتری برای رقابت با بانک‌های بزرگ و فین‌تک‌ها پیدا خواهند کرد که همچنان در حال کاهش پایگاه مشتریان آن‌ها هستند. موسسات مالی که این استدلال را قانع‌کننده می‌یابند و می‌خواهند تجربه تجارت الکترونیک را دوباره بررسی کنند، می‌توانند با یک ارزیابی صادقانه از وضعیت فعلی خود شروع کنند.



گام اول: اطراف خود را نگاه کنید

موسسات مالی باید با در نظر گرفتن هدف نهایی شروع کنند و از خود بپرسند: دقیقاً می‌خواهیم به چه چیزی دست یابیم؟ برای بسیاری، پاسخ ممکن است روابط عمیق‌تر با مشتری، ورود سریع‌تر مشتریان جدید، یا فروش متقاطع کارآمدتر باشد. ممکن است کنترل بهتری بر ترازنامه شما باشد تا بتوانید ترکیب محصول و درآمد را در محیط نرخ بهره‌ای که پیش‌بینی آن دشوارتر است، به طور موثرتری تنظیم کنید. شاید هم گسترش دامنه دسترسی شما در میان مصرف‌کنندگان نسل‌های جوان‌تر باشد.

دیدگاه شما در مورد اهدافی از این دست باید توسط درک واقع‌بینانه‌ای از فضای رقابتی و انتظارات در حال تغییر بازار شکل گیرد.

پاتل بنیان‌گذار و مدیرعامل ATTUNE، پلتفرمی که به موسسات مالی در بهینه‌سازی فرآیندهای ورود مشتری، وام‌دهی و فروش متقاطع کمک می‌کند، می‌گوید: "صنایع دیگر به سرعت در حال تغییر بوده‌اند تا با رقابت و پیشرفت‌های تکنولوژی همگام شوند، اما بانکداری به سادگی از این قافله عقب مانده است."

در همین حال، بانک‌های بزرگ و همچنین فین‌تک‌ها در حال تعیین معیارهای جدیدی برای تجربه دیجیتال هستند: اپلیکیشن جی‌پی مورگان چیس (Chase) اکنون پیشنهادات محصول از پیش تأیید شده را با قابلیت پذیرش با یک کلیک ارائه می‌دهد، در حالی که SoFi به کاربران اجازه می‌دهد همه چیز، از پس‌انداز تا وام دانشجویی را از طریق یک رابط کاربری واحد و یکپارچه مدیریت کنند. در این میان، انتظارات مصرف‌کنندگان، به ویژه در میان گروه‌های جوان‌تر در حال تحول است. یک گزارش جدید

از Capgemini نشان می‌دهد که ۷۴ درصد از مشتریان نسل Z و هزاره انتظار توصیه‌های محصول شخصی‌سازی شده از موسسه مالی خود را دارند، اما تنها ۲۶ درصد احساس می‌کنند که در حال حاضر این توصیه‌ها را دریافت می‌کنند.

گام دوم: فرآیند پشتیبانی (Back-End) فعلی خود را ترسیم کنید

برای ارائه یک تجربه یکپارچه از سوی مشتری (front-end)، بانک‌ها ابتدا باید با پیچیدگی‌های بخش پشتیبانی (back office) خود کنار بیایند. اکثر موسسات لایه‌هایی از برنامه‌های کاربردی تخصصی را در اطراف سیستم اصلی خود انباشته کرده‌اند که هر کدام به مرور زمان برای رفع یک شکاف محصول خاص، نیاز به رعایت مقررات یا نیاز به خدمات اضافه شده‌اند. در طول سال‌ها، این امر منجر به گردش کار تکه‌تکه و بار فزاینده‌ای از وظایف دستی، تأییدها و بررسی‌های متقابل شده است.

پاتل می‌گوید: "بانک‌ها دوست دارند موضوع محدودیت‌های نظارتی را مطرح کنند، اما در بسیاری از موارد، آنها به سادگی در مورد تغییر فرآیند ریسک‌گریز هستند. آنها درک می‌کنند که باید فناوری‌های جدید را بپذیرند، اما پیامدهای واقعی تمام فرآیندهای پشتیبانی را درک نمی‌کنند."

برای مثال، بانکی را در نظر بگیرید که از سیستم‌های جداگانه برای تأیید مجوزهای کسب و کار، بازیابی سوابق قانونی و تأیید اسناد حساب استفاده می‌کند. هر کدام از این سیستم‌ها نیاز به زمان کارکنان و انتقال‌های سیستمی دارند که ورود مشتری را به تأخیر می‌اندازد و هزینه خدمات

را افزایش می‌دهد. با ترسیم این فرآیندها به صورت پایان به پایان (end to end)، موسسات می‌توانند نقاط اصطکاک را شناسایی کرده، کشیدگی عملیاتی خود را کمی‌سازی کرده و آینده‌ی بهترین را تصور کنند؛ آینده‌ای با تعداد کمتر برنامه‌های کاربردی جداگانه، جریان‌های داده‌ای ساده‌تر و اتکالی کمتر به مداخله دستی برای فروش آنچه مشتری برای خرید آن آمده است.

گام سوم: تجربه فعلی مشتری خود را ترسیم کنید

همان‌طور که درک چشم‌انداز فرآیندهای داخلی ضروری است، بانک‌ها باید به دقت بررسی کنند که چه انتظاراتی از مشتریان خود دارند. بانک‌ها باید مسیر مشتریان را از صفحه فرود تا تأیید تراکنش ردیابی کنند. این به معنای بررسی هر نقطه تماس، دیجیتال و انسانی، و شناسایی نقاطی است که در آن‌ها اصطکاک ایجاد می‌شود و کارها مختل می‌شوند. مواردی مانند توضیحات مبهم محصول، الزامات تکراری ورود اطلاعات، پیام‌رسانی ناسازگار در کانال‌های مختلف، یا زمان‌های انتظار طولانی برای تأیید یا تصویب را در نظر بگیرید.

مشتری علاقه‌مند به افتتاح حساب پس‌انداز با بازده بالا ممکن است مجبور شود چندین صفحه را کلیک کند، همان اطلاعات را دو بار وارد کند، یا روزها منتظر فعال‌سازی حساب بماند. این لحظات روی هم جمع می‌شوند و اعتماد را از بین می‌برند و مشتریان بالقوه را به سمت موسساتی سوق می‌دهند که مسیرهای سریع‌تر و شفاف‌تری را ارائه می‌دهند.

پاتل بانکی را توصیف می‌کند که فرآیند افتتاح حساب تجاری آن شامل ایمیل کردن یک فرم PDF بود که سپس تا دو هفته طول می‌کشید تا بررسی و نهایی شود.

یک مشتری با ۱۰۰,۰۰۰ دلار آماده برای سپرده‌گذاری و سپرده‌های مکرر، در چنین بانکی تجربه‌ای نزدیک به سال ۱۹۹۵ را دریافت می‌کند تا سال ۲۰۲۵. تأخیرهایی از این دست فقط مشتری را آزار نمی‌دهد؛ بلکه نشان می‌دهد که موسسه ممکن است برای برآوردن نیازهای آن‌ها مجهز نباشد.

با ترسیم دقیق تجربه مشتری، بانک‌ها می‌توانند فرصت‌هایی را برای ساده‌سازی، شفاف‌سازی و تسریع کشف کنند، از کشف محصول تا ورود مشتری پس از فروش. و با هر بهبود، آن‌ها به ارائه تجربه‌ای دیجیتال نزدیک‌تر می‌شوند که وفاداری و اعتماد را به ارمغان می‌آورد، نه فقط تراکنش‌ها را

از پول داغ تا سپرده‌های اصلی چگونه خدمت‌رسانی به پس‌اندازکنندگان می‌تواند گواهی سپرده (CD) را تقویت کند

همه مشتریان گواهی سپرده (CD) فقط به دنبال بالاترین نرخ‌ها نیستند. بسیاری از آن‌ها با اهداف مشخصی پس‌انداز می‌کنند. بنابراین موسسات مالی با ارائه گزینه‌های گواهی سپرده سفارشی‌تر و خدمات بهتر، می‌توانند پس‌اندازکنندگان را به سپرده‌گذاران وفادار و بلندمدت تبدیل کنند، به‌جای اینکه فرض کنند تمام سرمایه‌ی آن‌ها "پول داغ" و سریع‌الانتقال است.

نویسنده: مری گریس روسکه

رئیس بازاریابی و ارتباطات در CD Valet

بسیاری از مدیران صنعت بانکداری بر این باورند که گواهی سپرده (CD) همان "پول داغ" است، پولی که با هدف دستیابی به سود در کوتاه مدت سرمایه‌گذاری و به راحتی از محلی به محل دیگر جابجا می‌شود. دلیل خوبی هم دارند: گواهی‌های سپرده معمولاً بالاترین نرخ‌های سود را ارائه می‌کنند و معمولاً سپرده‌گذاران گواهی سپرده را با هدف دسترسی به نرخ بالاتری از بهره انتخاب می‌کنند. اما آیا تمام کاربران گواهی سپرده فقط به دلیل نرخ بالای آن، گواهی سپرده را انتخاب می‌کنند؟

در واقع، نرخ سود ممکن است تنها دلیل انتخاب گواهی سپرده توسط کاربر نباشد. عوامل دیگری نیز وجود دارند، از جمله موقعیت مکانی، راحتی، ترجیح برای بانک یا اتحادیه اعتباری، در دسترس بودن افتتاح حساب دیجیتال، رتبه‌بندی سلامت مالی، و حتی سابقه سرمایه‌گذاری مجدد جامعه. اما به دلیل شایع بودن این تصور که همه چیز در مورد نرخ است، این باور در میان موسسات رایج شده که گواهی‌های سپرده، پول داغ هستند. اما شما می‌توانید از این باور رایج به عنوان یک فرصت برای ایجاد روابط جدید بهره بگیرید.

پس‌اندازکنندگان اهداف بسیار متفاوتی برای پول خود دارند. حتی همین الان، در میان صاحبان سپرده‌های راكد که در قالب حساب‌های پس‌انداز یا بازار پول در موسسه شما وجود دارد، سپرده‌گذارانی وجود دارند که در جاهای دیگری میز گواهی سپرده ایجاد کرده‌اند. پس آیا آن‌ها هم به دنبال نرخ بالاتر سود هستند یا به دنبال ایجاد یک منبع مالی راكد دیگر؟

یک پاسخ می‌تواند این باشد که سپرده‌گذاران هنگام انتخاب گواهی سپرده مانند خریداران نرخ رفتار می‌کنند. اما حتی در این صورت، سپرده‌گذار دلیلی برای مسدود کردن وجوه

خود در گواهی سپرده دارد: اکنون به آن نیاز ندارد. برخی از اهداف مالی - مانند پس‌انداز برای پیش‌پرداخت خانه، تولد یا تحصیل فرزند، یا خرید یک اتومبیل - همیشه به افراد اجازه نمی‌دهد که به دنبال بالاترین نرخ باشند، زیرا آن‌ها در زمان مشخصی به این وجوه نیاز دارند.

بله، سپرده‌گذاران بازدهی می‌خواهند، اما همیشه نیت آنها حداکثر کردن آن بازدهی نیست. پس، اگر به خوبی به اهداف آن‌ها خدمت کنید، موسسه شما می‌تواند در میان کاربران گواهی سپرده، سپرده‌گذاران اصلی را پیدا کند. در ادامه چگونگی این کار را توضیح می‌دهیم.

فرصت حاصل از باور رایج درباره‌ی پول داغ بانکداری

با توجه به سابقه اخیر نرخ بهره، آیا کسی می‌تواند پس‌اندازکنندگان خرد را به خاطر جستجوی نرخ‌ها سرزنش کند؟ برای دستیابی به بازدهی معنادار در حساب‌های بیمه‌شده FDIC یا NCUA، مقایسه اجباری خریدها صورت می‌گرفت. از همان رکود بزرگ، پس‌اندازکنندگان به دنبال امنیت، دوران سختی را پشت سر گذاشته‌اند و بسیاری از بانکداران در مورد این واقعیت اظهار نظر کردند. در همین راستا بود که فدرال رزرو در سال ۲۰۰۹ شروع به کاهش نرخ‌ها کرد.

در طول ۱۵ سال گذشته، مرسوم شد که نرخ‌ها در سطوح پایین تاریخی نوسان کنند و موسسات دارای پول نقد فراوان باشند. پس‌اندازکنندگان موسسات خود را برای بازده بالاتر گواهی سپرده تحت فشار قرار دادند، اما موسسات اغلب تقاضای کمی برای سپرده‌ها داشتند. دارندگان گواهی سپرده به طور مداوم در حال مذاکره بودند و این باعث اصطکاک

می‌شد. اغلب، موسسات نمی‌توانستند با پیشنهادات رقبا مطابقت داشته باشند و سپرده‌گذاران گواهی سپرده پول خود را برای کسب بازدهی بیشتر - حتی به مقدار کم - جابجا می‌کردند. بسیاری از سپرده‌گذاران و بانکداران به طور یکسان شروع به این باور کردند که دیگر در سپرده‌های مدت‌دار وفاداری وجود ندارد، زیرا برای مدت طولانی چنین چیزی وجود نداشته است.

اگرچه محیط نرخ بهره شکاف‌هایی را در وفاداری پس‌اندازکنندگان ایجاد کرد، اما آن را به طور دائمی از بین نبرد. در واقع، اصول اساسی خدمت‌رسانی به پس‌اندازکنندگان هنوز هم فرصت‌هایی برای روابط امروزی ارائه می‌دهد. حتی بیشتر از آن، اکنون که برخی موسسات گواهی‌های سپرده را پول داغ می‌دانند، فرصت برجسته شدن و دستیابی به هزینه کمتر وجوه در هنر تا حدودی فراموش شده‌ی خدمت‌رسانی به پس‌اندازکنندگان نهفته است.

تعریف فرصت

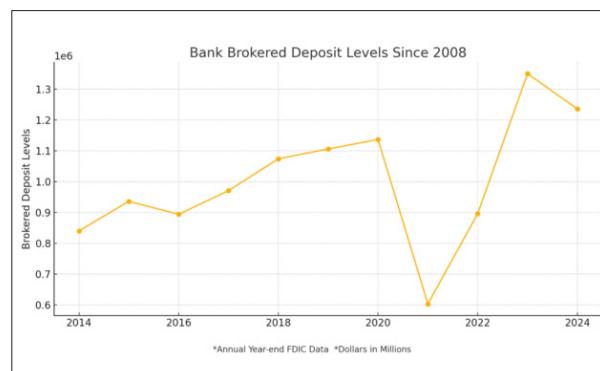
بانک‌ها نمی‌خواستند نرخ‌ها را به صورت محلی افزایش دهند و تمایل نداشتند که کتاب تأمین مالی خود را مجدداً قیمت‌گذاری کنند. برای تحقق همین دو هدف، از سپرده‌های واسطه‌ای بهره گرفتند که بسیار خوب عمل کردند. در داده‌های بانکی، می‌توانید محبوبیت فزاینده سپرده‌های واسطه‌ای را مشاهده کنید، با یک وقفه کوتاه ناشی از همه‌گیری کرونا. این محبوبیت از مدت‌ها قبل از اینکه فدرال رزرو برای مبارزه با تورم شروع به افزایش نرخ بهره کند، شروع شده است.

سپرده‌های واسطه‌ای در بانک‌ها در پایان سال ۲۰۲۳ به سطح تاریخی ۱.۳۵ تریلیون دلار رسید. صنعت اکنون ۱.۲۳

تریلیون دلار دارد؛ قبل از سال ۲۰۲۳، سطح سپرده‌های واسطه‌ای تنها یک بار (با نگاهی به مجموع پایان سال) در سال ۲۰۲۰ از ۱.۱ تریلیون دلار فراتر رفته بود.

چرا این یک فرصت است؟

۱.۲۳ تریلیون دلار سپرده واسطه‌ای در بانک‌ها در حال حاضر، سپرده‌های رابطه‌محور نیستند، و بخشی از آن سپرده‌های بدون رابطه دارای یک سررسید مشخص به شمار می‌روند. علاوه بر این، حدود ۸۷ درصد از ۲.۸ تریلیون دلار سپرده مدت‌دار بانک‌ها امسال سررسید شده و دوباره قیمت‌گذاری خواهند شد. چه از ۱.۲۳ تریلیون دلار سپرده واسطه‌ای باشد، به این معنی که موسسه اطلاعات شخصی قابل شناسایی این سپرده‌گذاران را نمی‌داند، یا تریلیون‌ها گواهی سپرده‌ای که سررسید خواهند شد، هر فرد در میان صاحبان آن تریلیون‌ها سپرده، یک پس‌اندازکننده بالقوه است که موسسه شما می‌تواند او را به دست آورد. جذب پس‌اندازکنندگان گواهی سپرده برای تبدیل شدن به سپرده‌گذاران اصلی، احتمالاً یک فرصت تریلیون دلاری است.



جذب پس‌اندازکنندگان با خدمت‌رسانی به اهداف آن‌ها

پس‌انداز کردن پول سخت است، به خصوص در محیطی که تورم سرسختانه بالا می‌ماند و آینده اقتصاد ایالات متحده نامشخص است. وقتی مردم برای پیش‌پرداخت خانه خود پس‌انداز می‌کنند، ممکن است احساس کنند که به آرامی به سمت آن هدف پیش می‌روند. یک موسسه مالی نمی‌تواند این مشکل را حل کند، اما می‌تواند با خدمات خوب و قدیمی آن را آسان‌تر کند. و برخی از سپرده‌گذاران گواهی سپرده، خدمات خوب را با حساسیت کمتر به نرخ پاداش خواهند داد؛ برخی حتی ممکن است موسسه شما را بهترین مکان برای سرمایه‌گذاری پس‌اندازی بلندمدت ببینند.

پس، چگونه یک بانک یا اتحادیه اعتباری می‌تواند این کار را انجام دهد؟

سپرده‌گذاری را در نظر بگیرید که می‌خواهد در زمان مشخصی از سال شروع به خرید خانه کند. یک گواهی سپرده ۱۲ ماهه ممکن است برای سرمایه‌گذاری پیش‌پرداخت او خیلی طولانی باشد و یک گواهی سپرده شش‌ماهه ممکن است به اندازه کافی سود ندهد. اما شاید یک گواهی سپرده هشت‌ماهه برای او واقعاً مناسب باشد و او را به سود مورد نظرش در هنگام خرید خانه برساند. با این حال، تعداد کمی از موسسات محلی ممکن است پیشنهادهای ویژه‌ای برای مدت مورد نیاز سپرده‌گذار هدفمند ارائه دهند.

اکثر موسسات نمی‌دانند که کدام سپرده‌گذاران برای هدفی مانند پیش‌پرداخت رهن پس‌انداز می‌کنند. با این حال، آن‌ها می‌توانند داده‌هایی در مورد مدت‌های مورد تقاضا در بازار خود به دست آورند و گواهی‌های سپرده‌ای با سررسیدهای مورد تقاضا ایجاد کنند. به این ترتیب، موسسات می‌توانند

آینده فدرال رزرو متفاوت است.

پس اندازکنندگان و بانکداران در یک قایق هستند زیرا با ریسک نرخ بهره مواجهند. اما بانکها و اتحادیه‌های اعتباری ریسک نرخ بهره را بهتر از هر کس دیگری می‌شناسند. با استفاده از داده‌ها و محصولات طراحی شده بر اساس آن داده‌ها، سازمان‌ها می‌توانند حجم لازم از وجوه را بدون تمرکز کامل بر ارائه بالاترین قیمت، جذب کنند.

استفاده از مدت‌های گواهی سپرده برای نشان دادن جدیت موسسه شما در خدمت‌رسانی به پس اندازکنندگان، می‌تواند وفاداری ایجاد کند که منجر به سپرده‌های اصلی می‌شود. و زمانی که گواهی‌های سپرده دیگر (همیشه) پول داغ نباشند، می‌توانند دوباره برای سپرده‌گذاران و موسسات بانکی جذاب شوند.

بازاریابی باید آن‌ها را به عنوان بخشی از مشتریان که هدف مالی خود را بیش از دریافت بالاترین نرخ مطلق، ارزش می‌نهند، جذب کنند. اینگونه است که هزینه وجوه موسسات از انتخاب بانکی با گزینه‌های خوب توسط سپرده‌گذاران، به جای تلاش برای انتقال به بانکی با بهترین نرخ‌ها، سود می‌برد.

دوباره جذاب کردن گواهی سپرده

حدود ۱۵ سال، نرخ بهره نزدیک به صفر، دارندگان گواهی سپرده را مجبور به جستجوی نرخ کرد و گواهی‌های سپرده را به طرز قابل توجهی کمتر محبوب و "پول داغ" را در میان مدیران بانکداری رایج ساخت. اما اکنون نرخ‌ها در سطوحی بسیار بالاتر از پایین‌ترین نرخ‌های تاریخی اخیر قرار دارند و نظرات در مورد جهت‌گیری

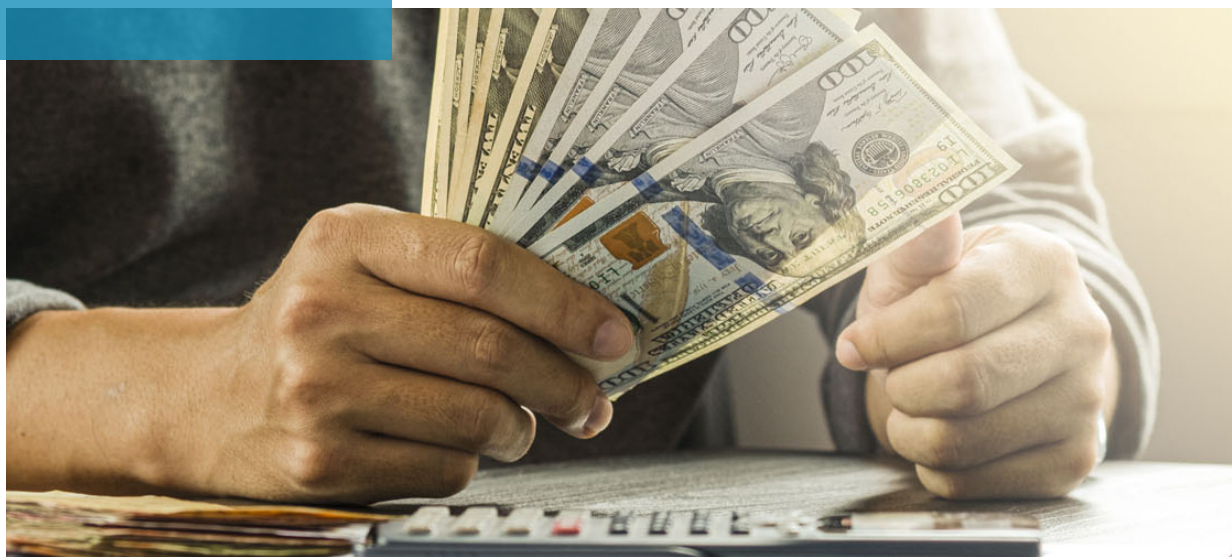
از مدت‌زمان به عنوان نقطه شروعی برای خدمت‌رسانی بهتر به پس اندازکنندگان با ارائه مدت‌های گواهی سپرده‌ای که در جاهای دیگر بازار ارائه نمی‌شود، استفاده کنند.

سپرده‌گذارانی که هدفی برای پس انداز خود دارند، به احتمال زیاد مدت‌های غیر استاندارد را انتخاب می‌کنند زیرا در زمان خاصی به پول خود نیاز دارند. برای خدمت‌رسانی به آن‌ها، موسسات می‌توانند از طراحی پیشنهادهای ویژه که به طور سودآوری تقاضا برای مدت‌های غیرمعمول را در بازار خود مهار می‌کنند، بهره بگیرند.

داده‌ها در اینجا ابزاری ضروری هستند زیرا شکاف‌ها در مدت‌های ارائه شده در بازار اغلب با رقابت کمتر از سایر موسسات همپوشانی دارند. طبق داده‌هایی که سال ۲۰۲۴ توسط ابزار هوش بازار CD Valet از بیش از ۳۹۰۰ بانک و اتحادیه اعتباری ایالات متحده جمع‌آوری شده، شکاف‌ها رایج هستند، با سررسیدهای غیر استاندارد همپوشانی دارند و تقاضای سالمی پشت آنها قرار دارد.

تاکنون در سال ۲۰۲۵، یک سوم تقاضای سپرده‌گذاران مشاهده شده در CD Valet برای گواهی‌های سپرده ۶ ماهه بوده است، پس از آن ۱۲ ماهه (۲۶٪)، ۷ ماهه (۱۵٪) و ۳ ماهه (۷٪) قرار دارند. با این حال، قابل توجه است که بازدیدکنندگان CD Valet تقریباً ۷۰ درصد از خرید خود را صرف نرخ‌های گواهی سپرده تبلیغاتی می‌کنند که مدت‌های غیر استاندارد را در مقابل مدت‌های استاندارد ارائه می‌دهند. محبوبیت در مدت‌ها در طول سال، بسته به بازار و روندهای نرخ بهره، تغییر می‌کند.

خدمت‌رسانی به پس اندازکنندگان با پیشنهادهایی شروع می‌شود که آن‌ها را به در نظر گرفتن موسسه شما تشویق می‌کند، به خصوص زمانی که هیچ کس دیگری در بازار با آن‌ها رقابت نمی‌کند. پس از آن، بانکداران و تیم‌های



از نسیه تا نئوبانک

پلتفرم‌های خرید اعتباری، بازیگران آینده نظام مالی؟

■ علیرضا اسکندری
مدیر تحقیق و توسعه
شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد

اجزای اصلی پلتفرم‌های خرید اعتباری

پلتفرم خرید اعتباری، در ساده‌ترین توصیف، نقش یک واسطه بین چهار بازیگر کلیدی را ایفا می‌کند. نخستین و آشکارترین نقش، اتصال میان مصرف‌کننده و پذیرنده است؛ همان خریدار و فروشنده‌ای که در نهایت کالا یا خدمت را مبادله می‌کنند. مصرف‌کننده مایل است خرید خود را بدون پرداخت فوری انجام دهد، در حالی که پذیرنده علاقه دارد در لحظه تسویه شود یا حداقل با اطمینان از وصول مبلغ، فروش را انجام دهد. این تضاد ذاتی، نقطه ورود پلتفرم خرید اعتباری است.

اما این پلتفرم تنها یک درگاه ساده برای تقسیط خرید نیست. بازیگر سوم در این زنجیره، نهاد اعتباربخش است؛ نهادی که ممکن است بر مبنای تحلیل داده‌های رفتاری، گواهی در آمد، وثایق فیزیکی یا حتی داده‌های فروش و سابقه تسویه، به مصرف‌کننده اعتبار تخصیص دهد. این نهاد صرفاً مسئول شناسایی و سنجش ظرفیت بازپرداخت است. در واقع او تنها گواهی می‌دهد که فلان مشتری در چارچوب مشخصی قابل اعتناست و می‌تواند تا سقف مشخصی خرید اعتباری انجام دهد.

اما اعتباربخشی بدون تضمین نقدشوندگی، برای پذیرنده چندان جذاب نخواهد بود. اینجاست که نقش چهارم پدیدار می‌شود: نهاد تأمین‌کننده نقدینگی. این نهاد، همان بازیگری است که در صورت ناتوانی پذیرنده در نگهداشت بدهی تا سررسید یا نیاز فوری او به نقدینگی، بدهی را تا موعد

خرید اعتباری همواره امکانی جذاب برای مشتریان بوده و هست. در بازارهای سنتی، دفترچه یادداشت فروشنده در واقع زیرساختی ساده برای پاسخ‌گویی به این نیاز بود. فروشنده در این فرآیند، داده‌های حاصل از تعامل خود با مشتری را به صورت ذهنی دسته‌بندی و ارزش‌گذاری می‌کرد و نهایتاً برای هر مشتری، یک حد اعتباری در نظر می‌گرفت. پس از آن، با ثبت هر خرید، بدهی مشتری را محاسبه و مدیریت می‌نمود.

با گسترش جوامع انسانی و پیچیده‌تر شدن روابط اقتصادی، امکان تداوم این شناخت شخصی و غیررسمی از میان رفت، مگر در میان گروه‌های محدود و صنوف خاص. در این شرایط، بانک‌ها پدید آمدند تا با تکیه بر شناسایی عمومی افراد و تحلیل داده‌های مالی و اعتباری، نقش واسطه اعتماد را ایفا کنند و در برخی حوزه‌ها نیز موفق بودند. اما زیرساخت بانکی هیچ‌گاه نتوانست به ابزاری چابک برای اعتبارسنجی عامه مردم و تأمین اعتبار خرد تبدیل شود. در عمل، بانک‌ها عمدتاً توانستند اعتبار را میان گروه‌های خاصی از جامعه توزیع کنند. حتی امروز نیز، پرداخت تسهیلات خرد به اقشار گسترده جامعه عملاً بدون اجبار دولت پیش نمی‌رود.

این خلأ بزرگ موجب شکل‌گیری کسب‌وکارهای نوآورانه‌ای شد که با مدل‌های جدیدی سعی در توزیع اعتبار آنی قابل مصرف در میان عموم اقشار جامعه داشتند. از این منظر می‌توان BNPLها (Buy Now Pay Later) را نوعی بازگشت هوشمندانه به سنت نسبیه فروشی و اصلاح تمرکزگرایی بانک‌ها در اعطا و حسابداری اعتبار دانست.

اما اگر BNPLها یا همان «پلتفرم‌های خرید اعتباری» توانسته‌اند در مدت کوتاهی جایگاه معناداری در تأمین اعتبار خرد به دست آورند، آیا نمی‌توان انتظار داشت که به سایر کارکردهای بانکی نیز نزدیک شوند؟ در این صورت، چه افزونه‌هایی می‌تواند آن‌ها را بر اقتصاد زنجیره‌های تأمین مسلط کند؟ چگونه می‌توانند با طراحی چرخه‌های تسویه اعتباری، مدل‌های جدیدی از گردش مالی پدید آورند که خارج از سیطره نظام پولی متمرکز و تنظیم‌گری سنتی باشد؟ و از همه مهم‌تر، آیا بهره‌گیری از اوراق اعتباری موجود مانند برات دیجیتال به عنوان ابزار قانونی می‌تواند کمک کند تا این مسیر به جای تهدید، به فرصتی برای بازطراحی یک نظام امن اعتباری و قابل تنظیم‌گری تبدیل شود؟

این نوشتار تلاشی است برای پاسخ به این پرسش‌ها که در آن کوشیده‌ایم با معرفی رابطه‌ای نو میان پلتفرم‌های خرید اعتباری و اوراق اعتباری، افق‌هایی تازه از امکان نقش‌آفرینی این پلتفرم‌ها در تأمین مالی زنجیره تأمین را به تصویر بکشیم

مدل درآمد پلتفرم‌های خرید اعتباری به گونه‌ای طراحی می‌شود که بتواند منافع چهار بازیگر کلیدی یعنی فروشنده، خریدار، تأمین‌کننده اعتبار و ضامن نقد شوندگی را در کنار خود پلتفرم تأمین کند

تسویه بر عهده می‌گیرد. می‌توان او را همان تأمین‌کننده مالی دانست که گاهی در قامت یک بانک، گاهی یک صندوق یا نهاد سرمایه‌گذاری خصوصی و گاه حتی خود پلتفرم BNPL ظاهر می‌شود. نقش این نهاد در پوشش ریسک نقدشوندگی و تسهیل گردش اعتبار کلیدی است.

پلتفرم خرید اعتباری، در میانه این چهار بازیگر، یکپارچگی ایجاد می‌کند؛ به مشتری اجازه می‌دهد بر مبنای گواهی اعتبار، خرید کند؛ پذیرنده را مطمئن می‌سازد که در لحظه فروش، تعهد معتبر یا حتی نقد دریافت می‌کند؛ نهاد اعتبارسنج را از درگیری مالی مستقیم بی‌نیاز می‌سازد و نهاد تأمین مالی را به نقطه‌ای وارد می‌کند که توجیه اقتصادی دارد. حاصل این ترکیب، نه فقط یک تقسیط ساده، بلکه شبکه‌ای هوشمند

برای توزیع ریسک، توزیع اعتماد و توزیع قدرت اعتباردهی است.

لازم به ذکر است که در موارد متعددی به‌دلیل نبود نهادهای کارآمد یا دسترسی به اطلاعات کافی، خود پلتفرم خرید اعتباری مجبور است نقش‌های سوم و چهارم را هم ایفا کند. به‌طور مثال در پلتفرم «اسنپ پی» فرآیند رتبه‌بندی اعتباری و پیش‌بینی احتمال نکول هر کاربر توسط یک سامانه هوشمند تعیین می‌شود که طراحی و توسعه آن مبتنی بر مدل‌های ریاضی پیچیده، توسط خود این شرکت توسعه یافته است. طبق ادعای مدیرعامل این پلتفرم محبوب، عدم وجود نهاد اعتبار سنجی جامع و چابک در ایران سبب اتخاذ چنین رویکردی توسط این گروه گردیده است.

مدل کسب و کار پلتفرم‌های خرید اعتباری

مدل درآمد پلتفرم‌های خرید اعتباری به‌گونه‌ای طراحی می‌شود که بتواند منافع چهار بازیگر کلیدی یعنی فروشنده، خریدار، تأمین‌کننده اعتبار و ضامن نقد شوندگی را در کنار خود پلتفرم تأمین کند. در قدم اول، درآمد اصلی خود پلتفرم از فروشندگان (Merchants) تأمین می‌شود؛ این درآمد معمولاً به‌صورت کارمزد تراکنش است که به‌عنوان سهم پلتفرم در سود حاصل از توسعه فروش به آن پرداخت می‌شود. در واقع پلتفرم مشتریان جدیدی را بازاریابی و اعتبار سنجی نموده و برای این توسعه فروش و تعهد تسویه حساب، این کارمزد را از فروشنده دریافت می‌نماید.

برخی فروشندگان برای تسویه سریع‌تر یا جذب مشتریان جدید حاضرند این کارمزد را افزایش دهند. علاوه بر این، پلتفرم می‌تواند از فروشندگان بابت خدمات ارزش افزوده مانند تبلیغات هدفمند، تحلیل داده‌های مشتری، یا طراحی کمپین‌های وفادارسازی درآمد اضافی کسب کند.

در قدم دوم، پلتفرم می‌تواند از خریداران (مصرف‌کنندگان) درآمد داشته باشد. در برخی مدل‌ها، پلتفرم برای فعال‌سازی امکان قسط‌بندی یا تمدید دوره پرداخت، هزینه پردازش (Processing Fee) دریافت می‌کند. همچنین در مدل‌های اقساط بلندمدت یا خریدهای با مبلغ بالا، ممکن است بهره مشخصی از خریدار گرفته شود، اگرچه برخی از پلتفرم‌ها به‌ویژه در بازارهای اسلامی و خاورمیانه، مدل بدون بهره را ترجیح می‌دهند.

در سطح سوم، درآمد از تأمین‌کنندگان اعتبار (بانک‌ها یا سرمایه‌گذاران) شکل می‌گیرد. پلتفرم می‌تواند کارمزدی بابت مدیریت خط اعتباری یا تخصیص سرمایه دریافت کند و یا از بانک‌ها درصدی از سود بازپرداخت‌شده توسط مشتریان را به‌عنوان کارمزد عملکرد بگیرد. این مدل به پلتفرم کمک می‌کند تا بدون نیاز به منابع مستقیم، نقدینگی لازم برای پرداخت به فروشندگان را تأمین کند.

در نهایت، درآمد از سایر شرکای اکوسیستم و پلتفرم‌های همکار نیز اهمیت دارد. برخی پلتفرم‌ها، فناوری یا برند خود را به‌صورت اشتراکی در اختیار دیگر کسب‌وکارها قرار می‌دهند و بابت آن حق امتیاز یا حق اشتراک دریافت می‌کنند. همچنین درآمد از ارائه خدمات فنی و واسطه‌های برنامه نویسی (API)



**اگرچه مدل‌های درآمدی
مختلف مانند کارمزد تراکنش،
بهره اقساط یا جریمه دیرکرد،
به‌طور گسترده در پلتفرم‌های
خرید اعتباری در دنیا استفاده
می‌شوند، اما به‌نظر می‌رسد
هنر اصلی یک پلتفرم خرید
اعتباری، توانایی آن در طراحی
زنجیره انتقال بدهی و مدیریت
نقدینگی است**

می‌شود و در نهایت باید توسط یکی از طرف‌های درگیر در این فرآیند پرداخت گردد. از آنجایی که قیمت کالای نهایی نباید با قیمت خرید سایر مشتریان آزاد فروشگاه تفاوتی داشته باشد، چنین هزینه‌ای را نمی‌توان از خود مشتری دریافت کرد؛ یا اگر هم بتوان، این موضوع فقط در مورد کالاها و اصناف خاص ممکن است. در این حالت، پلتفرم خرید اعتباری عملاً کارکرد اصلی خود را از دست می‌دهد و تفاوت چندانی با وام بانکی نخواهد داشت. برای برطرف کردن این چالش لازم است به این موضوع بپردازیم که اصولاً چرا پذیرنده (فروشنده) اصرار دارد زودتر از چهار ماه، وجه کالاها را دریافت کند؟ مشاهدات میدانی از بازار نشان می‌دهد که معمولاً اصنافی که قیمت نهایی محصولات آن‌ها وابستگی بالایی به نرخ ارز

در نتیجه، پلتفرم علاوه بر درآمد مستقیم از کارمزد یا بهره، بخشی از درآمد خود را از مدیریت زمان‌بندی جریان بدهی و افزایش گردش اعتباری به‌دست می‌آورد. این رویکرد به پلتفرم اجازه می‌دهد نقش یک نهاد مالی چابک را ایفا کند که با به حداقل رساندن دوره توقف ارزش اقتصادی در زنجیره، ارزش آفرینی مضاعفی برای تمامی بازیگران (از جمله فروشندگان و تأمین‌کنندگان اعتبار) ایجاد کند.

به‌عنوان مثال، زنجیره تولید روغن را در نظر بگیرید. یک فروشگاه زنجیره‌ای، سبدهای از کالاها را به‌صورت اعتباری به خریدار ارائه می‌دهد که این سبد شامل روغن تولید شده توسط یک کارخانه است. در این حالت، فروشگاه بستانکار شده و میزان بستانکاری خود را بر روی پنل اختصاصی در دسترس خود مشاهده می‌کند.

به‌طور معمول (مطابق با عرف فعلی صنف)، چنین فروشگاهی بستانکاری خود را از پلتفرم خرید اعتباری در قالب دو قسط دو ماهه دریافت می‌کند. بنابراین، با فرض این که مدل پرداخت خریدار به‌صورت چهار قسطه باشد، پلتفرم ناچار است مابقی بدهی (دو قسط باقی‌مانده معادل ۵۰ درصد مبلغ فاکتور) را به یک نهاد تضمین‌کننده مالی نظیر بانک منتقل کرده و از طریق آن‌ها با فروشنده تسویه نقدی انجام دهد. در ادامه، پلتفرم موظف است بابت دو ماه باقیمانده، سود توافق‌شده‌ای به نهاد مالی مذکور پرداخت نماید.

طبیعتاً اتخاذ چنین رویکردی، حداقل هزینه‌ای معادل دو ماه خواب سرمایه را به‌همراه خواهد داشت؛ هزینه‌ای که به مجموع هزینه‌های عملیاتی پلتفرم خرید اعتباری افزوده

به فروشگاه‌های بزرگ یا فین‌تک‌های دیگر، به‌عنوان یک منبع درآمد مکمل در نظر گرفته می‌شود.

تنوع این جریان‌های درآمدی، پایداری مدل کسب‌وکار پلتفرم را افزایش می‌دهد و به آن این امکان را می‌دهد که حتی در شرایط رکود بازار یا کاهش قدرت خرید، همچنان جریان نقدی قابل‌اتکایی داشته باشد. علاوه بر این، تحلیل داده‌های تراکنشی و اعتباری مشتریان، زمینه خلق مدل‌های درآمدی جدید مانند تبلیغات شخصی‌سازی‌شده، امتیازدهی اعتباری و فروش خدمات جانبی را فراهم می‌کند.

نقطه عطف کسب و کار پلتفرم‌های خرید اعتباری

اگرچه مدل‌های درآمدی مختلف مانند کارمزد تراکنش، بهره اقساط یا جریمه دیرکرد، به‌طور گسترده در پلتفرم‌های خرید اعتباری در دنیا استفاده می‌شوند، اما به‌نظر می‌رسد هنر اصلی یک پلتفرم خرید اعتباری، توانایی آن در طراحی زنجیره انتقال بدهی و مدیریت نقدینگی است. در این مدل، پلتفرم تلاش می‌کند بدهی ایجاد شده از سمت مشتری را هرچه سریع‌تر قابل انتقال یا معامله کند و از طریق ابزارهایی مانند برات، حواله اعتباری یا کیف پول داخلی، مدت نگهداری بدهی (Debt Holding Time) را برای بازیگران زنجیره کاهش دهد. به این ترتیب، فروشنده می‌تواند این طلب قابل انتقال را به‌عنوان اعتبار برای خرید از تأمین‌کننده یا تسویه سایر بدهی‌های خود استفاده کند، بدون آن که منتظر دریافت نقدی بماند.

**برای حل چالش «درخواست تسویه
زودتر از موعد» از سوی فروشندگان،
تمرکز باید بر توسعه روش های جایگزین
پول نقد (مانند اوراق اعتباری)
در زنجیره تأمین کالا باشد؛ روش هایی
که امکان تأمین به موقع کالا را فراهم
کرده و فشار نقدینگی فروشنده را کاهش
دهند**

(به‌ویژه دلار) دارد، یا حاشیه سود آن‌ها به‌قدری پایین است که کوچک‌ترین نوسانات قیمتی می‌تواند این سود اندک را به‌کلی از بین ببرد و شرکت تولیدی را متضرر سازد، به‌سختی حاضر به پذیرش تسویه حساب مدت‌دار هستند. به‌عنوان مثال، در حوزه‌هایی مانند پوشاک (تولید داخلی) و خدمات پزشکی، از آن‌جا که نرخ ارز و نوسانات قیمتی، تأثیر قابل‌توجهی بر سود نهایی ندارند، پذیرش بازپرداخت چهارماهه از سوی فروشندگان با سهولت بیشتری انجام می‌پذیرد. اما در صنایعی مانند کالاهای الکترونیکی یا کالاهای تندمصرف (کالاهای سوپرمارکتی)، به‌دلیل وابستگی بالای قیمت نهایی به نرخ ارز و حاشیه سود پایین، فروشندگان معمولاً در بازه‌ای بین ۴۵ روز تا دو ماه اقدام به تسویه حساب با پلتفرم خرید اعتباری می‌کنند. در واقع، این رفتار نوعی واکنش حفاظتی برای تأمین سریع‌تر کالا و جلوگیری از جا ماندن از تغییرات قیمتی بازار است.

بنابراین، برای حل چالش «درخواست تسویه زودتر از موعد» از سوی فروشندگان، تمرکز باید بر توسعه روش‌های جایگزین پول نقد (مانند اوراق اعتباری) در زنجیره تأمین کالا باشد؛ روش‌هایی که امکان تأمین به‌موقع کالا را فراهم کرده و فشار نقدینگی فروشنده را کاهش دهند.

در اقتصاد سنتی ابزارهایی مانند چک و برات اساساً برای همین منظور توسعه یافته بودند. به این معنا که برای کاهش نیاز به پول در گردش، فرد برای ایجاد یک واحد بدهی قابل اعتنا و انتقال به غیر، از این دو ابزار بهره می‌گرفت. در فضای تجارت الکترونیک، تسری دادن کیف پول اعتباری به بازیگران دیگر زنجیره و انتقال عدد بستانکاری به کیف آن‌ها شاید ساده‌ترین راه حلی باشد که در گام اول به ذهن می‌رسد.

برای مثال، فرض کنید پلتفرم خرید اعتباری بتواند تمام بازیگران زنجیره تأمین روغن را در بستر خود وارد و به‌هم متصل کند. به این معنا که فروشنده، به همان میزان که روغن را به‌صورت اعتباری به مشتری نهایی می‌فروشد، قادر باشد از شرکت پخش نیز به همان اندازه روغن به‌صورت اعتباری تأمین کند. شرکت پخش نیز، به نوبه خود، بتواند متناسب با میزان توزیع انجام‌شده، از بنکدار روغن اعتباری دریافت نماید. همین رابطه اعتباری می‌تواند میان بنکدار، کارخانه تولیدی و حتی واردکننده نهاده‌های اولیه نیز برقرار شود.

در چنین مدلی، همه بازیگران زنجیره قادر خواهند بود بدون نیاز به پرداخت نقدی، با یکدیگر تراکنش انجام دهند و جریان کالا را حفظ کنند. در نهایت، اگر هر انتقال بستانکاری بین دو بازیگر زنجیره تنها سه هفته به طول

انجامد (که در عرف بازار، زمان کوتاه و مطلوبی برای نقدشوندگی محسوب می‌شود)، گردش این بدهی تارسیدن به آخرین بازیگر زنجیره، یعنی واردکننده نهاده، حدود ۱۵ هفته (نزدیک به چهار ماه) زمان خواهد برد.

در این شرایط، جریان بازپرداخت اقساط از سوی مشتریان اولیه می‌تواند با روند انتقال بستانکاری در زنجیره هم‌زمان و متوازن شود؛ به‌گونه‌ای که بستانکاری بازیگر نهایی (واردکننده) با منابع حاصل از بازپرداخت اقساط مشتریان اولیه تسویه گردد. از سوی دیگر، پرداخت سه قسط اول توسط مشتریان، پیش از سررسید نهایی، امکان بهره‌برداری مجدد از منابع مالی را برای پلتفرم خرید اعتباری فراهم می‌سازد؛ امکانی که بدون نیاز به تأمین مالی از بانک‌ها یا نهادهای لیزینگ محقق شده و در نتیجه، هزینه‌ای برای پلتفرم در بر نخواهد داشت. افزون بر این، پلتفرم می‌تواند با تعریف کارمزد مشخص برای هر انتقال بستانکاری در زنجیره، از محل مدیریت مؤثر گردش منابع، درآمد اضافی نیز ایجاد نماید.

**برات الکترونیک، برگ برنده پلتفرم‌های خرید
اعتباری در بازار B2B**

شاید ساده‌ترین ابزار برای مدیریت این فرآیند، انتقال عدد بستانکاری در قالب یک کیف الکترونیکی اعتباری است که توسط خود پلتفرم خرید اعتباری برای بازیگران زنجیره توسعه داده شده باشد و هر بازیگر با خرید از نفر بعدی هزینه را



به صورت عدد پستانکاری منتقل نماید. اما از آنجا که چنین رویکردی اساساً با سیاست‌های بانک مرکزی در خصوص کیف پول‌های الکترونیک در تضاد است و احتمالاً در مرحله مقیاس شدن با چالش‌های تنظیم‌گری موجب توقف پروژه خواهد شد، لذا به نظر می‌رسد باید نگاهی دوباره به راه حل سنتی پذیرفته شده توسط بانک مرکزی بیندازیم.

یکی از ابزارهای مالی سنتی که از گذشته برای انتقال بدهی میان طرفین مورد استفاده قرار می‌گرفته، «برات» است. برات یک سند تجاری است که در آن فردی (برات‌کش) به شخص دیگری (برات‌گیر) دستور می‌دهد که مبلغ معینی را به شخص ثالث (ذی‌نفع یا دارنده برات) در تاریخ مشخصی پرداخت کند. به عبارت دیگر، برات نوعی دستور پرداخت است که در معاملات تجاری برای تسویه حساب یا انتقال وجه استفاده می‌شود. در سال‌های اخیر امکان صدور این سند به صورت الکترونیکی توسط بانک مرکزی فراهم شده و در اختیار بانک‌ها قرار گرفته است.

اساساً در فرآیند خرید اعتباری از طریق یک پلتفرم، مشتری ابتدا یک پذیرنده را انتخاب کرده و سبد کالای مورد نیاز خود را تشکیل می‌دهد. در مرحله نهایی این فرآیند، بدهی توسط پلتفرم ایجاد شده و مبلغ معینی از اعتبار اولیه مشتری کسر می‌شود؛ این مبلغ به عنوان پستانکاری به کیف پذیرنده افزوده می‌گردد. نکته مهم این است که پذیرنده در این فرآیند، طرف معامله مستقیم با مشتری نیست؛ یعنی در صورت عدم پرداخت اقساط توسط مشتری، فروشنده متوجه این موضوع نخواهد شد و برای دریافت مبلغ، تنها با پلتفرم در ارتباط خواهد بود.

نتیجه بانکداری عمودی نشان دهنده آینده‌ای است که در آن بانک‌ها دیگر «همه چیز برای همه کس» نیستند، بلکه «همه چیز برای یک گروه خاص» می‌شوند.

این رویکرد می‌تواند به شدت بازار بانکداری را متحول کرده، مدل‌های سنتی را به چالش بکشد و استانداردهای جدیدی از خدمات مالی شخصی‌سازی شده و کاربرمحور را ایجاد کند

به همین ترتیب پس از انتقال‌پذیر کردن بدهی به بازیگران دیگر زنجیره نیز در نهایت این خود پلتفرم خرید اعتباری است که باید پاسخگوی نقد شوندگی بستانکاری‌ها در طول زمان بازپرداخت اقساط باشد. یعنی کارخانه، وارد کننده و ... نیز همگی برای اصالت سنجی و یا نقد کردن بستانکاری در موعد سررسید آن، باید به پلتفرم مراجعه کنند.

لذا در این فرآیند، پلتفرم همواره نقش «برات‌گیر» و پذیرنده نقش «برات‌کش» را ایفا می‌کند. از عضو دوم زنجیره تأمین به بعد، سایر بازیگران نقش ذینفع یا «دارنده برات» را بر عهده دارند که می‌توانند برات را تا زمان سررسید نگهداری کرده یا آن را به نفر بعدی در زنجیره انتقال دهند.

به‌عنوان مثال، در زنجیره تأمین روغن، اگر مشتری با استفاده از سرویس اعتباری اسنپ (به‌عنوان پلتفرم خرید اعتباری) از

طریق فروشگاه هایپر استار (به‌عنوان پذیرنده) روغن خریداری کند، برای این فروشگاه بستانکاری ایجاد می‌شود. بنابراین، فروشگاه به‌عنوان «برات‌کش» می‌تواند با صدور برات و تحویل آن به عضو دوم زنجیره تأمین، یعنی شرکت پخش، روغن جدید دریافت نماید.

شرکت پخش، به‌عنوان ذینفع یا دارنده برات، این اختیار را دارد که برات را به ذینفع بعدی، یعنی بنکدار، منتقل کند و در ازای آن محموله روغن دریافت نماید، یا برات را تا زمان سررسید، نزد خود نگه دارد و با تحویل آن به «برات‌گیر» (اسنپ پی)، وجه نقد دریافت کند. بدین ترتیب، بدهی ایجاد شده توسط مشتری به‌صورت کاملاً قانونی و قابل رصد توسط پلتفرم‌های خرید اعتباری در طول زنجیره تأمین کالا توزیع می‌شود و عملاً فرآیند تأمین مالی زنجیره بدون نیاز به پول نقد انجام می‌گیرد.

بانکداری عمودی، چشم‌انداز پلتفرم‌های خرید اعتباری

بانکداری عمودی (Vertical Banking) که به آن بانکداری تخصصی (Niche banking) هم گفته می‌شود رویکردی نوین در صنعت بانکداری است که به‌جای ارائه خدمات عمومی به همه اقشار جامعه (مانند بانک‌های سنتی)، روی یک بخش خاص از بازار یا گروه مشخصی از مشتریان متمرکز می‌شود. این گروه می‌تواند بر اساس ویژگی‌هایی مانند شغل، سبک زندگی، ارزش‌ها، منطقه

جغرافیایی یا نیازهای مالی خاص شناسایی شود. برای مثال، بانکی که فقط به افراد و کسب‌وکارهای فعال در حوزه گردشگری، خدمات مالی، اعتباری، یا ابزار مدیریت درآمد ارائه می‌دهد، یک نمونه از بانکداری عمودی به‌شمار می‌رود ایده تمرکز بر یک جامعه یا بخش خاص از بازار، از دهه‌های اخیر و به‌ویژه از دهه ۱۹۹۰ به بعد، در ادبیات بازاریابی و کسب‌وکار تحت عنوان «نیش استراتژی» شناخته شده است. در آمریکا، در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰، برخی بانک‌های کوچک به‌صورت محلی یا برای گروه‌های خاص مانند کشاورزان یا مهاجران فعالیت می‌کردند. پس از ظهور نوبانک‌ها (Neo Bank) و فین‌تک‌ها از حدود سال ۲۰۱۰، اصطلاح «بانکداری عمودی» به‌طور گسترده‌تر در مقالات تخصصی، کنفرانس‌ها و گزارش‌های مشاوره‌ای رواج یافت.

برخی شرکت‌های مشاوره‌ای مانند اکسنچر (Accenture) و دیلویت (Deloitte) در اوایل دهه ۲۰۱۰ با انتشار گزارش‌هایی تحت عناوینی چون «بانکداری نسل بعدی (Banking the Next Generation)» و «شخصی‌سازی در بانکداری (Personalization in Banking)» نقش مؤثری در ترویج مفهوم بانکداری عمودی ایفا کردند.

علاوه بر این، ظهور نوبانک‌هایی همچون «Aspiration» که به‌عنوان بانکی ویژه افراد دغدغه‌مند نسبت به محیط زیست و مسئولیت اجتماعی فعالیت می‌کرد، و «Lili» که به‌عنوان بانکی تخصصی برای فریلنسرها شکل گرفته بود، موجب گسترش و تثبیت بیشتر این اصطلاح در میان تحلیل‌گران و رسانه‌های مالی گردید.

وقتی پلتفرم بتواند اعتبار را مدیریت کند، تراکنش‌ها را پایش کرده و ریسک زنجیره را ارزیابی کند، به قابلیت‌های بانکی مانند اعتبارسنجی، تسهیلات دهی و تأمین مالی نزدیک می‌شود. این تحول، نقطه آغاز تبدیل شدن آن به یک نوبانک عمودی است

بدین ترتیب، پلتفرم اعتباری با عبور از مرزهای خدمات اعتباری اولیه، به یک اکوسیستم مالی کامل برای یک صنعت یا جامعه خاص بدل می‌شود؛ اکوسیستمی که می‌تواند الگوی نسل بعدی نوبانک‌های عمودی را در اقتصادهای نوظهور ترسیم کند. در نهایت، این نسل از نوبانک‌ها به یک «زیرساخت مالی» تبدیل می‌شوند که صنعت مورد نظر را از وابستگی به بانک‌های سنتی رها می‌سازند.

در پایان، سوالی که مطرح می‌شود این است که اگر نوبانک‌های صنفی و تخصصی بخواهند سهم بازار بانک‌های سنتی را به چالش بکشند، بهترین راهبرد بانک‌های سنتی برای تبدیل این تهدید به فرصت و کسب سهم معنادار از خدمات نوین چیست؟ پاسخ این سوال در شماره‌های بعدی به تفصیل بررسی خواهد شد.

که به جای خدمت‌رسانی عمومی به عموم مشتریان، بر یک صنعت یا یک زنجیره خاص متمرکز می‌شود و تمامی عملیات مالی را در بستر همان زنجیره بازآفرینی می‌کند.

این مدل نوبانک عمودی، مزایای چشمگیری به همراه دارد. از یک‌سو، به دلیل نزدیکی به داده‌های عملیاتی و تجاری، شناخت عمیق‌تری از رفتار اعتباری مشتریان شکل می‌گیرد و همین امر، باعث افزایش وفاداری، کاهش ریسک نکول و بهبود کارایی منابع اعتباری می‌شود. از سوی دیگر، کنترل مستقیم جریان اعتبار در زنجیره ارزش، امکان خلق درآمدهای پایدار و متنوع (اعم از کارمزد، سود تسهیلات یا خدمات داده‌محور) را فراهم می‌کند.

در افق آینده، این پلتفرم می‌تواند به جای تکیه صرف بر اعتبار مجازی یا برات، از ابزارهای نوین مانند رمزارزهای دیجیتال بهره‌مند شود؛ امری که از منظر مقررات و تنظیم‌گری، هم به‌عنوان تهدید و هم به‌عنوان فرصت مطرح است.

در واقع، اگر این نوبانک‌ها هیچ توکن قانونی و قابل‌کنترلی برای استفاده در اختیار نداشته باشند، ممکن است به سمت توکن‌ها و رمزارزهای غیر بومی گرایش پیدا کنند؛ امری که خود پیچیدگی‌های قابل‌توجهی را در زمینه حکمرانی و نظارت بر آن‌ها به همراه خواهد داشت. اما اگر توکن‌هایی بومی و تنظیم‌پذیر مانند «ریال دیجیتال» در اختیار این نوبانک‌ها قرار گیرد نه تنها تهدیدی ایجاد نمی‌شود بلکه جمع‌آوری اطلاعات از سطح زنجیره‌های تأمین را بسیار دقیق نموده و می‌تواند ابزارهای تنظیم‌گری بسیار هوشمندی را در اختیار نهادهای قانون‌گذار و تنظیم‌گر قرار دهد.

نتیجه بانکداری عمودی نشان‌دهنده آینده‌ای است که در آن بانک‌ها دیگر «همه‌چیز برای همه کس» نیستند، بلکه «همه‌چیز برای یک گروه خاص» می‌شوند. این رویکرد می‌تواند به شدت بازار بانکداری را متحول کرده، مدل‌های سنتی را به چالش بکشد و استانداردهای جدیدی از خدمات مالی شخصی‌سازی‌شده و کاربرمحور را ایجاد کند.

حال فرض کنید یک پلتفرم خرید اعتباری با تمرکز بر روی یک صنعت خاص مانند گردشگری، بتواند بازیگران زنجیره ارزش آن را از ابتدا تا انتها وارد پلتفرم اعتباری خود نماید و به نوعی امکان مبادلات تجاری بدون پول نقد و مبتنی بر اعتبار را برای آن‌ها ایجاد نماید. در این صورت «گردش اعتبار» جایگزین «گردش پول» می‌شود؛ به عبارتی، به جای آنکه کسب‌وکارها ناچار باشند از بانک‌ها یا تأمین‌کنندگان مالی سنتی برای نقدینگی کمک بگیرند، اعتبار به‌صورت درون زنجیره‌ای میان بازیگران مختلف توزیع و مبادله می‌شود. این اعتبار، در قالب ابزارهایی مانند برات یا اسناد تجاری دیجیتال، همانند خون در رگ‌های یک صنعت جریان می‌یابد و بدون توقف، انرژی لازم برای تولید، توزیع و مصرف را تأمین می‌کند.

زمانی که پلتفرم توانایی مدیریت اعتبار، پایش جریان تراکنش‌ها و ارزیابی ریسک فعالان زنجیره را به‌دست می‌آورد، عملاً به خلق قابلیت‌های بانکی دست می‌زند: اعتبارسنجی، اعطای تسهیلات، مدیریت تسویه، و حتی تأمین مالی مبتنی بر فاکتور یا موجودی انبار، همگی به بخشی از فعالیت ذاتی پلتفرم تبدیل می‌شوند. این تحول، نقطه آغاز تبدیل شدن پلتفرم اعتباری به یک نوبانک عمودی است؛ نوبانکی

سایه دارکوب بر حساب‌های بانکی، نبردی برای اعتبار و امنیت

در دنیای دیجیتال امروز، فضایی پنهان و گسترده به نام دارک وب (Dark Web) وجود دارد که به بازاری شلوغ و بی‌قانون برای اطلاعات سرقت‌شده تبدیل شده است. دارک وب بخشی پنهان از اینترنت است که با موتورهای جست‌وجوی معمول قابل دسترسی نیست و تنها از طریق نرم‌افزارهای خاصی مانند «تور» (Tor) می‌توان به آن وارد شد.

ویژگی اصلی دارک وب، ناشناس بودن کاربران آن است. این گمنامی، آن را به بهشتی برای فعالیت‌های غیرقانونی تبدیل کرده است. در این بازار سیاه دیجیتال، مجرمان سایبری هر چیزی را از مواد مخدر گرفته تا سلاح و اطلاعات هک‌شده به فروش می‌گذارند.

جدیدترین و شاید نگران‌کننده‌ترین کالای این بازار مخفی، اطلاعات کامل حساب‌های بانکی شماست.

گزارشی جدید از PYMNTS نشان می‌دهد که این تهدید فزاینده، زنگ خطری جدی را برای کل اکوسیستم مالی به صدا درآورده و نیاز به روش‌های بسیار قوی‌تر برای اعتبارسنجی را بیش از هر زمان دیگری ضروری کرده است.

تهدیدی که از دل تاریکی می‌آید

ماجرای جایی جدی می‌شود که بدانیم پس از حمله اخیر به پلتفرم Coinbase، اطلاعات میلیون‌ها حساب بانکی

به دارک وب راه پیدا کرده و در دسترس کلاهبرداران قرار گرفته است. به این مشکل، میلیون‌ها حساب بانکی غیرفعال در نتوبانک‌ها را نیز اضافه کنید که مانند خانه‌هایی متروکه، به پناهگاهی امن برای فعالیت‌های مجرمانه تبدیل شده‌اند برای مؤسسات مالی و فروشندگان، چالش اصلی اکنون این است: چگونه می‌توان با اطمینان تأیید کرد که یک حساب بانکی واقعاً متعلق به فردی است که ادعا می‌کند؟ چگونه می‌توان مطمئن شد که پول به دست افراد نادرست نمی‌رسد؟

کارن وبستر، مدیرعامل PYMNTS، به نکته ظریفی اشاره می‌کند: «داده‌هایی که ما هنگام تعامل با شرکت‌ها ارائه می‌دهیم، در واقع شاکله و ماهیت رابطه یک فرد با حساب بانکی‌اش را ترسیم می‌کنند. کلاهبرداران نیز دقیقاً در تلاشند تا همین رابطه را جعل کنند».

جان گوردون، مدیرعامل شرکت ValidiFI که در زمینه اعتبارسنجی فعالیت می‌کند، با این دیدگاه موافق است و می‌گوید: «کلاهبرداران همیشه در حال تغییر تاکتیک هستند و ما نیز باید هوشیار باشیم و به دنبال کوچک‌ترین ناهماهنگی در داده‌های ارائه‌شده بگردیم.» گاهی یک حساب بانکی در ظاهر کاملاً معتبر به نظر می‌رسد، اما در واقع یک تله است.

«اعتبار» در هر سناریو معنای متفاوتی دارد

اما «معتبر» بودن یک حساب دقیقاً به چه معناست؟ گوردون توضیح می‌دهد که پاسخ این سؤال به موقعیت بستگی دارد. برای مثال، اگر هدف فقط اتصال یک مشتری به حساب بانکی‌اش برای شروع یک رابطه تجاری ساده باشد، یک حساب «معتبر» حسابی است که باز بوده و قابلیت پرداخت

داشته باشد. اما وقتی یک شرکت بیمه قصد دارد خسارت سنگینی را پرداخت کند، به لایه‌های بسیار عمیق‌تری از تأیید هویت و اعتبارسنجی نیاز دارد.

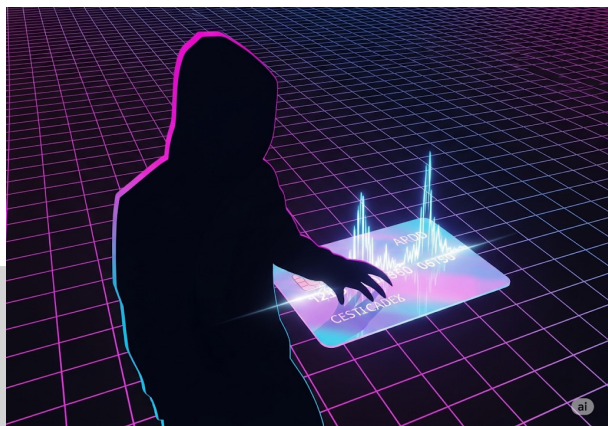


قدرت داده‌ها: فراتر از یک تأیید ساده

فرایند اعتبارسنجی مدرن، اطلاعاتی بسیار فراتر از یک «تیک تأیید» ساده ارائه می‌دهد. گوردون می‌گوید شرکت او با دریافت اطلاعاتی مانند شماره حساب، نام، آدرس، شماره تلفن و ایمیل، می‌تواند تصویری جامع از وضعیت یک مشتری ارائه دهد. برای مثال:

* شناسایی ریسک بالا: فردی که آدرس خود را «اداره آزادی مشروط» اعلام می‌کند، به وضوح یک ریسک بالا برای پذیرش محسوب می‌شود. (منظور از «اداره آزادی مشروط» (Parole Office)، اداره‌ای دولتی است که بر افرادی که به دلیل رفتار خوب از زندان آزاد شده‌اند اما هنوز دوره محکومیتشان به پایان نرسیده، نظارت می‌کند. این افراد تحت «آزادی مشروط» قرار دارند و باید به طور منظم

و امنیت است؛ یعنی «من ایمن هستم و می‌توانم با این حساب کار کنم». در عصری که تهدیدات دارکوب هر روز جدی‌تر می‌شوند، این سطح از اطمینان دیگر یک مزیت لوکس نیست، بلکه یک ضرورت است.



اطلاعات بیشتر، به نفع خودشان است. بسیاری از شرکت‌ها در همان ابتدا از مشتری می‌خواهند که وارد حساب بانکی خود شده و تاریخچه ۹۰ روزه یا یک‌ساله تراکنش‌هایشان را ارائه دهند؛ درخواستی که اغلب مصرف‌کنندگان را محتاط می‌کند.

از امنیت تا امتیازدهی عادلانه‌تر

جمع‌آوری هوشمندانه داده‌ها در زمان مناسب، مزایای چشمگیری به همراه دارد:

۱. بهبود امنیت و ارزیابی ریسک: این داده‌ها به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا ریسک را بهتر ارزیابی کرده و امنیت را افزایش دهند. به عنوان مثال، اگر بیش از چهار آدرس ایمیل به یک حساب متصل باشد یا فعالیت پرداخت آن به شکل غیرعادی بالا باشد، سیستم باید به‌طور خودکار فرایند را با اصطکاک بیشتری (مانند درخواست تأیید هویت اضافی) همراه کند.

۲. انقلاب در امتیازدهی اعتباری: سیستم‌های سنتی مانند امتیاز FICO که دهه‌هاست بدون تغییر مانده‌اند، تنها تاریخچه بازپرداخت وام را در نظر می‌گیرند. اما اطلاعات حساب بانکی می‌تواند این تصویر را کامل‌تر کند. گوردون می‌گوید: «برای داشتن مزیت رقابتی، باید به جنبه‌هایی از داده‌ها نگاه کنید که قبلاً نادیده گرفته می‌شدند.» رفتار دیجیتال افراد، ثبات اطلاعات آن‌ها و نحوه مدیریت مالی روزمره، همگی شاخص‌های مهمی هستند که دیدی جامع از یک مصرف‌کننده ارائه می‌دهند.

در نهایت، هدف ایجاد یک استاندارد جدید از اعتماد است. گوردون با افتخار می‌گوید: «ما مشتریانی داریم که به ما می‌گویند: "آن حساب ValidiFI شده است."» این عبارت برای آن‌ها به معنای چراغ سبزی برای اطمینان

خود را به این اداره معرفی کنند. از دیدگاه یک مؤسسه مالی، این عامل ریسک انجام معامله با فرد را به شدت بالا می‌برد. بنابراین، سیستم اعتبارسنجی هوشمند، با تحلیل اطلاعات آدرس، به سرعت فرد را به عنوان یک مشتری پرخطر شناسایی می‌کند.

* کاهش ریسک تراکنش: اگر به یک حساب کمتر از چهار نفر متصل باشند و آن حساب بیش از دو سال در شبکه ValidiFI فعال بوده باشد، ریسک تراکنش‌های مرتبط با آن تا ۴۰ درصد کاهش می‌یابد.

گوردون تأکید می‌کند: «شما باید حساب‌ها را به‌صورت لحظه‌ای و در زمان واقعی بررسی کنید.» رویکرد ValidiFI متکی بر ارجاع متقابل داده‌ها و همکاری با کنسرسیوم‌هایی است که در آن، مشتریان اطلاعات خود را برای محافظت از کل اکوسیستم به اشتراک می‌گذارند.

آینده اعتبار و نقش مصرف‌کننده

شاید بپرسید قوانین چه نقشی دارند؟ در زمان این گفتگو، قانونی موسوم به «قانون بانکداری باز» (Rule ۱۰۳۳) در آمریکا در آستانه لغو شدن بود. اما گوردون معتقد است این موضوع، «پایان دنیا» برای اعتبارسنجی نیست، زیرا مصرف‌کنندگان همچنان می‌توانند با رضایت خود، داده‌هایشان را برای تأیید هویت در دسترس قرار دهند. البته مصرف‌کنندگان تنها زمانی تمایل به اشتراک‌گذاری اطلاعات دارند که در ازای آن چیزی به دست آورند؛ مانند ابزارها یا مسیرهایی ساده‌تر برای تکمیل یک تراکنش مالی. به گفته گوردون، حدود ۴۰ درصد از افراد حاضرند سطح مشخصی از داده‌های تراکنش خود را به اشتراک بگذارند. چالش اصلی، متقاعد کردن آن‌ها به این است که ارائه

۱۰ پلتفرم برتر وام‌دهی همتا به همتا

نویسنده: لوئیس تامپست

یکی از دستاوردهای تحول دیجیتال در صنعت مالی شکل‌گیری پلتفرم‌های وام‌دهی همتا به همتا (Peer-to-Peer (P2P) Lending Platforms) است. این پلتفرم‌ها بستری نوآورانه هستند که به طور مستقیم وام‌گیرندگان را با سرمایه‌گذاران مرتبط می‌کنند و نیاز به واسطه‌های مالی سنتی مانند بانک‌ها را از بین می‌برند. این سیستم، معمولاً به وام‌گیرندگان امکان دسترسی به نرخ بهره پایین‌تر را می‌دهد، در حالی که سرمایه‌گذاران می‌توانند بازدهی بالاتری نسبت به گزینه‌های سرمایه‌گذاری متداول کسب کنند. این پلتفرم‌ها با استفاده از فناوری، فرآیندهای وام‌دهی و وام‌گیری را ساده‌تر کرده و فرصت‌های مالی جدیدی را برای هر دو طرف ایجاد می‌کنند. در این مطلب قصد داریم شما را با ۱۰ پلتفرم برتر وام‌دهی همتا به همتا که بازدهی بالاتری را برای سرمایه‌گذاران ارائه می‌دهند، در حالی که نرخ‌های

پایین‌تری را برای وام‌گیرندگان فراهم کرده و خدمات مالی را متحول می‌کنند، آشنا کنیم.



از زمان ظهور پلتفرم‌های پیشگام مانند Zopa و Prosper در سال ۲۰۰۵، چشم‌انداز وام‌دهی همتا به همتا به طور قابل توجهی تکامل یافته است و پلتفرم‌ها خدمات خود را برای پاسخگویی به نیازهای متغیر بازار گسترش داده‌اند. چارچوب‌های نظارتی مانند MiFID II از حفاظت‌های ضروری سرمایه‌گذاران اطمینان حاصل می‌کنند. این مطلب پلتفرم‌هایی با حجم وام قابل توجه، پایگاه کاربری گسترده و شهرت عالی در صنعت در بازارهای بریتانیا و جهانی را برجسته می‌کند.

۱۰ Peerform (ایالات متحده)

مدیرعامل: میکائل راپپورت

دفتر مرکزی: نیویورک، ایالات متحده آمریکا

نکته مرتبط: بازار وام‌دهی همتا به همتای آمریکایی متمرکز بر ارائه وام‌های شخصی به وام‌گیرندگان نزدیک به برتر (near-prime) با استفاده از یک الگوریتم پذیرهنویسی اختصاصی است.

Peerform که در سال ۲۰۱۰ توسط مدیران وال استریت تأسیس شد، به عنوان یک بازار وام‌دهی همتا به همتا عمل می‌کند که سرمایه‌گذاران آمریکایی را با وام‌گیرندگانی که به دنبال وام‌های شخصی هستند، عمدتاً برای ادغام بدهی و بازتأمین مالی کارت اعتباری، مرتبط می‌کند. الگوریتم اختصاصی Loan Analyzer آن، وام‌گیرندگان را فراتر از نمرات اعتباری سنتی ارزیابی می‌کند و درجات وامی را ایجاد می‌نماید که پروفایل‌های ریسک - بازده متفاوتی را به سرمایه‌گذاران ارائه می‌دهد. با وام‌هایی از ۴,۰۰۰ دلار آمریکا تا ۲۵,۰۰۰ دلار آمریکا و دوره‌های ۳۶ تا ۶۰ ماهه، Peerform بر بخش وام‌گیرندگان نزدیک به برتر تمرکز دارد و گزینه‌ای جایگزین برای وام‌دهندگان جریان اصلی ارائه می‌دهد.

peerform

۹- Linked Finance (ایرلند)

مدیرعامل: نیل او'گرادی
دفتر مرکزی: دوبلین، ایرلند

نکته مرتبط: بزرگترین پلتفرم وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا در ایرلند است که SME‌های ایرلندی را با سرمایه‌گذارانی که به دنبال حمایت از کسب‌وکارهای محلی هستند و در عین حال بازدهی جذابی کسب می‌کنند، مرتبط می‌کند.

Linked Finance که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد، به بزرگترین پلتفرم وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا در ایرلند تبدیل شده است و شرکت‌های کوچک و متوسط ایرلندی را با افرادی که به دنبال سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای محلی هستند، مرتبط می‌کند. این پلتفرم وام‌هایی از ۱۰,۰۰۰ یورو (۱۱,۰۳۸ دلار آمریکا) تا ۵۰۰,۰۰۰ یورو (۵۵۱,۰۰۰ دلار آمریکا) را در بخش‌های مختلفی از جمله خرده‌فروشی، تولید و مهمان‌داری تسهیل می‌کند. با یک فرآیند ارزیابی اعتبار دقیق که منجر به تأیید تنها حدود ۲۵٪ از درخواست‌ها می‌شود، Linked Finance بازدهی مورد انتظار ۶-۱۱٪ سالانه را به سرمایه‌گذاران ارائه می‌دهد. این سکو، بیش از ۲۵۰ میلیون یورو (۲۷۶ میلیون دلار آمریکا) وام را برای بیش از ۳,۵۰۰ کسب‌وکار ایرلندی تأمین مالی کرده است.



۸- Folk ۲ Folk (بریتانیا)

مدیرعامل: روی وارن
دفتر مرکزی: لانکستون، کورنوال، بریتانیا

نکته مرتبط: پلتفرم بریتانیایی متخصص در وام‌های تجاری تضمین شده به شرکت‌های روستایی و منطقه‌ای با تمرکز بر وام‌دهی با پشتوانه املاک هستند.

Folk ۲ Folk که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد، یک پلتفرم وام‌دهی هم‌تا به هم‌تا را اداره می‌کند که متخصص در وام‌های تجاری تضمین شده به شرکت‌های روستایی و منطقه‌ای در سراسر بریتانیا است.

تمام وام‌ها با پشتوانه املاک بریتانیا (معمولاً با نسبت وام به ارزش ۶۰٪) تضمین می‌شوند و حفاظت از دارایی ملموس را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کنند.

این پلتفرم یک مدل سرمایه‌گذاری ساده با بازده ثابت ۸.۷۵٪ سالانه و پرداخت سود ماهانه ارائه می‌دهد و بیش از ۷۶۰ میلیون پوند (۹۸۸ میلیون دلار آمریکا) وام را عمدتاً برای کسب‌وکارهای کشاورزی، مهمان‌داری و املاک در مناطق غیرشهری در سراسر حومه بریتانیا تسهیل کرده است.

FOLK 2 FOLK

۷- Mintos (اروپا - لتونی)

مدیرعامل: مارتینز سولته (هم‌بنیان‌گذار)
دفتر مرکزی: ریگا، لتونی

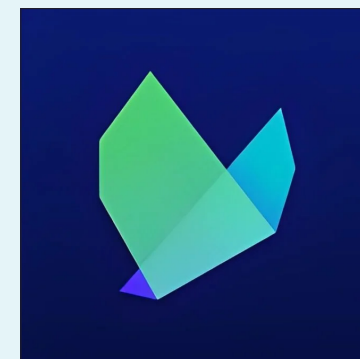
نکته مرتبط: پلتفرم سرمایه‌گذاری چند دارایی پیشرو اروپایی محسوب می‌شود که تحت MiFID تنظیم می‌شود و بیش از ۶۱۰ میلیون یورو دارایی تحت مدیریت در پایان سال ۲۰۲۳ دارد.

Mintos مستقر در لتونی که در سال ۲۰۱۴ تأسیس شد، به پلتفرم پیشرو سرمایه‌گذاری چند دارایی در اروپا تبدیل شده است و به طور قابل توجهی از رقبای منطقه‌ای خود پیشی گرفته است. در ابتدا سرمایه‌گذاران را با وام‌های شرکت‌های وام‌دهنده شخص ثالث در چندین بازار متصل می‌کرد، اما در سال ۲۰۲۱ مجوزهای MiFID را به دست آورد که امکان گسترش استراتژیک به اوراق قرضه کسری و صندوق‌های قابل معامله در بورس را فراهم کرد. چارچوب نظارتی این پلتفرم حفاظت‌های بیشتری را برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌کند و در عین حال از استراتژی تنوع‌بخشی آن حمایت می‌کند. Mintos با جذب بیش از ۵۰۰,۰۰۰ کاربر ثبت‌نام شده و جمع‌آوری ۶۱۱ میلیون یورو (۶۷۴ میلیون دلار آمریکا) دارایی تحت مدیریت، تجربه سرمایه‌گذاری روان را از طریق رابط کاربری بصری خود ارائه می‌دهد.

mintos

۶- October (فرانسه / اروپا)

مدیرعامل: اولیویه گوی
دفتر مرکزی: پاریس، فرانسه
نکته مرتبط: پلتفرم وامدهی SME در سطح اروپا است که در فرانسه، اسپانیا، ایتالیا، هلند و آلمان فعالیت می‌کند و بر تأمین مالی تجاری تمرکز دارد.
October که در سال ۲۰۱۴ (در ابتدا با نام Lendix) تأسیس شد، خود را به عنوان یک پلتفرم وامدهی SME پیشرو اروپایی معرفی کرده است که در فرانسه، اسپانیا، ایتالیا، هلند و آلمان فعالیت می‌کند. این پلتفرم به سرمایه‌گذاران فردی و نهادی امکان می‌دهد تا مستقیماً وام‌هایی را به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط با مبالغی از ۳۰,۰۰۰ یورو (۳۳,۰۰۰ دلار آمریکا) تا ۵ میلیون یورو (۵.۵ میلیون دلار آمریکا) تأمین مالی کنند. October از الگوریتم‌های اختصاصی امتیازدهی اعتبار در کنار تحلیل سنتی برای ارزیابی کسب‌وکارها استفاده می‌کند و بیش از ۸۴۰ میلیون یورو (۹۲۷ میلیون دلار آمریکا) وام را برای بیش از ۳,۳۰۰ پروژه تسهیل کرده است، در حالی که دسته‌بندی ریسک شفاف را حفظ می‌کند.



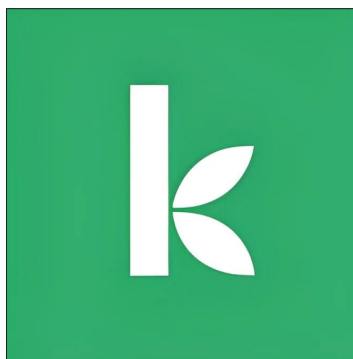
۵- Assetz Capital (بریتانیا)

مدیرعامل: استوارت لائو
دفتر مرکزی: منچستر، بریتانیا
نکته مرتبط: پلتفرم بریتانیایی متمرکز بر وامدهی تضمین شده به SMEها، توسعه‌دهندگان املاک و پروژه‌های انرژی تجدیدپذیر است که تمام وام‌هایش با پشتوانه املاک تضمین می‌شوند.
Assetz Capital که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد، به یکی از بزرگترین پلتفرم‌های وامدهی همتا به همتا در بریتانیا تبدیل شده است که متخصص در وام‌های تضمین شده به SMEها، توسعه‌دهندگان املاک و پروژه‌های انرژی تجدیدپذیر است. با تمام وام‌های تضمین شده در برابر دارایی‌های ملموس (عمدتاً املاک)، این پلتفرم چندین حساب سرمایه‌گذاری را ارائه می‌دهد که بازده هدفمند ۴.۱٪ تا ۱۲٪ را بسته به پروفایل ریسک ارائه می‌دهند. Assetz Capital با تسهیل بیش از ۱.۵ میلیارد پوند (۱.۹ میلیارد دلار آمریکا) وام به کسب‌وکارهای بریتانیایی، هم بر انتخاب دقیق امنیت و هم بر تأثیر اجتماعی - اقتصادی وامدهی خود تأکید می‌کند و از ایجاد بیش از ۸,۰۰۰ شغل و ۶,۰۰۰ خانه حمایت کرده است.



۴- Kiva (جهانی - دفتر مرکزی در ایالات متحده)

مدیرعامل: ویشال گوئر
دفتر مرکزی: سانفرانسیسکو، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا
نکته مرتبط: سازمان غیرانتفاعی متمرکز بر شمول مالی با وام‌هایی است که عمدتاً از طریق مشارکت‌های فردی از ۲۵ دلار آمریکا تأمین مالی می‌شوند.
این سازمان غیرانتفاعی که در سال ۲۰۰۵ تأسیس شد، وام‌دهندگان را با کارآفرینان در کشورهای در حال توسعه در سراسر جهان مرتبط می‌کند.
وام‌ها از ۲۵ دلار آمریکا شروع می‌شوند، با نرخ بازپرداخت چشمگیر ۹۶.۳٪ که پایداری مدل را نشان می‌دهد.
Kiva بیش از ۲.۱ میلیارد دلار آمریکا را در ۸۳ کشور تسهیل کرده و از طریق شبکه شرکای میدانی خود به ۵ میلیون وام‌گیرنده رسیده است. از طریق پلتفرم سرمایه‌گذاری جمعی خود، Kiva به افراد این امکان را می‌دهد تا با حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، آموزش و کشاورزی در جوامع محروم، تأثیر مستقیمی بر کاهش فقر جهانی داشته باشند.



۳- PeerBerry (اروپا - کرواسی / لیتوانی)

مدیرعامل: آروناس لکاوچیوس
دفتر مرکزی: زاگرب، کرواسی (قانونی) / ویلنیوس، لیتوانی (مرکز عملیاتی)
نکته مرتبط: از سال ۲۰۱۷ بیش از ۲.۸۹ میلیارد یورو (۳.۶۹ میلیارد دلار آمریکا) وام را تسهیل کرده است و بیشتر وامها از وامدهندگان گروه وابسته Aventus تأمین شده‌اند.
PeerBerry که در سال ۲۰۱۷ راهاندازی شد، سرمایه‌گذاری در وامهای مصرفی کوتاه‌مدت، تأمین مالی تجاری و فرصت‌های املاک و مستغلات را در سراسر اروپا ارائه می‌دهد. این پلتفرم بیش از ۲.۸۹ میلیارد یورو (۳.۶۹ میلیارد دلار آمریکا) وام را تسهیل کرده و نزدیک به ۱۰۰,۰۰۰ سرمایه‌گذار را با بازده سالانه متوسط ۱۰-۱۲٪ جذب کرده است. PeerBerry یک چارچوب مدیریت ریسک قوی شامل ضمانت‌های شریک و تعهدات بازخرید را اجرا می‌کند. این پلتفرم با داشتن روابط نزدیک با گروه وامدهی Aventus، که بیشتر وامهای موجود را تأمین می‌کند، با موفقیت از شرایط پیچیده بازار عبور کرده است، از جمله بازپرداخت سرمایه‌گذاران برای وامهای اوکراینی که تحت تأثیر جنگ قرار گرفته بودند.

۲- Bondora (استونی)

مدیرعامل: پارتل تومبرگ
دفتر مرکزی: تالین، استونی
نکته مرتبط: پلتفرم هم‌تا به هم‌تای مستقر در استونی است که وامهای مصرفی فرامرزی را در سراسر اروپا با سازنده پورتفوی خودکار Go & Grow ارائه می‌دهد.
Bondora که در سال ۲۰۰۸ تأسیس شد، سرمایه‌گذارانی از ۱۰۰ کشور جهان را با وام‌گیرندگان در فنلاند، استونی و اسپانیا مرتبط می‌کند.
محصول برجسته آن، Go & Grow، سرمایه‌گذاری ساده شده با بازده هدف ۶.۷۵٪ و نقدینگی فوری را ارائه می‌دهد. Bondora با تسهیل بیش از ۸۵۰ میلیون یورو (۹۳۸ میلیون دلار آمریکا) وام به بیش از ۲۳۰,۰۰۰ وام‌گیرنده، شفافیت کامل عملکرد وام را با تمام داده‌های تاریخی در دسترس عموم حفظ می‌کند.



PROSPER

۱- Prosper Marketplace (ایالات متحده)

مدیرعامل: دیوید کیمبال
دفتر مرکزی: سانفرانسیسکو، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا
نکته مرتبط: در سال ۲۰۰۵ تأسیس شد و اولین پلتفرم وامدهی هم‌تا به هم‌تا در ایالات متحده بود که تا به امروز بیش از ۲۸ میلیارد دلار آمریکا وام را تسهیل کرده است.
Prosper که در سال ۲۰۰۵ به عنوان اولین پلتفرم وامدهی هم‌تا به هم‌تا در آمریکا تأسیس شد، تعهد خود را به سرمایه‌گذاران خرد در کنار سرمایه‌گذاری حفظ کرده و روح اصلی هم‌تا به هم‌تا را نگه داشته است.
آن‌ها وامهای شخصی از ۲,۰۰۰ دلار آمریکا تا ۵۰,۰۰۰ دلار آمریکا را برای ادغام بدهی، بهبود خانه و هزینه‌های عمده، به همراه محصولات حقوق صاحبان سهام خانه و کارتهای اعتباری ارائه می‌دهند.
Prosper با تسهیل بیش از ۲۸ میلیارد دلار آمریکا وام به بیش از ۲ میلیون وام‌گیرنده، داده‌های تاریخی را به سرمایه‌گذاران ارائه می‌کند که میانگین نرخ بازدهی ۵.۳٪ را نشان می‌دهد. سابقه تقریباً دو دهه‌ای آن‌ها ثبات مدل کسب‌وکارشان را در چرخه‌های اقتصادی مختلف به اثبات رسانده است.

عصر جدید فین تک: با کارمندان دیجیتال و کارخانه‌های هوش مصنوعی آشنا شوید

در واقع، هوش مصنوعی از یک «پاسخ‌دهنده» به یک «انجام‌دهنده» تبدیل می‌شود؛ یک همکار دیجیتال که می‌تواند وظایف پیچیده را به‌طور مستقل مدیریت کند. مثلاً، در یک بانک، هوش مصنوعی عامل می‌تواند به‌طور خودکار پرونده‌های وام را بررسی کرده، ریسک را ارزیابی کند و حتی تصمیم بگیرد که آیا وام تصویب شود یا خیر.

کارخانه هوش مصنوعی: خط تولید کارمندان دیجیتال

حالا تصور کنید یک سازمان بزرگ بخواهد از هزاران مورد از این عامل‌های هوشمند برای وظایف مختلف استفاده کند. مدیریت این حجم از «کارمندان دیجیتال» بدون یک ساختار منسجم، غیرممکن است. اینجاست که مفهوم کارخانه هوش مصنوعی (AI Factory) وارد میدان می‌شود.

کارخانه هوش مصنوعی یک پلتفرم مرکزی است که به شرکت‌ها اجازه فعالیت‌های زیر را می‌دهد:

- طراحی و ساخت: عامل‌های هوشمند جدید را برای وظایف خاص بسازند.
- مدیریت و نظارت: بر عملکرد همه عامل‌ها نظارت کرده و امنیت آن‌ها را تضمین کنند.
- استقرار و به‌روزرسانی: آن‌ها را در بخش‌های مختلف سازمان به کار گرفته و به‌راحتی به‌روز نگه دارند.

مجازی بانک می‌پرسید «مانده حساب من چقدر است؟»، هوش مصنوعی به سرعت جواب می‌دهد. اما هوش مصنوعی عامل یک گام بزرگ رو به جلو است. تصور کنید به جای یک ابزار ساده، یک تیم از کارمندان دیجیتال هوشمند در اختیار دارید که نه تنها پاسخ می‌دهند، بلکه می‌توانند وظایف پیچیده را به‌طور مستقل انجام دهند. شما یک هدف کلی را برای آن‌ها مشخص می‌کنید (مثلاً «ریسک اعتباری این مشتری را ارزیابی کن») و این «عامل‌ها» به‌طور مستقل برای رسیدن به آن هدف تلاش می‌کنند. به عنوان مثال، فرض کنید یک مشتری درخواست وام می‌کند. هوش مصنوعی عامل می‌تواند به‌طور خودکار سابقه مالی مشتری را بررسی کند، درآمد و هزینه‌های او را تحلیل کند و حتی با بررسی رفتار مالی گذشته‌اش، احتمال بازپرداخت وام را پیش‌بینی کند.

یک عامل هوش مصنوعی می‌تواند:

- استدلال کند: هدف را درک کرده و بهترین مسیر را برای رسیدن به آن تحلیل کند.
- برنامه‌ریزی کند: وظایف را به مراحل کوچک‌تر تقسیم کند.
- از ابزارها استفاده کند: به اینترنت دسترسی پیدا کند، کد اجرا کند یا از پایگاه‌های داده اطلاعات استخراج کند.
- اقدام کند: بر اساس نتایج، تصمیم‌گیری کرده و وظیفه را به سرانجام برساند.

فین تک (Fintech)، مخفف فناوری مالی (Financial Technology)، صنعتی است که از نوآوری‌های تکنولوژیکی برای بهبود و تحول خدمات مالی استفاده می‌کند. از اپلیکیشن‌های پرداخت موبایلی مثل پی‌پال (PayPal) گرفته تا سیستم‌های بلاکچین و ارزهای دیجیتال، فین تک در سال‌های اخیر به یکی از پویاترین حوزه‌های فناوری تبدیل شده است. وقتی صحبت از هوش مصنوعی (AI) در دنیای فین تک به میان می‌آید، ذهن اکثر ما به سمت چت‌بات‌ها (Chatbots) یا ابزارهای تحلیل داده می‌رود. چت‌بات‌ها ربات‌های گفتگو محور هستند که به سوالات کاربران پاسخ می‌دهند، مانند دستیار مجازی بانک‌ها که به سوالات مشتریان درباره مانده حساب یا نرخ سود پاسخ می‌دهد. اما این‌ها تنها بخش کوچکی از یک انقلاب بزرگ‌تر هستند.

موج بعدی نوآوری در راه است و قرار است نحوه عملکرد بانک‌ها، شرکت‌های بیمه و کل صنعت مالی را متحول کند. بر اساس مقاله‌ای جدید از وبسایت تحلیلی Fintech Futures، سه مفهوم کلیدی این انقلاب را هدایت می‌کنند: هوش مصنوعی عامل (Agentic AI)، کارخانه‌های هوش مصنوعی (AI Factories) و گردش کارهای هوشمند کشف ثقل.

فراتر از پاسخ‌گویی: معرفی هوش مصنوعی عامل

هوش مصنوعی سنتی بیشتر یک ابزار واکنشی است؛ شما سؤالی می‌پرسید و او پاسخ می‌دهد. مثلاً، وقتی از دستیار

این فناوری‌ها در حال تغییر بازی هستند. به عنوان مثال، در آینده نزدیک، ممکن است بانک‌ها بتوانند به‌طور خودکار و بر اساس رفتار مالی شما، پیشنهادهای وام یا سرمایه‌گذاری شخصی‌سازی شده ارائه دهند. یا شرکت‌های بیمه بتوانند به‌طور لحظه‌ای ریسک را ارزیابی کرده و حق بیمه را تنظیم کنند. این دیگر داستان علمی-تخیلی نیست، بلکه یک واقعیت تجاری است که شرکت‌های پیشرو در حال سرمایه‌گذاری روی آن هستند. در آینده‌ای نزدیک، رابطه ما با خدمات مالی توسط این «همکاران دیجیتال» هوشمند، سریع‌تر، امن‌تر و کارآمدتر از همیشه خواهد بود. مثال نهایی: تصور کنید شما صاحب یک کسب‌وکار کوچک هستید و درخواست وام می‌کنید. به جای انتظار چند روزه برای بررسی پرونده، هوش مصنوعی عامل در چند دقیقه پرونده شما را تحلیل کرده، ریسک را ارزیابی می‌کند و وام را تصویب می‌کند. این دقیقاً آینده‌ای است که فین‌تک با هوش مصنوعی عامل و کارخانه‌های هوش مصنوعی رقم خواهد زد.

تراکنش‌های مشتری را بررسی کند، اطلاعات را با منابع داده خارجی مقایسه کند و حتی الگوهای رفتاری دیجیتال او را تحلیل کند.

۳. تصمیم‌گیری: بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده، عامل تصمیم می‌گیرد که آیا تراکنش واقعاً کلاهبرداری است یا خیر.

۴. اقدام فوری: اگر تقلب تأیید شود، عامل می‌تواند فوراً تراکنش را مسدود کند، حساب را موقتاً معلق کرده و از طریق کانال امنی (مثلاً اپلیکیشن بانک) به مشتری اطلاع دهد.

تمام این مراحل در چند ثانیه و بدون نیاز به دخالت انسان انجام می‌شود. این یعنی امنیت بالاتر برای مشتریان و کاهش چشمگیر هزینه‌ها برای مؤسسات مالی.



آینده‌ای که همین امروز آغاز شده است

ترکیب هوش مصنوعی عامل و کارخانه‌های هوش مصنوعی، درهای جدیدی را به روی نوآوری در فین‌تک باز می‌کند. از ارائه خدمات مالی فوق شخصی‌سازی شده گرفته تا خودکارسازی کامل فرایندهای وام‌دهی و مدیریت ریسک،

این کارخانه مانند یک خط تولید پیشرفته عمل می‌کند که به‌جای خودرو، «عامل‌های هوشمند» متخصص تولید کرده و آن‌ها را با بالاترین استانداردها مدیریت می‌کند. به عنوان مثال، در یک شرکت بیمه، کارخانه هوش مصنوعی می‌تواند عامل‌هایی را تولید کند که به‌طور خودکار پرونده‌های خسارت را بررسی کرده، مدارک را تحلیل و مبلغ غرامت را محاسبه کنند.

شکارچیان کلاهبرداری هوشمند: یک نمونه کاربردی

برای درک بهتر این فناوری، بیایید به یکی از مهم‌ترین چالش‌های دنیای مالی یعنی کشف تقلب نگاه کنیم. تقلب مالی یکی از بزرگترین تهدیدات برای مؤسسات مالی است و سالانه میلیاردها دلار خسارت به بار می‌آورد.

روش سنتی: یک سیستم، تراکنش مشکوکی را شناسایی کرده و یک هشدار برای تحلیلگر انسانی ارسال می‌کند. سپس تحلیلگر باید به‌صورت دستی اطلاعات را از منابع مختلف جمع‌آوری، بررسی و در نهایت تصمیم‌گیری کند. این فرایند زمان‌بر و مستعد خطای انسانی است. مثلاً، ممکن است تحلیلگر به دلیل خستگی یا اشتباه در تحلیل، یک تراکنش مشکوک را نادیده بگیرد.

روش هوش مصنوعی عامل:

۱. شناسایی: یک عامل هوشمند، تراکنشی غیرعادی را شناسایی می‌کند. مثلاً، اگر مشتری معمولاً در تهران خرید می‌کند، اما ناگهان تراکنشی از یک کشور خارجی ثبت شود، عامل آن را مشکوک تشخیص می‌دهد.

۲. تحقیق خودکار: عامل به‌طور خودکار یک گردش کار (Workflow) را آغاز می‌کند. این عامل می‌تواند سابقه

رشد نزدیک به ۷۰۰ درصدی سود خالص تلفیقی هلدینگ صاد در سال ۱۴۰۳



مجمع عادی سالیانه شرکت کارت ایران (هلدینگ فن آوری و نوآوری صاد)، منتهی به ۳۰ اسفند ۱۴۰۳، روز شنبه دهم خردادماه ۱۴۰۴ برگزار شد و گزارش هیات مدیره و گزارش حسابرسی رسمی این شرکت به تایید اعضای مجمع رسید. در این مجمع مشخص شد که سود خالص تلفیقی شرکت کارت ایران در سال ۱۴۰۳ (نسبت به سال قبل) ۶۹۴ درصد و درآمدهای عملیاتی آن، ۲۰۸ درصد رشد داشته است.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، در ابتدای این مجمع که ریاست آن برعهده دکتر نصراله‌بی بود، گزارش جامعی از عملکرد هیات مدیره هلدینگ در راستای همگام‌سازی و هم‌افزایی خانواده صاد و همچنین شتاب‌بخشی به روند تحول دیجیتال در بدنه بانک صادرات ایران به شکل تصویری ارائه شد و سپس گزارش حسابرسی رسمی از عملکرد مالی هلدینگ مورد قرائت و تایید قرار گرفت. رشد ۶۹۴ درصدی سود خالص تلفیقی و رشد ۲۰۸ درصدی درآمدهای عملیاتی و ارتقای محسوس انضباط مالی هلدینگ صاد از شاخص‌ترین دستاوردهایی بود که در این جلسه مورد تایید قرار گرفت.

همچنین «اصلاح ساختار شرکت‌های وابسته و ایجاد مکانیزم نظارتی کارآمد بر عملکرد آن‌ها»، «تدوین سند راهبردی هلدینگ و پیاده‌سازی استراتژی مدیریتی OKR در کل خانواده صاد»، «اصلاح و تقویت زیرساخت‌های امنیتی و اطلاعاتی» و تقویت فعالیت کمیته‌های تخصصی همچون کمیته مالی و سرمایه انسانی، کمیته حسابرسی، کمیته روابط عمومی و... نیز از جمله شاخص‌ترین اقدامات صورت گرفته در سال ۱۴۰۳ بود که از سوی هیات مدیره هلدینگ در مجمع معرفی شد.



شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد موفق به اخذ مجوز آزمون و ارزیابی امنیتی شد

شایان ذکر است، شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد، از شرکت‌های تخصصی خانواده هلدینگ فناوری و نوآوری صاد متعلق به بانک صادرات ایران است که فعالیت رسمی خود را از نیمه دوم سال ۱۴۰۲ آغاز کرده و مأموریت آن تحقق افق تحول دیجیتال بانک صادرات ایران و نیز ارائه سرویس‌های امنیتی، زیرساختی و شبکه‌ای بانک صادرات ایران و نیز کلیه شرکت‌های تابعه هلدینگ فناوری و نوآوری صاد (کارت ایران) است.



شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد به عنوان یکی از مهمترین ارکان تحقق تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند در مجموعه بانک صادرات ایران و هلدینگ صاد، در تداوم پیشرفت‌های خود در مسیر ارتقای سطح بلوغ امنیتی و تقویت توانمندی‌های تخصصی، موفق به اخذ مجوز فعالیت در حوزه آزمون و ارزیابی امنیتی از مرکز راهبردی افتا شد.

کسب این مجوز گامی مهم در مسیر توسعه خدمات تخصصی امنیت سایبری در حوزه بانکی و ارائه راهکارهای به‌روز و مطمئن در امنیت صنعت بانکداری بویژه بانک صادرات ایران به شمار می‌رود.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، به نقل از روابط عمومی شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد، این مجوز پس از طی مراحل دقیق ارزیابی و بررسی‌های فنی از سوی مراجع ذیصلاح صادر شده که نشان‌دهنده انطباق کامل این شرکت با الزامات و استانداردهای امنیتی ملی در حوزه فناوری اطلاعات و امنیت سایبری است.

دکتر سیفی: بدون تحول دیجیتال از دایره رقابت صنعت بانکداری حذف خواهیم شد

و محصولات نوین، به نیازهای آنها پاسخ دهند از این رو توقع دارند که مدل بانکداری مان را تغییر دهیم و متناسب با نیاز بخش‌های مختلف اقتصادی به آنها خدمت‌رسانی کنیم.

وی تأکید کرد: این روند پرسرعت در کشور ما نیز تا جایی اهمیت یافته که اگر در سال ۱۴۰۴ فرهنگ بانکداری مان را اصلاح نکنیم، نمی‌توانیم رقابت کنیم.

سیفی با ادای احترام به رئیس‌جمهور شهید و شهدای خدمت از جمله شهید مالک رحمتی، گفت: شهید مالک رحمتی کمک بزرگی به بانک صادرات ایران کرد و اگر زحمات او نبود، مهمترین مرحله افزایش سرمایه بانک از محل سلب حق تقدم از سهامداران، پس از ۲۳ سال، رقم نمی‌خورد.

سیفی لزوم رعایت دقیق بهداشت اعتباری در پرداخت تسهیلات را مورد تأکید قرار داد و افزود: در ۲۰ ماه گذشته پس از سال‌ها در بانک صادرات ایران سود عملیاتی حاصل شده و این نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های عملکردی بانک در ریل درستی قرار گرفته است.

وی در جمع کارکنان و مدیران مدیریت شعب بانک در استان خراسان رضوی بر پاسداشت دستاوردهای بانک در این استان و مجموعه بانک صادرات ایران تأکید کرد و از زحمات محسن دباغ مدیر شعب سابق بانک در این استان قدردانی کرد و برای محمد احمدی‌زاده مدیر شعب جدید و سایر مدیران و کارکنان در خدمت‌رسانی به مردم و بنگاه‌های اقتصادی خراسان رضوی آرزوی موفقیت کرد.



به گزارش پایگاه خبری نت صاد، محسن سیفی در مراسم تکریم و معرفی مدیر شعب بانک صادرات ایران در استان خراسان رضوی با بیان این مطلب، افزود: مدل بانکداری در دنیا با سرعت در حال تغییر است و مشتریان و شرکای تجاری به دلیل نیازهای متنوع و متفاوت، از بانک‌ها توقع دارند که با استفاده از روش‌ها

مدیرعامل بانک صادرات ایران همزمان با سالروز شهادت شهدای خدمت در مشهد مقدس، اصلاح فرهنگ بانکداری و حرکت به سمت تحول دیجیتال را رکن اصلی ماندگاری در بازار رقابت در نظام بانکی دانست.

سامانه یکپارچه گذرگاه مرکزی API بانک صادرات ایران رونمایی شد

تعامل‌پذیری دولت و جمعی از مدیران ارشد بانک صادرات ایران در سالن اجتماعات ساختمان غدیر این بانک برگزار شد، با اشاره به ضرورت حرکت نظام بانکی به سمت بهره‌گیری هوشمندانه از فناوری اطلاعات گفت: بانکداری آینده، بدون تردید بر پایه هوش مصنوعی و خدمات پلتفرمی بنا خواهد شد. هدف نهایی ما باید در درجه اول، تسهیل خدمت‌رسانی کارکنان شعب و در درجه دوم، ملموس بودن این تغییرات برای خود مشتریان باشد.

به گزارش پایگاه خبری نت‌صاد، عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات ایران در آیین رونمایی از سامانه یکپارچه گذرگاه مرکزی API (سیگما) گفت: رونمایی از این سامانه، گامی در جهت تحقق بانکداری بر پایه هوش مصنوعی و ارائه خدمات پلتفرمی است و ملموس بودن و تسهیل خدمت‌رسانی به مشتریان باید مورد توجه قرار گیرد. یاسر مرادی در این آیین که با حضور مسعود همدانلو، دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات و رئیس کارگروه



همزمان با میلاد مبارک حضرت امام رضا (ع)، طی مراسمی با حضور دکتر مرادی، عضو هیات مدیره بانک صادرات ایران و دکتر روحانی، مدیرعامل هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، از سامانه یکپارچه گذرگاه مرکزی API با نام سیگما رونمایی شد.

سیگما دروازه ورود به دنیای بانکداری هوشمند و آینده بانکداری

یاسر مرادی در این مراسم با تأکید بر اینکه «سیگما» تجسم عملی شعار پایان پیچیدگی، آغاز هوشمندی است، اظهار داشت: رونمایی از سیگما به معنای ورود بانک صادرات ایران به دوره‌ای نوین از بانکداری هوشمند و پلتفرمی است. ما دیگر نمی‌توانیم با ابزارها و نگرش‌های سنتی، در میدان رقابت بانکداری مدرن بمانیم. این زیرساخت امکان توسعه و پشتیبانی فرآیندهای پیچیده و زمان‌بر و افزایش سرعت دسترسی به سرویس‌ها را فراهم می‌کند. سیگما نه فقط یک ابزار فنی ارزشمند، بلکه مقدمه استقرار یک نگرش تحول آفرین در مدل

کسب‌وکار بانک در سال‌های آینده خواهد بود. عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات ایران افزود: بانک صادرات ایران با برخورداری از سرمایه انسانی متخصص و متعهد در حوزه فناوری، ظرفیت بزرگی برای تحول دارد. امروز، تحول دیجیتال برای ما انتخاب نیست، بلکه ضرورتی برای بقا و رقابت‌پذیری است. هوش مصنوعی، فناوری‌های مالی و نوآوری باز، سه محور کلیدی در آینده بانکداری هستند که سیگما آن‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد.

او ادامه داد: در گذشته، کارکنان شعب با قطعی‌های مکرر و آزاردهنده سامانه‌های حیاتی همانند ثبت احوال مواجه بودند؛ این موضوع نه تنها باعث سردرگمی همکاران

و مشتریان ما می‌شد بلکه در زمان‌های پرتراфик، کارایی خدمت‌رسانی را به شدت کاهش می‌داد. سیگما آمده تا این مشکلات را به صورت ریشه‌ای حل کند. با کاهش تعداد کلیک و عدم نیاز به ثبت دستی بسیاری از اطلاعات، حذف رفت و برگشت‌های بی‌دلیل میان سامانه‌های متعدد و تجمیع فرایندها، می‌توانیم تجربه‌ای جذاب، سریع، ساده و دقیق به مشتریان ارائه کنیم. مرادی همچنین تأکید کرد: در آینده نه چندان دور، بسیاری از فرآیندها در شعب با دستیارهای هوشمند انجام خواهد شد. سیگما نخستین و مهمترین گام ما برای رسیدن به این چشم‌انداز است. همان‌طور که در چک الکترونیک و سامانه توثیق پیشرو بوده‌ایم، امروز نیز به یاری خداوند متعال در مسیر بانکداری هوشمند پیش‌قدم خواهیم بود.

پایداری و ارتقای کیفیت سرویس‌ها با سیگما

مدیر پروژه سیگما و رئیس اداره کل هوشمندسازی و نوآوری بانک صادرات ایران در ادامه مراسم، با اشاره به روند طراحی سامانه گفت: مسأله ما روشن بود: نخست، ناپایداری مداوم و آزاردهنده سرویس‌های برون سازمانی که موجی از نارضایتی در بین همکاران و مشتریان ایجاد کرده بود؛ دوم عدم امکان پیاده‌سازی بسیاری از پروژه‌های هوش مصنوعی به دلیل فقدان اطلاعات کافی و دقیق از مشتریان بود. سوم معماری اسپاگتی و نقطه‌به‌نقطه سامانه‌ها که هزینه توسعه و پشتیبانی را بالا برده و مدیریت عملیات را دشوار کرده بود. هادی امینی‌فرد با اشاره به اینکه در مواجهه با معماری



سنتی به بانکداری هوشمند معرفی شد. «سیگما» با هدف افزایش پایداری و مدیریت متمرکز هزاران وب سرویس برون‌سازمانی، پایش لحظه‌ای عملکرد و فراهم‌سازی زیرساخت هوش مصنوعی در بانک صادرات ایران طراحی و پیاده‌سازی شده است.

سیگما، نه فقط یک پروژه فناوری بلکه یک راهبرد سازمانی برای آینده بانک صادرات ایران است. این سامانه با تکیه بر رویکرد نوآوری باز بانک را برای نقش‌آفرینی جدی و هوشمندانه در عرصه بانکداری آینده آماده می‌کند.

در چشم‌اندازی روشن، سیگما پلی از بانکداری سنتی امروز به بانکداری هوشمند فردا است.

امینی‌فرد به سرویس‌های پیاده‌سازی شده در سیگما اشاره کرد و گفت: در حال حاضر ۱۸ وب سرویس ثبت احوال، شاهکار، شناسه ملی اشخاص حقوقی، واریز یارانه‌ها، استعلام وام ازدوج و فرزندآوری، امضاداران مجاز، دهک وسع، تمبر الکترونیک، ضمانت‌نامه گمرکی، کدپستی و... بر بستر سیگما پیاده‌سازی و چندین سرویس دیگر از جمله سفته الکترونیک، برات الکترونیک، استعلام نظام وظیفه، استعلام مدرک تحصیلی، استعلام معاملاتی اشخاص و... در حال پیاده‌سازی نهایی است

سیگما پلی از بانکداری سنتی به بانکداری هوشمند

سامانه یکپارچه گذرگاه مرکزی API (سیگما) به‌عنوان زیرساختی راهبردی و فناورانه برای گذار از بانکداری

پراکنده و هزینه‌بر، نیازمند بازتعریف زیرساخت بانک بودیم گفت: رشد نمایی سامانه‌ها و افزایش هزینه‌های استعلام، به‌ویژه در سرویس ثبت احوال، ما را به این جمع‌بندی رساند که بدون زیرساختی متمرکز و هوشمند، امکان ادامه مسیر وجود ندارد.

او افزود: سیگما اکنون امکان بهره‌برداری از بیش از ۳۷۵۰ وب‌سرویس فعلی متعلق به بیش از هزار دستگاه در سطح کشور که توسط سازمان فناوری اطلاعات ارایه می‌شود را دارد و پایداری و کیفیت سرویس‌ها را به‌صورت چشم‌گیر ارتقاء می‌دهد. این زیرساخت یک واسط دوسویه میان بانک و نهادهای بیرونی است که داده‌ها را به‌صورت یکپارچه در قالب API به برنامه‌های کاربردی و سامانه‌های اختصاصی واحدهای داخلی بانک منتقل می‌کند.





دهمین رتبه اول گواهینامه صلاحیت انفورماتیک ساجات برای شرکت مفاخر

یک این شرکت از ۹ رشته به ۱۰ رشته ارتقا یافته است. بدین ترتیب شرکت مفاخر از این پس می‌تواند به بالاترین رتبه صلاحیت ساجات، در مناقصات فروش و پشتیبانی ابررایانه‌های مین فریم نیز رقابت کند. مقایسه رتبه‌های اول شرکت مفاخر در قیاس با شرکت‌های هم‌تراز آن بدین شرح است:

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، سازمان برنامه و بودجه کشور گواهی‌نامه صلاحیت شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی را پس از بررسی مدارک و قراردادهای روزرسانی کرده و صلاحیت این شرکت را ارتقا بخشیده است. در گواهینامه جاری که تا پایان فروردین ۱۴۰۶ اعتبار دارد و نسخه دیجیتال آن در سامانه ساجات سازمان برنامه و بودجه در دسترس است، رشته‌های دارای صلاحیت رتبه

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر) از اعضای مهم هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، برای دهمین بار موفق به کسب رتبه اول گواهینامه صلاحیت انفورماتیک سامانه ساجات شد.

تعداد رتبه اول کسب شده	نام شرکت
۱۰	توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی
۱۲	داده ورزی فرادیس البرز
۱۲	زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان (متعلق به هلدینگ فناپ)
۱۱	فناوری اطلاعات و ارتباطات پاسارگاد آریان
۸	بهسازان ملت

صادقپور به عنوان معاون امنیت اطلاعات شرکت زیرساخت صاد انتخاب شد

با حکم سعید جمالی، مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد، محمد صادقپور به عنوان معاون امنیت اطلاعات این شرکت منصوب شد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد صادقپور که دارای مدرک کارشناسی ارشد کامپیوتر از دانشگاه Sheffield انگلستان است، فعالیت حرفه‌ای خود را در حوزه امنیت اطلاعات از سال ۱۳۹۱ آغاز کرده و مدرک مدیریت تخصصی امنیت سایبری را از دانشگاه Georgia State آمریکا اخذ کرده است. از جمله سوابق اجرایی او می‌توان به ریاست مرکز عملیات امنیت سایبری هلدینگ داده ورزی سداد اشاره کرد. شایان ذکر است، شرکت مدیریت و راهبری زیرساخت صاد، از شرکت‌های تخصصی خانواده هلدینگ فن‌آوری و نوآوری صاد متعلق به بانک صادرات ایران است که فعالیت رسمی خود را از سال ۱۳۹۳ آغاز کرده و مأموریت آن ارائه سرویس‌های امنیتی، زیرساختی و شبکه‌ای به بانک صادرات ایران و نیز کلیه شرکت‌های تابعه هلدینگ فناوری و نوآوری صاد (کارت ایران) است.



حرکت بانک صادرات ایران به سمت بانکداری هوشمند شتاب می‌گیرد



عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات ایران در مراسم اختتامیه همایش سراسری مدیران این بانک، استفاده از فناوری‌های نوین و ابزارهای بانکداری مدرن را ضرورت مدل‌های کسب و کار نوین صنعت بانکداری معرفی و تأکید کرد که مسیر بانک صادرات ایران، عبور از بانکداری سنتی حضوری شعبه محور و حرکت به سوی بانکداری پلتفرمی و هوشمند است. به اذعان وی، هر میزان که بدنه صادرات زودتر در این مسیر گام بردارد، آینده روشن‌تری برای بانک رقم خواهد خورد.

لزوم رشد متوازن منابع در تمام شعب

وی با اشاره به لزوم تلاش برای ایجاد تناسب کافی در بهره‌مندی متوازن مشتریان از تسهیلات بانکی، این دغدغه را یکی از مهم‌ترین ریسک‌های فعلی بانک دانست و خواستار رشد متوازن منابع در شعب شد.

عضو هیئت‌مدیره بانک در بخش دیگری از سخنان خود توجه به بانکداری خرد را مورد اشاره قرار داد و تأکید کرد: بانک صادرات ایران از ابتدا توسط مرحوم مفرح بر پایه بانکداری خرد بنیان

به گزارش نت‌صاد یاسر مرادی در این همایش برخی شاخص‌های کلیدی عملکرد بانک از جمله نسبت سرانه سپرده به کارکنان، ترکیب تسهیلات و منابع بانک را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد و اظهار کرد: در حال حاضر ۵۶ درصد از مانده تسهیلات بانک صادرات ایران به اشخاص حقوقی اختصاص دارد و این در حالی است که سهم این گروه از سپرده‌های بانک، تنها ۲۳ درصد است و تلاش برای تغییر در این نسبت برای عدالت تسهیلاتی و پرهیز از ریسک تمرکز ضرورت دارد.

ابزارهای کلیدی در این مسیر است که اعطای اعتبار را با پشتوانه دارایی‌های دیجیتال دنبال می‌کند.

عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات ایران با بیان اینکه توسعه خدمات دیجیتال باید با جدیت در اولویت قرار گیرد، اظهار داشت: طبق تکلیف برنامه هفتم توسعه، چک تضمینی کاغذی تا سال ۱۴۰۵ حذف خواهد شد لذا هرکس اکنون بتواند سهم بازار چک الکترونیکی را کسب کند، تا سال‌ها از مزایای آن بهره‌مند خواهد شد.

تشریح دستاوردهای کلان بانک

مرادی در بخش دیگری از سخنان خود به اقدامات کلان در سطح بانک با راهنمایی هیات مدیره اشاره کرد و گفت: در زمینه اصلاح صورت‌های مالی، وعده‌ای که به همکاران و مشتریان داده بودیم عملی شد. افزایش سرمایه بانک در سه مرحله برنامه‌ریزی شده بود که دو آن تا ۷۸ هزار میلیارد تومان با موفقیت انجام شده و مرحله سوم تا حداقل ۱۲۰ هزار میلیارد تومان در دستور کار امسال ما قرار دارد.

وی افزود: در پرونده مؤسسه منحلۀ ثامن، موفق شدیم ۶ هزار میلیارد تومان از مطالبات معوق بانک را پس از بیش از یک دهه تعیین تکلیف کنیم و توافق‌نامه‌های مؤثری با بانک سپه منعقد شده و املاک ارزشمندی به دارایی‌های بانک اضافه شد.

مرادی همچنین از موفقیت در وصول بخش قابل‌توجهی از مطالبات خارجی بانک خبر داد و تصریح کرد: دو بدهکار عمده خارجی بانک، بیش از ۷۰ درصد بدهی خود را پس از ۱۵ سال بازپرداخت کردند که این موفقیت تأثیر بسزایی در بهبود صورت‌های مالی و احیای اعتبار بانک صادرات ایران در حوزه خلیج فارس خواهد داشت.

متأسفانه از ابتدای دهه ۹۰، بانک صادرات ایران از موج جدید اقتصاد دیجیتال عقب ماند، اما امروز با ایجاد ابزارهای نوینی چون چکنو، سامانه ست و پلتفرم سپینو و همچنین سفته و برات الکترونیک در نظام بانکی پیشتاز است.

وی با بیان اینکه در شرایط بانکداری امروز دنیا باید پلتفرم محور فکر کرد نه صرفاً شعبه محور، گفت: افتتاح حساب مشتریان باید به صورت کامل به ابزارهای دیجیتال منتقل شود و اگر موفق شویم افتتاح حساب را ۱۰۰ درصد غیرحضوری کنیم، می‌توانیم منابع انسانی و هزینه‌های جاری را بهتر مدیریت کرده و انرژی همکاران را صرف بازاریابی و اعطای تسهیلات با کیفیت کنیم. وی با اشاره به بحران ناترازی انرژی و برنامه‌های دولت برای کاهش ساعت کاری، خاطرنشان کرد: برنده این بازی، بانکی است که با اپلیکیشن‌ها و خدمات دیجیتال، خود را از وابستگی به ساعات کاری و حضور فیزیکی در شعب رها کند. سامانه محوری و درآمدهای کارمزدی، مسیر نجات بانک در عصر جدید است.

اولویت درآمد کارمزدی و غیرمشاع

عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات ایران، در همایش مدیران این بانک با تأکید بر لزوم تحول دیجیتال، خواستار تمرکز جدی مدیران استانی بر ارائه خدمات غیرحضوری و کارمزدمحور شد. وی با تأکید بر استفاده از ظرفیت‌های الکترونیکی بانک گفت: وقتی قرار است تسهیلات از بستر سامانه سپینو ارائه شود، تضمین آن نیز باید در همان بستر غیرحضوری تعریف شود. زمانی که از بانک الکترونیک حرف می‌زنیم، نباید برای ضمانت تسهیلات به سراغ فرم‌های کاغذی برویم.

مرادی با اشاره به اینکه درآمدهای غیرمشاع مانند کارمزدها به‌طور مستقیم به حقوق صاحبان سهام تعلق می‌گیرد، خاطرنشان کرد: امروز باید تمرکز ما بر توسعه درآمدهای پایدار کارمزدی باشد، نه صرفاً اعطای تسهیلات. سامانه «ست» یکی از

نهاد شده است. اگر چه توسعه بانکداری شرکتی ارزشمند است، اما نباید موجب تضعیف ریشه‌های اصلی بانک شود و باید با عنایت به اصالت بانک صادرات ایران در بانکداری خرد، ریسک تمرکز را مدیریت کرد.

وی همچنین خواستار استفاده از ظرفیت‌های بانکداری خرد بانک صادرات ایران به‌عنوان مزیت رقابتی این بانک شد.

اولویت سودآوری شعب

مرادی در این همایش سودآوری شعب را نیز مورد توجه قرار داد و ضمن تأکید بر لزوم حرکت به سمت بانکداری نوین، اظهار داشت: علیرغم تمایل نداشتن به افزایش نیرو، با هدف بهبود عملکرد شعب، مجوز استخدام ۷۰۰ نفر در گام اول و تا ۹۰۰ نفر در گام دوم توسط هیئت‌مدیره صادر شد اما تأکید ما این است که این افراد صرفاً تحویل‌دار نباشند، بلکه به عنوان بانکداران حرفه‌ای در مسیر بانکداری الکترونیک و بازاریابی نوین تربیت شوند.

او گفت: اگر شعب را به چشم یک واحد مستقل اقتصادی ببینیم، باید نسبت سودآوری به منابع، معیار اصلی عملکرد باشد. منابع، مواد اولیه بانکداری هستند، اما سودآوری، باید معیار اصلی باشد.

سامانه محوری و درآمدهای کارمزدی، مسیر نجات بانک

مرادی با اشاره به بهبود محسوس عملکرد بانک طی دو سال اخیر، از تلاش تیم اجرایی جدید و مدیرعامل بانک قدردانی کرد و گفت: باید مدل کسب‌وکار بانک را با تحولات اقتصادی کشور همسو کنیم.

عضو هیئت‌مدیره بانک صادرات ایران با بیان اینکه نظام بانکی سنتی دیگر پاسخگوی شرایط کنونی نیست، اظهار داشت:

برگزاری کارگاه آموزشی پیاده‌سازی سیستم OKR در خانواده هلدینگ صاد

هلدینگ صاد در راستای اعمال تحولات مدیریتی با هدف شتاب‌بخشی به تحقق بانکداری هوشمند و تحول دیجیتال در مجموعه بانک صادرات ایران، کارگاه آموزشی جامعی را با موضوع پیاده‌سازی سیستم مدیریتی «اهداف و نتایج کلیدی» یا OKR برای مدیران و کارکنان خود و شرکت‌های زیرمجموعه برگزار کرد. سیستم OKR که از پیشرفته‌ترین و به‌روزترین سیستم‌های مدیریتی برای تحقق سیاست‌ها و اهداف کلیدی سازمان‌ها به شمار می‌رود، بزودی در بدنه هلدینگ صاد و



شرکت‌های زیرمجموعه به شکل هماهنگ اجرایی خواهد شد.



به گزارش پایگاه خبری نت صاد، دکتر روحانی، مدیرعامل هلدینگ صاد در حاشیه این کارگاه آموزشی جامع توضیح داد: همانطور که می‌دانید بار اصلی تحقق بانکداری هوشمند و تحول دیجیتال در مجموعه بانک صادرات ایران بر عهده هلدینگ صاد قرار گرفته و با توجه به تأکیدی که از سوی مدیریت ارشد بانک برای شتاب‌بخشی به این روند صورت گرفته، ما نیازمند اعمال تحولاتی مثبت، محسوس و اثربخش در بدنه هلدینگ و شرکت‌های تابعه هستیم. از این رو، پس از تحقیقات فراوان، تصمیم بر این گرفته شد که سیستم مدیریتی روزآمد OKR که هم در برندهای معروف جهانی مثل گوگل پیاده‌سازی شده و هم در کشور خودمان برندهای برجسته و مطرحی از آن بهره می‌گیرند، با قدرت و جدیت در خانواده صاد نیز اجرایی شود. دکتر روحانی افزود: در نخستین گام، ما باید شناخت و آگاهی بدنه مدیریتی و سرمایه انسانی خانواده صاد را نسبت به این سیستم ارتقا می‌دادیم تا در ادامه هم

همراهی خوبی با این سیستم صورت گیرد و هم بتوانیم به لحاظ کیفی، به خوبی بخش‌های مختلف سیستم را پیاده‌سازی کنیم. از این رو، کارگاه آموزشی جامعی را با کمک یکی از پیشروترین موسسات این حوزه و با حضور بیش از ۱۲۰ نفر از مدیران و کارشناسان صاد و شرکت‌های تابعه برگزار کردیم.

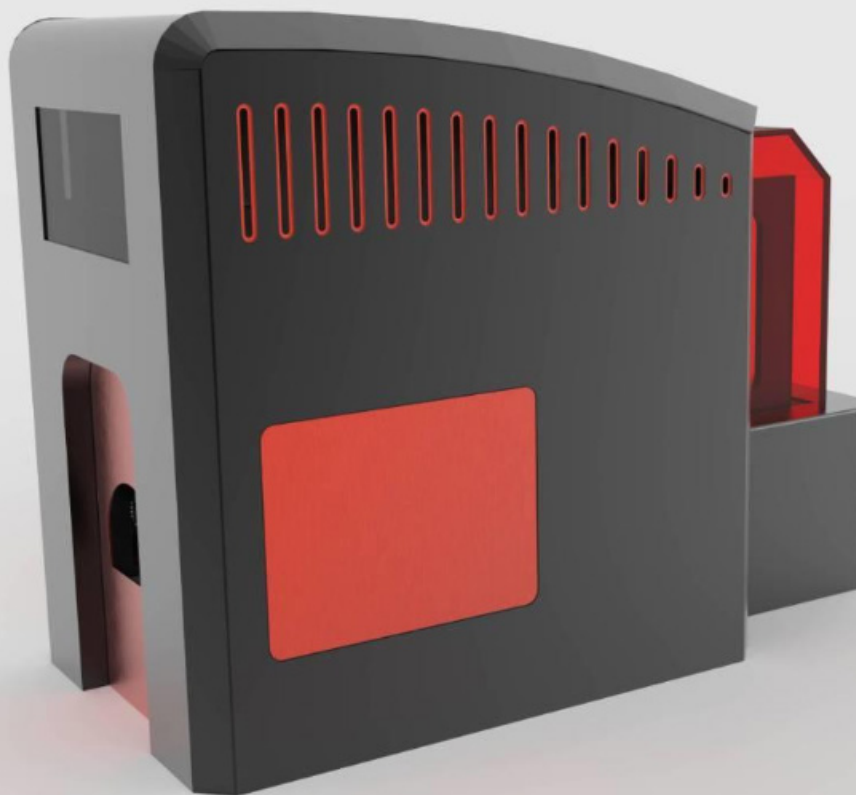
شایان ذکر است که با توجه به نقش کلیدی مدیریت بالادستی سازمان در موفقیت سیستم OKR، کلیه مدیرعاملین شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ صاد در این همایش که در محل هتل لاله تهران برگزار شد، شرکت داشتند.



Desktop Laser Card Printer

For Banking Card

DLCP 300



www.ResonanceCard.ir
info@resonancecard.ir



دستآورد چشمگیر شرکت گسترش انفورماتیک: تولید دستگاه کاملاً بومی چاپ لیزری کارت بانکی

شرکت گسترش انفورماتیک ایران از شرکت‌های
تابعه هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، موفق
به تولید دستگاه لیزری چاپ کارت بانکی یا
Desktop Lazer Card printer شد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، این دستگاه که با همت
اساتید و دانشجویان دانشگاه علمی کاربردی مرکز گسترش
انفورماتیک طراحی شده، امکان چاپ ۲۵۰ کارت در ساعت
را دارا است و بزودی مراسم رونمایی از آن در مجموعه بانک
صادرات ایران برگزار خواهد شد.

شایان ذکر است که تولید انبوه این دستگاه در داخل کشور،
بانک صادرات ایران و در ادامه صنعت بانکی کشور را می‌تواند
از واردات و خرید محصولات مشابه خارجی بی‌نیاز کند.

خروطی سکان دار شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی شد



با برگزاری مراسم تودیع و معارفه با حکم دکتر ابوالفضل روحانی، مدیرعامل هلدینگ صاد، دکتر محمد حسین خروطی، جایگزین دکتر چهارلنگی شد و سکان هدایت شرکت مفاخر را به دست گرفت.

به گزارش نت صاد، این مراسم با حضور علی رادپور مدیر امور سرمایه‌گذاری بانک صادرات ایران، ابوالفضل روحانی مدیرعامل هلدینگ صاد، مهرداد رضایی مدیر امور حوزه مدیریت و ارتباطات بانک، حسن شیرزاد نوری رئیس اداره کل امور شرکت‌های بانک، جمعی از معاونین هلدینگ صاد، اعضای هیئت‌مدیره، معاونین و مشاورین شرکت خوارزمی برگزار شد.

در ابتدای این رویداد، معاون امور سرمایه‌گذاری و شرکت‌های بانک صادرات ایران، از عملکرد دکتر چهارلنگی در اداره امور شرکت طی دوره تصدی‌گری ایشان و اقدامات انجام‌شده تکریم کرد و پس از وی، دکتر ابوالفضل روحانی هم از زحمات علی چهارلنگی در مدت تصدی مدیرعاملی

موفقیت کرد. در پایان مهرداد رضایی که به نمایندگی از جانب دکتر سیفی مدیرعامل بانک صادرات ایران در جلسه حضور بهم رسانده بود، از شرکت مفاخر به عنوان یک شرکت فناوری اطلاعات با سابقه و اعتبار طولانی یاد کرد و به این نکته اشاره کرد که مفاخر به دلیل اینکه تنها شرکت بورسی متعلق به بانک صادرات ایران است، از ارزش بالایی برخوردار می‌باشد.

گفتنی است محمدحسین خروطی دارای مدرک دکترای تخصصی مدیریت بازرگانی از دانشگاه تهران و نیز سوابق مدیریتی ارزنده‌ای در حوزه‌های مختلف بانکی، فناوری اطلاعات و بازرگانی است.

این شرکت تقدیر و تشکر به عمل آورد. مدیرعامل صاد ضمن آرزوی سلامتی و توفیق روزافزون برای مدیرعامل جدید مفاخر، سیاست‌های کلی هلدینگ صاد را در جهت بهبود و ارتقای شرایط کنونی شرکت یادآور شد. سپس علی چهارلنگی گزارشی از عملکرد خود و اقدامات انجام‌شده طی دو سال واندی ارائه کرد. در ادامه محمدحسین خروطی بطور مختصر به برنامه‌های آتی خود در مفاخر پرداخت و خاطرنشان کرد بهبود شرایط کنونی شرکت نیازمند اراده جمعی و همت همه کارکنان شرکت است. در ادامه حسن شیرزاد نیز ضمن تشکر از زحمات علی چهارلنگی، برای مدیرعامل جدید آرزوی سلامتی و

حکم مدیر عاملی دکتر قرایی در شرکت داده پردازی خوارزمی صادر شد

و تقویت تیم‌های تخصصی اشاره کرد. این اقدامات در جهت ارتقاء هماهنگی با برنامه‌های بالادستی هلدینگ صاد و بانک صادرات ایران صورت خواهد گرفت. از دکتر حسین قرایی به‌عنوان چهره‌ای با تجربه در حوزه مدیریت فناوری و تحول سازمانی یاد می‌شود. پیش‌بینی می‌شود با رویکرد جدید مدیریتی، شرکت داده‌پردازی خوارزمی در مسیر به‌روزرسانی ساختارها، جذب نیروهای متخصص و چابک‌سازی فرآیندها گام‌های مؤثری بردارد.

صادرات ایران، نقش محوری در توسعه زیرساخت‌های نرم‌افزاری، سامانه‌های بانکی، و تحول دیجیتال ایفا می‌کند. انتصاب مدیرعامل و تیم جدید هیأت‌مدیره، در راستای تحقق اهداف کلان بانک صادرات و حرکت در مسیر بانکداری نوین و هوشمند صورت گرفته است. از جمله اولویت‌های کاری مدیرعامل جدید می‌توان به بازمهندسی نرم افزار های بانک صادرات، هوشمند سازی، استراتژی‌های سازمانی، بازنگری در ساختار نیروی انسانی

در ادامه‌ی تغییرات مدیریتی که در مجموعه هلدینگ فن‌آوری و نوآوری صاد با هدف شتاب‌بخشی بیشتر به تحقق تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند در بدنه بانک صادرات ایران آغاز شده بود، دکتر حسین قرایی با حکم رسمی به‌عنوان مدیرعامل و عضو هیأت‌مدیره شرکت داده‌پردازی خوارزمی منصوب شد. وی پیش‌تر به‌عنوان سرپرست این شرکت فعالیت داشت و اکنون با حکم جدید، رسماً سکان هدایت این شرکت کلیدی زیرمجموعه بانک صادرات ایران را در دست گرفته است.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، هم‌زمان با این انتصاب، اعضای جدید هیأت‌مدیره شرکت داده‌پردازی خوارزمی نیز معرفی شدند. شرکت داده‌پردازی خوارزمی، بازوی فناوری اطلاعات بانک



چکنو با اختلاف فاحش، پشتتاز صدور چک الکترونیکی | ثبت رکورد بالای ۸ میلیون چک

نرم افزار چکنو بانک صادرات ایران، اولین چک امن دیجیتال کشور، از مرز صدور ۸ میلیون فقره چک الکترونیک گذشت و پشتتازی خود را با اختلافی فاحش نسبت به دیگر سامانه‌های صدور چک الکترونیکی حفظ کرد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، تعداد چکنوهای کارسازی شده از ۴۱۱ هزار برگ عبور کرده و مبالغی به ارزش بیش از ۱۰۶ هزار میلیارد ریال را برای تسهیل جریان کسب و کار مردم انتقال داد.

اعتماد مردم، مشتریان و صاحبان کسب و کار به بانک صادرات ایران طی ۷۳ سال گذشته، زیربنای تفکر سازمانی پویا، احساس مسئولیت و استمرار خدمت در این بانک بوده و با به‌روزشدن فناوری‌های نوین بانکی و تلاش برای پاسخگویی به نیازهای متنوع مشتریان و مخاطبان، بستر ساز خلق محصولات جدیدی در این بانک بوده که

چکنو به عنوان نخستین چک امن دیجیتال نظام بانکی، بیش از ۵۰ درصد نیاز فعالان اقتصادی به استفاده از چک دیجیتال را پوشش داده و در حال حاضر از طریق دو درگاه «همراه بانک» و «اینترنت بانک» بانک صادرات ایران قابل فعال سازی و استفاده است. این ابزار در آینده نزدیک نیز از طریق پلتفرم بانکداری دیجیتال این بانک با عنوان «سپینو» نیز در دسترس مشتریان بانک قرار خواهد گرفت چکنو بانک صادرات ایران با ارائه مزیت‌های متنوع به عنوان یکی از جدیدترین ابزارهای پرداخت، امنیت و سرعت قابل توجهی در نقل و انتقال وجوه برای مشتریان و دارندگان

حساب جاری در این بانک فراهم کرده و قابلیت صدور و عملیاتی شدن آن برای مشتریان حقوقی نیز در چارچوب مجموعه مقررات بانک مرکزی در دستور کار است. چکنو که به عنوان یکی از پیشروترین ابزار نقل و انتقال الکترونیکی پول با ویژگی‌های منحصر به فرد و بدون محدودیت در زمان و مکان و سقف مبلغ، از جمله مهمترین ابزارهای متداول جابجایی پول، از بستر امن بانکداری دیجیتال بانک صادرات ایران برخوردار است، در تازه‌ترین خدمات ارائه شده توسط این بانک، امکان توثیق به عنوان وثیقه تسهیلات خرد را نیز داراست.



بانک صادرات ایران

گوشی رو چک کن!
چکنو؛ چک امن دیجیتال بانک صادرات ایران

خانواده مخاطبان سپینو ۲.۵ میلیون نفری شد

در پی ارایه خدمات کیفی، جذاب و کاربرپسند و در تداوم موفقیت‌های قبلی، تعداد کاربران نرم افزار سپینو، نئوبانک بانک صادرات ایران، به بیش از دو میلیون و ۵۰۰ هزار نفر رسید.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، خدمات متنوع، امن و پرسرعت «سپینو» پلتفرم بانکداری دیجیتال بانک صادرات ایران با گذشت تقریباً ۹ ماه از عملیاتی شدن این پلتفرم، با استقبال علاقه‌مندان به مدل‌های نوین بانکداری همراه شد و تعداد کاربران آن از ابتدا تاکنون از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر فراتر رفت.

افتتاح حساب جدید غیرحضوری، انتقال به حساب، پایا، ساتنا، کارت به کارت، پل، درخواست صدور کارت، خرید شارژ، پرداخت قبض، بسته اینترنتی، فعال‌سازی پیامک و سایر خدمات متنوع بانکی، از جمله خدمات قابل ارائه در محصول راهبردی نوین بانک صادرات ایران است.

سپینو پس از طی مراحل آزمایشی در تیرماه سال گذشته، همزمان با فروش ارز اربعین به صورت غیرحضوری، در اختیار مردم و مشتریان بانک صادرات ایران قرار گرفت و با افزایش قابلیت‌ها و امکانات بیشتر مورد توجه اقشار مختلف مردم و صاحبان کسب و کار قرار گرفت.

انتشار آثار بزرگان موسیقی کشور از جمله آلبوم «شمس» همایون شجریان و معرفی برخی کتب و فعالیت‌های فرهنگی و همچنین ارائه خدمات خرید اعتباری BNPL به جامعه فرهنگی کشور در قالب این پلتفرم علاوه بر خدمات متنوع بانکی، بسته‌ای قابل اعتماد از خدمات بانکی و فرهنگی را در اختیار جامعه قرار داده است.

پلتفرم بانکداری دیجیتال سپینو با توسعه و به‌روزرسانی مستمر بر بستر سیستم عامل‌های iOS و Android، امروز به یکی از بهترین اپلیکیشن‌های پرداخت و خدمات بانکی و مالی در نظام بانکی کشور تبدیل شده که با تضمین امنیت، از سرعت و دقت مناسبی برای ارائه خدمات غیرحضوری و کاهش نیاز مراجعه به شعب بانک فراهم کرده است.

برای نصب و استفاده از «سپینو» با مراجعه به نشانی

اینترنتی: <https://apps.bsi.ir>

یا مراجعه به سایت رسمی بانک صادرات ایران به نشانی: www.bsi.ir در بخش نرم‌افزارهای همراه، از قابلیت‌های محصول نوین و راهبردی بانک صادرات ایران خدمات آسان دریافت کنید.



مدیرعامل سپهر مطرح کرد: آمادگی صاد و صادرات برای حمایت از نوآوری‌های هوش مصنوعی

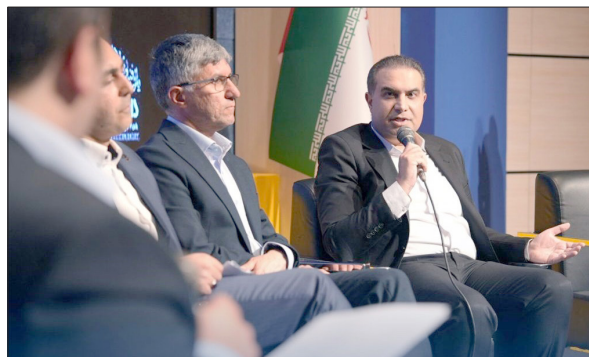
برخی شرکت‌های خصوصی بوده، اما به شکل یکپارچه درنیامده‌اند.»

پیشگاه‌زاده همچنین موضوع سوم را «رگولاتوری و مدیریت هزینه» عنوان کرد و افزود: «اگر تنظیم‌گری صرفاً در انحصار حاکمیت بماند، در آینده با چالش‌های جدی مواجه خواهیم شد. تنظیم‌گری این حوزه باید به اهل فن و متخصصان واقعی سپرده شود تا از دل فعالین صنفی، چارچوب‌های عملیاتی شکل گیرد و خود صنف مسئول تنظیم‌گری باشد.»

مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر اظهار امیدواری کرد که رگولاتوری، تنظیم‌گری این بخش را به متخصصین و اهل فن بسپارد و اجازه دهد که رگولاتوری از بین فعالان این صنعت شکل بگیرد و تنظیم‌گری را فعالین صنف به صورت مشخص انجام دهند.

بلاکچین و هوش مصنوعی؛ ابزار تحول صنعت پرداخت

رئیس کمیسیون صنعت پرداخت، ترکیب فناوری‌های بلاکچین و هوش مصنوعی را فرصتی راهبردی برای تحول زیرساخت‌های مالی توصیف کرد و گفت: «این دو فناوری می‌توانند سیستم پرداخت را از شکل سنتی به مدلی هوشمند، سریع، امن و مقرون‌به‌صرفه ارتقا دهند. از حذف واسطه‌ها در تراکنش‌های مالی گرفته تا پرداخت‌های



فرصتی راهبردی برای تحول زیرساختی

پیشگاه‌زاده با اشاره به وضعیت هیجانی حاکم بر فضای شرکت‌های استارت‌آپی و حتی برخی شرکت‌های قدیمی که وارد حوزه هوش مصنوعی شده‌اند، تأکید کرد: «ورود به این عرصه مستلزم توجه به سه محور اساسی است. نخست، توسعه زیرساخت‌های مرتبط با دیتاسنترهای هوش مصنوعی؛ اما نه به شکل پراکنده و شتاب‌زده، بلکه با برنامه‌ریزی منسجم و راهبردی. درحقیقت ضروری است که حاکمیت با رویکردی حمایتی، زیرساخت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی را در قالب مراکز مشخص و متمرکز توسعه دهد.»

او در ادامه، موضوع دوم را به شبکه‌های اینترنت اشیا (IoT) مربوط دانست و گفت: «در حال حاضر، فاقد مراکز متمرکز، یکپارچه و حمایت‌شده در این زمینه هستیم. شبکه‌هایی که ایجاد شده‌اند، عمدتاً توسط اپراتورها و

احمد پیشگاه‌زاده، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در دومین همایش ملی «هوش مصنوعی و اینترنت اشیا» از آمادگی این شرکت برای انعقاد تفاهم‌نامه با فعالان حوزه هوش مصنوعی خبر داد و بر حمایت عملیاتی بانک صادرات ایران و هلدینگ صاد از نوآوری‌های این حوزه تأکید کرد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، به نقل از روابط عمومی پرداخت الکترونیک سپهر، احمد پیشگاه‌زاده، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در پنل تخصصی «نوآوری در پرداخت‌ها با هوش مصنوعی و بلاکچین» گفت: «با توجه به نگاه ویژه مدیرعامل بانک صادرات و همچنین رویکرد ساختاری مدیرعامل هلدینگ صاد به مقوله هوش مصنوعی، شرکت پرداخت الکترونیک سپهر آماده انعقاد تفاهم‌نامه با فعالان حوزه هوش مصنوعی در قالب حمایت از طرح‌های مرتبط با صنعت پرداخت است.» به گفته پیشگاه‌زاده، شرکت پرداخت الکترونیک سپهر مسیر همکاری با نخبگان، پژوهشگران و فعالان حوزه فناوری را باز می‌داند و از هرگونه ابتکار کاربردی که بتواند زیرساخت‌های مالی کشور را کارآمدتر سازد، استقبال خواهد کرد.

حال حاضر، همچنان از زیرساخت‌هایی استفاده می‌کنیم که ماهیتاً سنتی هستند.»

مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر در ادامه افزود: «البته باید اذعان کرد که ایران در مسیر دیجیتالی‌سازی، با سرعت قابل توجهی حرکت کرده و در بسیاری از حوزه‌ها توانسته جایگزینی کامپیوتر با کاغذ را به سرعت و با موفقیت اجرا کند؛ دستاوردی که در سطح جهانی نیز قابل توجه بوده است. اما گام بعدی، یعنی حرکت از دیجیتالی‌شدن به سمت هوشمندسازی، که هنوز به طور جدی محقق نشده است. از نگاه من، این دقیقاً همان شکاف و خلأیی است که باید برای آن برنامه‌ریزی کرد.»

مدیرعامل پرداخت الکترونیک سپهر با بیان اینکه هوش مصنوعی می‌تواند الگوهای تقلب را در لحظه شناسایی کرده و بر بستر شفاف بلاکچین، امنیت را به طور قابل توجهی ارتقاء دهد در ادامه به موضوعاتی چون توسعه راهکارهای P2P برای کاهش هزینه تراکنش‌ها، پیوند صنعت پرداخت با اینترنت اشیاء، افزایش امنیت مبتنی بر رمزنگاری بلاکچین، و نیز احراز هویت دیجیتال غیرمتمرکز با بهره‌گیری از داده‌های بیومتریک اشاره کرد.

در دومین همایش ملی «هوش مصنوعی و اینترنت اشیاء» که در سالن فن‌بازار پارک فناوری پردیس برگزار شد، چهره‌های دیگر حوزه بانکداری و فناوری از جمله مهران محرمیان، مشاور رئیس کل بانک مرکزی؛ فرهاد اینالویی، عضو هیئت‌مدیره هلدینگ فناوری بانک گردشگری؛ محمدعلی بخشی‌زاده، مدیرعامل شرکت امیدبوم بانک سپه و مجید عبدالله‌زاده، عضو هیئت‌علمی گروه مکانیک واحد علوم و فناوری پردیس نیز حضور داشتند.



حرکت از سمت دیجیتالی‌شدن به هوشمندسازی اصلاً اتفاق نیافتاده است

رئیس کمیسیون صنعت پرداخت تاکید کرد: «با وجود آنکه در سطح شعار، تمایل داریم سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص داخلی (GDP) را بالا اعلام کنیم، اما واقعیت آن است که فاصله معناداری میان اعداد اعلام‌شده و سهم واقعی این بخش وجود دارد. مسلم است که در حوزه زیرساخت‌های مرتبط با هوش مصنوعی، همچنان با توسعه‌یافتگی فاصله داریم.»

او اظهار امیدواری کرد و گفت: «با این حال، رویکردهای جدیدی در برخی نهادها در حال شکل‌گیری است. به عنوان نمونه، در بانک صادرات با نگاه نوآورانه‌ای که وجود دارد، از طرح‌های مرتبط با هوش مصنوعی و استارت‌آپ‌های حوزه پرداخت استقبال و حمایت می‌شود.»

پیشگاه‌زاده با اعلام اینکه ما نه با فناوری‌هایی چون بلاکچین و هوش مصنوعی مخالفتی داریم و نه ضرورت آن‌ها را انکار می‌کنیم، افزود: «اما بدون فراهم‌سازی زیرساخت‌های پایه‌ای، توسعه این فناوری‌ها عملاً امکان‌پذیر نیست. در

خودکار، توکنیزه‌سازی دارایی‌ها، وام‌دهی غیرمتمرکز و کیف پول‌های هوشمند؛ آینده صنعت پرداخت در گرو بهره‌گیری از این ابزارهای نوین است.»

الزامات امروز صنعت پرداخت

پیشگاه‌زاده با تأکید بر لزوم ایفای نقش حمایتی حاکمیت از فعالان صنعتی اظهار داشت: «حاکمیت باید از ظرفیت‌های موجود بهره بگیرد و اجازه دهد پایه و بنیان اصلی این صنعت توسط متخصصان صنف بنا شود. در زمینه‌هایی مانند ملی‌سازی استانداردها و نظام کارمزدها نیز، درخواست ما از رگولاتوری این بوده که از توانمندی‌های موجود استفاده کند. اگر چنین نگاهی حاکم بود، بسیاری از مشکلات صنعت پرداخت سال‌ها پیش رفع می‌شد و نیازی به صرف هزینه‌های گزاف امروزی نبود.»

او با اشاره به راهکارهای مبتنی بر تحلیل کلان‌داده و شخصی‌سازی خدمات، خاطرنشان کرد: «پرداخت‌های مبتنی بر تحلیل رفتاری مشتریان، زمان‌بندی بهینه پرداخت و کاهش ریسک تقلب از طریق الگوریتم‌های یادگیری ماشین، دیگر مفاهیم آینده‌نگرانه نیستند؛ بلکه الزامات امروز صنعت پرداخت به‌شمار می‌روند.»

سامانه طرح شکایت از خدمات فناوری اطلاعات راه اندازی شد

با عنایت به توسعه خدمات فناورانه و دیجیتال در بستر اینترنت و فضای مجازی، سامانه ۱۹۵ برای ثبت شکایات مردمی از خدمات فناوری اطلاعات راه اندازی شد.

به گزارش نت صاد، سامانه ۱۹۵ با هدف پاسخگویی به شکایات، افزایش سطح رضایتمندی مشتریان و رفع مشکلات آنان در حوزه ICT راه اندازی شده است. برای دسترسی راحت تر کاربران، روش های مختلفی برای ثبت و پیگیری شکایات در نظر گرفته شده که بر اساس آن کاربران می توانند با مراجعه به سایت <https://cra.ir> و یا تماس با تلفن گویای ۱۹۵ شکایت خود در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات را ثبت کنند.

بدین ترتیب پشتیبانی و ارائه خدمات، کیفیت سرویس، مشکلات مالی و تعرفه، عدم آنتن دهی، پیامک متنی، خدمات مالکیت و سیم کارت، تشعشعات، ترابردپذیری، خدمات ارزش افزوده تلفن همراه و بسته های ترکیبی، همواره از مصداق های پرتکرار شکایات ثبت شده در سامانه ۱۹۵ است. کاربران می توانند برای پیگیری شکایات سامانه

سامانه پاسخگویی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات



۱۹۵ کد دستوری #۸۰۱۰* را شماره گیری کرده و با انتخاب گزینه ۲ و وارد کردن کد پیگیری که از سامانه ۱۹۵ دریافت کرده اند، در قالب پیامک از آخرین وضعیت شکایت خود مطلع شوند.

کاربران سرویس های ارتباطی، فناوری اطلاعات و پستی می توانند با مراجعه به سایت <https://cra.ir>، تماس با تلفن گویای ۱۹۵ و یا صندوق پستی ۱۶۳۱۵-۱۹۵، شکایت های خود را از سرویس های مختلف حوزه ICT ثبت و پیگیری کنند.

لازم به ذکر است کاربران با مراجعه به سامانه مذکور کاربران ابتدا باید محل شکایت خود را در منوی جست و جو انتخاب و بر روی نقشه به صورت دقیق مشخص کنند و در مرحله بعدی اطلاعات شکایت شامل سرویس، نام

اپراتور، نوع و موضوع شکایت را وارد کرده و با انتخاب گزینه مرحله بعد وارد منوی اطلاعات تماس شوند. در این مرحله پس از ورود اطلاعات تماس و متن شکایت، گزینه ثبت را انتخاب کنند. پس از ثبت شکایت کاربر، کد رهگیری شکایت بر روی صفحه نمایش داده شده و همزمان به شماره تلفن همراه درج شده در اطلاعات تماس ارسال می شود.

کاربران می توانند با مراجعه مجدد به این سامانه و انتخاب گزینه پیگیری شکایت و وارد کردن کد پیگیری از وضعیت رسیدگی به شکایت خود مطلع شوند. همچنین مشتریان در این سامانه می توانند شکایت های سایر مشتریان در حوزه های مختلف ICT را مشاهده کنند و یا در صورت مستندات شامل تصویر، صوت و... آن را ضمیمه کنند.

جهش ۱۰۰ درصدی درآمد خالص عملیاتی بانک صادرات ایران

عملکرد دو ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۴ بانک صادرات ایران، تصویری روشن از ادامه حرکت مثبت بانک در مسیر رشد و سودآوری را ترسیم می‌کند. «وبصادر» در سایه ارتقای بهره‌وری منابع، افزایش سهم درآمدهای غیرمشاع و حرکت هدفمند به سمت بانکداری دیجیتال، با کسب ۴ هزار و ۲۳۲ میلیارد تومان، موفق به ثبت رشد ۱۰۰ درصدی در شاخص خالص درآمد عملیاتی شده و همچنان در تراز مثبت مالی به حرکت خود ادامه می‌دهد.

به گزارش نت صاد، بر اساس گزارش منتشره از سامانه کدال خالص درآمد عملیاتی بانک صادرات ایران در دو ماه نخست سال جاری به رقم ۴ هزار و ۲۳۲ میلیارد تومان رسیده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته، جهشی خیره‌کننده و قابل توجه ۱۰۰ درصدی را تجربه کرده است. این دستاورد، نه تنها نشان از بهبود محسوس شاخص‌های کلیدی عملکرد بانک دارد، بلکه نویدبخش استمرار این روند در ماه‌های آینده نیز هست.



حرکت مقتدرانه دو ماهه اول ۱۴۰۴ «وبصادر» در مسیر رشد
جهش ۱۰۰ درصدی درآمد خالص عملیاتی بانک صادرات ایران



رشد درآمدها؛ پیشران اصلی تراز مثبت بانک صادرات ایران با سرمایه ثبت‌شده بیش از ۷۸ هزار و ۲۳۵ میلیارد تومان، در اردیبهشت ماه سال جاری موفق شده از محل سود تسهیلات پرداختی، اوراق بدهی، سرمایه‌گذاری‌ها و کارمزد خدمات بانکی، به درآمدی بالغ بر ۱۰ هزار و ۵۳۶ میلیارد تومان دست یابد؛ رقمی که نسبت به اردیبهشت سال گذشته، رشد ۵۰ درصدی را نشان می‌دهد.

در یک نگاه فنی‌تر، در دوره دو ماهه ابتدایی سال، کل درآمد عملیاتی بانک با جهش ۵۶ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته به رقم ۱۹ هزار و ۹۲۳ میلیارد تومان رسیده که ۸۸ درصد آن از محل سود تسهیلات، ۱۲ درصد از اوراق بدهی و حدود ۶ درصد از محل کارمزد خدمات تأمین شده است. این ترکیب درآمدی نشان می‌دهد «وبصادر» نه تنها در مسیر توسعه منابع مشاع عملکرد فوقی داشته، بلکه

همزمان با تمرکز بر تقویت خدمات غیرمشاع نیز توانسته سهم درآمدهای پایدار را ارتقاء دهد؛ موضوعی که یکی از کلیدی‌ترین الزامات بانکداری نوین محسوب می‌شود. تراز عملیاتی مثبت با اصلاحات

نتایج عملکردی بیش از ۶۰ روز فعالیت «وبصادر» حاکی از ثبت تراز مثبت ۲۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته است. به‌ویژه در اردیبهشت‌ماه، رشد ۸۰ درصدی خالص درآمد و در مجموع دو ماه نخست سال رشد ۱۰۰ درصدی درآمد خالص، همگی گواهی روشن بر بازدهی سیاست‌های اتخاذ شده در حوزه تخصیص منابع، کنترل هزینه‌ها و حرکت به سمت درآمدزایی پایدار هستند. برآورد می‌شود در ۱۰ ماه باقیمانده سال جاری، وبصادر با تحکیم پایه‌های درآمدی، بهبود شاخص‌های سودآوری و ارتقای جایگاه رقابتی بانک در صنعت بانکی کشور مواجه شود.

کارمزدها؛ بازیگر نوظهور در سودآوری بانک

یکی از نکات قابل توجه در گزارش عملکرد بانک صادرات، رشد درآمدهای کارمزدی است. در دو ماهه نخست امسال، خالص درآمد بانک از محل کارمزد خدمات بانکی با رشد ۱۹ درصدی به ۹۰۳ میلیارد تومان رسیده است. با توجه به سهم ۱۸ درصدی اعتبارات اسنادی و ضمانت‌نامه‌ها از کل مانده تسهیلات بانک در پایان اردیبهشت، و همچنین رشد قابل توجه استفاده مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک، پیش‌بینی می‌شود که سهم درآمدهای کارمزدی در ادامه سال افزایش یابد و به عنوان یک بازوی قدرتمند درآمدزایی، نقش موثری در بهبود ترکیب درآمدی بانک ایفا کند. تمرکز بانک بر خدمات دیجیتال، توسعه پلتفرم‌های

بانکداری باز و ایجاد دسترسی آسان مشتریان به خدمات نوین، زمینه‌ساز ارتقای چشمگیر این بخش از درآمدها خواهد بود؛ به‌گونه‌ای که در صورت استمرار این روند، درآمدهای غیرمشاع بانک از محل کارمزدها به یکی از محورهای اصلی سودآوری تبدیل خواهد شد.

رشد منابع؛ تقویت توان اعتباردهی

رشد درون‌زا در نظام بانکی بدون افزایش منطقی منابع ممکن نیست؛ مانده منابع بانک صادرات ایران در دو ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۴ با رشد ۳۹ درصدی به بیش از ۱۰۲۲ هزار میلیارد تومان رسیده است. این میزان رشد، نه تنها قدرت تسهیلات‌دهی بانک را افزایش داده، بلکه با کاهش قیمت تمام‌شده پول و بهبود ترکیب مانده سپرده‌ها، افق روشنی برای تحقق درآمدهای پایدارتر ترسیم می‌کند. این در حالی است که تمرکز وبصادر بر جذب منابع ارزان‌قیمت و بهینه‌سازی پرتفوی تسهیلات، زمینه‌ساز ارتقای شاخص‌های بهره‌وری خواهد شد.

چشم‌انداز روشن برای سال ۱۴۰۴

گزارش عملکرد مالی و عملیاتی بانک صادرات ایران در دو ماهه ابتدایی سال جاری، نه‌تنها نویدبخش بازگشت قدرتمند این بانک به مدار سودآوری است، بلکه نشان می‌دهد که «وبصادر» با تکیه بر اصلاح ساختار درآمدی، توسعه خدمات دیجیتال، کنترل هزینه‌ها، و بهره‌گیری هوشمندانه از فرصت‌های بازار، در مسیر رشد پایدار و حرفه‌ای قرار گرفته است. این گزارش می‌افزاید: اگرچه چالش‌های کلان اقتصادی و بانکی همچنان پابرجاست، اما روند فعلی حاکی از آن است

که بانک صادرات با تکیه بر سیاست‌های نوین مالی، در سال ۱۴۰۴ می‌تواند حدنصاب‌های جدیدی در درآمدزایی، سودآوری، و رضایت مشتریان ثبت کند و بار دیگر به یکی از بازیگران پیش‌تاز و مؤثر صنعت بانکداری ایران بدل شود به گفته محسن سیفی، مدیرعامل بانک صادرات ایران، این بانک طی ۲۰ ماه گذشته در چهار محور راهبردی اصلاح ساختارهای مالی، فناوری اطلاعات، مولدسازی دارایی‌های راکد و وصول مطالبات به ارث رسیده از گذشته به دستاوردهای قابل توجه رسیده تا جایی که نسبت کفایت سرمایه بانک از منفی به ۳ درصد افزایش یافته و برنامه افزایش سرمایه تا ۱۲۰ هزار میلیارد تومان تا پایان سال و سپس تا ۲۰۰ هزار میلیارد تومان در دست اقدام است. او می‌گوید: بانک صادرات ایران با ارائه پلتفرم جدید بانکداری دیجیتال و اصلاح زیرساخت‌ها، در صدور چک دیجیتال «چکنو» پیش‌تاز بوده و تاکنون بیش از ۸.۵ میلیون برگ چکنو صادر کرده است.

سیفی می‌افزاید: عرضه اولیه سهام شرکت توسعه نیشکر به عنوان بزرگ‌ترین عرضه فرابورس انجام شده و عبور منابع بانک از ۱۰۰۰ هزار میلیارد ریال و صف خرید ۲۷ هزار میلیارد ریالی وبصادر از موفقیت‌های بازار سرمایه است. به گفته مدیرعامل بانک صادرات ایران، وصول ۱۳۰ هزار میلیارد ریال از مطالبات معوق کلان پس از ۱۳ سال و پیش‌بینی افزایش آن به ۲۳۰ هزار میلیارد ریال تا پایان سال، رکورد جدیدی در شبکه بانکی رقم خواهد زد. سیفی تأکید کرد بانک صادرات ایران با تحقق کامل اهداف سال ۱۴۰۳، در مسیر سودآوری پایدار، رشد سرمایه‌ای و نقش‌آفرینی مؤثر در اقتصاد کشور قرار گرفته است.

همزمان با دهه کرامت، جشن متولدین فروردین و اردیبهشت هلدینگ صاد، برگزار شد



همزمان با دهه کرامت و با حضور دکتر روحانی، مدیرعامل هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، جشن پر نشاط تولد کارکنان متولد فروردین و اردیبهشت این هلدینگ برگزار و هدایای ارزنده‌ای به آنان اهدا شد. در این مراسم همچنین از پنج نفر از کارکنانی که سالروز استخدامشان در دو ماه اول سال است، مورد تقدیر و قدردانی قرار گرفتند.

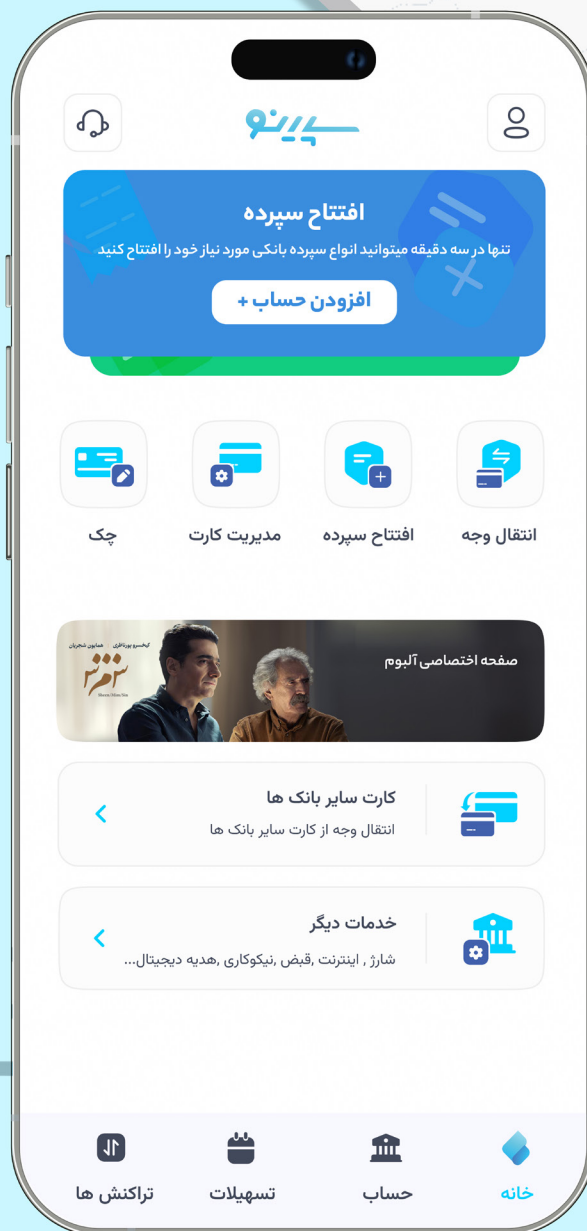


به گزارش نت صاد، دکتر روحانی هدف از برگزاری چنین مراسمی را ارتقای نشاط و همدلی در مجموعه هلدینگ صاد معرفی کرد و گفت: «سالی که گذشت، سالی پر نشاط و پر از جنب و جوش و تلاش بود و تجربیات خوبی را برای ما به ارمغان آورد. ما با توجه به شرایط پیشرو، انتظار ما این است که سالی سخت‌تر و پرچالش‌تر را پیش‌رو داشته باشیم. البته این سختی به معنای این است که انشاءالله با تلاش و خلاقیت بیشتر، می‌توانیم دستاوردهای بزرگ‌تر و افتخارآفرین‌تری را رقم بزنیم. از این رو درخواست بنده از تمام شما عزیزان این است که با ارتقای همدلی و هم‌افزایی، کار گروهی شایسته‌ای را به منصفی ظهور برسانید.»



اپلیکیشن نئوبانک صادرات ایران

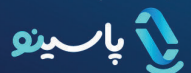
- افتتاح حساب غیر حضوری
- انتقال وجه هوشمند
- دریافت تسهیلات غیر حضوری
- خدمات هدیه دیجیتال
- احراز هویت آنلاین
- انتخاب طرح و رنگ کارت
- خدمات ارزش افزوده



سپهر؛ راهکار طلایی پرداخت الکترونیک



دریافت اپلیکیشن



 Sepehr Electronic Payment

 www.sehehrpay.com

 @sehehr.pay

