



دکتر سیفی به مناسبت ۷۴ امین سالگرد
تاسیس بانک صادرات ایران عنوان کرد:

بانک صادرات ایران امروز در یکی از درخشان‌ترین دوره‌های تاریخی خود قرار دارد





هلدينگ فن آوری و نوآوری صااد

صاحب امتیاز: هلدينگ فن آوری و نوآوری صااد
مدیرعامل: دکتر ابوالفضل روحانی
مدیرمسئول: علیرضا نظارات
سر دبیر: بهروز واثقی
مدیر هنری و گرافیک: مریم حق شناس
عکس: بهرام اجرایی

 saad-holding.ir

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

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

۰۲۱-۹۱۰۸۱۴۵۰

الهیه، مریم شرقی، پلاک ۴۵

info@saad.holdings



شماره ۹ / تابستان ۱۴۰۴

فهرست

یادداشت سردبیر	۴
یادداشت مدیر مسئول	۶

پرونده ویژه: شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی

خوارزمی در مسیر تحول دیجیتال، نوآوری مستمر و پایداری سازمانی	۸
معرفی ربات های شرکت مفاخر	۱۳
انعطاف پذیری و چابکی، رمز موفقیت شبکه گستران خوارزمی در زیرساخت های شبکه	۱۸
معرفی توانمندی ها و دستاوردهای معاونت پشتیبانی مفاخر	۲۰
گام های موثر خوارزمی در مسیر تحول دیجیتال و توسعه کسب و کارهای دانش محور و هوشمند	۲۴

مقالات

BNPL چیست؟	۳۵
بانکداری دیجیتال چیست؟ آینده پول در دستان شماست	۳۹
بانکداری متمرکز چیست و چرا آینده نظام بانکی ایران به آن نیاز دارد؟	۴۴
تکامل امور مالی باز (Open Finance)	۴۶
انقلاب فین تک؛ از سکه تا کیف پول دیجیتال	۴۸
OKR، سیستمی برای تعیین و دستیابی به اهداف بزرگ	۵۲
راهکارهای متکی به هوش مصنوعی و فناوری های دیجیتال برای کاهش هزینه شرکت ها در حوزه تدارکات	۵۹
بانکداری متمرکز تغییرناپذیر، چالش بزرگ بانک ها	۶۲

دیدگاه مدیران صاد

- ۶۵ اقتصاد دیجیتال در پرتو انقلاب صنعتی چهارم؛ فرصتی نو برای ایران؟
- ۶۶ داده‌پردازی خوارزمی وارد مرحله جدیدی از توسعه و تحول شده است.
- ۶۷ نظارت مالی با فناوری‌های نوین رگ‌تک متحول می‌شود.
- ۶۸ امنیت سایبری از فرهنگ کاربران آغاز می‌شود، نه از فایروال‌ها.

اخبار

- ۷۱ بانک صادرات ایران امروز در یکی از درخشان‌ترین دوره‌های تاریخی خود قرار دارد.
- ۷۲ بانک صادرات ایران در مسیر دستیابی به جایگاه شایسته در نظام بانکی ثابت قدم است.
- ۷۳ بانک صادرات ایران دومین شرکت برتر ایران شد.
- ۷۴ حمایت ۷ هزار میلیارد ریالی بانک صادرات ایران از شرکت‌های دانش‌بنیان در چهار ماه نخست ۱۴۰۴.
- ۱۰ دستاورد راهبردی بانک صادرات ایران در سال نخست دولت چهاردهم/ رشد ۲۶۳ درصدی سرمایه و ۹۱ درصدی سود خالص بانک صادرات ایران/ وصول ۱۳ همت از بزرگ‌ترین بدهکار بانکی پس از ۱۵ سال.
- ۷۵ رشد ۶۱ درصدی درآمد عملیاتی و بصادر با تراز مثبت ۲۵.
- ۷۶ افتتاح آکادمی بانکداری هوشمند بانک صادرات ایران در دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- ۷۸ رشد شگفت‌انگیز تراکنش‌های پرداخت الکترونیک سپهر در خردادماه.
- ۸۰ امکان نقدکردن غیرحضور انواع چک به سپینو اضافه شد.
- ۸۱ پیوند فناوری و صنعت در نیروگاه زواره.
- ۸۲ توان بالای خانواده هلدینگ صاد برای خدمت‌رسانی به صنعت پخش.
- ۸۳

یادداشت سردبیر



به مناسبت ۷۴مین سالگرد تاسیس: بانک صادرات ایران و تداوم یک راه‌پرافتخار

به‌راستی که تاریخ معاصر اقتصاد ایران را نمی‌توان بدون مرور کارنامه‌ی درخشان بانک صادرات ایران ورق زد. بانکی که با همت محمدعلی مفرخ و با هدف اولییه‌ی جلب اعتماد مردم و بهره‌مندی از سرمایه‌های مردمی برای رونق‌بخشی به صنعت و اقتصاد کشور تاسیس شد و براستی که در این زمینه بانک صادرات عملکرد به نسبت قابل قبولی را از خود به جای گذاشته است.

سالگرد تأسیس این بانک، تنها یادآور یک تاریخ نیست؛ بلکه گرامیداشت دهه‌ها تلاش بی‌وقفه، ابتکار عمل و تعهد ملی است که صادرات را به ستون مستحکم و پیشرو در نظام مالی کشور تبدیل کرده است. بانک صادرات ایران، با وجود تمام فراز و نشیب‌های تاریخ اقتصادی و سیاسی کشور و به رغم برخی چالش‌های مدیریتی در سال‌های مختلف، همواره نقش‌آفرینی فعال و محوری خود را حفظ کرده و از یک بنگاه مالی صرف، به یک نهاد تأثیرگذار اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است. کما اینکه عملکرد این بانک مخصوصاً در سال‌های اخیر در حوزه‌هایی مثل پرداخت وام‌های اشتغال‌زایی، حمایت از زوج‌های جوان و البته حمایت از اقشار زحمت‌کشی مثل

فرهنگیان و معلمان، مصداقی از این همین حقیقت است.

ویژگی‌های حرکتی در گذر زمان: نماد استقامت و توسعه

از پانزدهم شهریورماه ۱۳۳۱، که بانک صادرات ایران با نام «بانک صادرات و معادن ایران» با هدف جذب سرمایه‌های راکد و توسعه اقتصادی متولد شد، تا امروز، مسیر حرکتی این بانک با چند ویژگی بارز قابل توصیف است:

❖ توسعه همه‌جانبه و فراگیر: گسترده‌ترین شبکه بانکی توسعه‌ی شعب؛ نخستین ویژگی ممتاز صادرات است. این بانک توانست به سرعت شبکه‌ای وسیع را در سراسر کشور بگستراند، به طوری که سال‌ها عنوان گسترده‌ترین شبکه شعب بانکی ایران را در اختیار داشت. این گستردگی، به معنای در دسترس بودن خدمات مالی برای تمامی اقشار جامعه، حتی در دورترین نقاط، و عمق بخشیدن به شمول مالی در کشور بوده است. علاوه بر این، صادرات با تأسیس اولین شعبه خارجی خود در هامبورگ آلمان (۱۳۴۰) و گسترش واحدهای بانکی در اروپا و آسیا، همواره پرچمدار بانکداری بین‌المللی ایران بوده و نقش حیاتی در تسهیل روابط تجاری و ارزی کشور ایفا کرده است.

❖ روحیه نوآوری و پیشگامی در فناوری

صادرات همواره در پذیرش فناوری‌های نوین پیشگام بوده است. از دهه‌ی ۱۳۷۰ با ارائه‌ی خدمات الکترونیکی (Online)، این بانک نشان داد که در دکتترین مدیریتی خود تحول دیجیتال را نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت راهبردی می‌بیند. امروز نیز، در حوزه‌ی بانکداری دیجیتال، صادرات با توسعه‌ی پلتفرم‌ها و محصولات نوآورانه، این روحیه پیشگامی را به صورت نسبی حفظ کرده و به سمت رسیدن به جایگاه رهبری تحول دیجیتال در نظام بانکی کشور گام بر می‌دارد.

❖ تاب‌آوری و سازگاری با شرایط

صادرات در طول دهه‌های متمادی، ملی شدن در سال ۱۳۵۸، خصوصی شدن مجدد در راستای اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی

در سال ۱۳۸۸، و مواجهه با بحران‌ها و تحریم‌های اقتصادی، همواره تاب‌آوری و سازگاری خود را ثابت کرده است. این انعطاف‌پذیری، نه تنها بقای بانک را تضمین کرده، بلکه زمینه‌ساز رشد و ایفای نقش مستمر در تأمین مالی اقتصاد کشور شده است.

نقش صادرات در صنعت مالی و حمایت از اقتصاد ملی

بانک صادرات ایران، فراتر از ارائه‌ی خدمات مالی خرد، شریان حیاتی اقتصاد ملی بوده است. تأمین مالی و پشتیبانی از بخش‌های مولد اقتصاد، اصلی‌ترین مأموریت این بانک در طول سالیان متمادی است.

❖ حامی تولید و صنعت

بخش عمده‌ای از صنایع بزرگ، بنگاه‌های تولیدی و طرح‌های زیربنایی کشور، چه در مرحله‌ی تأسیس و چه در فرآیند توسعه، از حمایت‌ها و تسهیلات بانک صادرات ایران بهره‌مند شده‌اند. تمرکز بر تأمین مالی زنجیره تأمین (Supply Chain Finance) و استفاده از ابزارهای نوین مانند اوراق گام، برات و سفته الکترونیکی، نشان‌دهنده رویکرد هدفمند بانک در تزریق نقدینگی هوشمند و مؤثر به پیکر تولید کشور است. این حمایت‌ها، عاملی تعیین‌کننده در حفظ اشتغال و افزایش تاب‌آوری اقتصاد در برابر تکانه‌های خارجی بوده است.

❖ پلی میان بازار پول و سرمایه

با ورود سهام بانک صادرات «نماد و بصادر» به بازار سرمایه در خردادماه ۱۳۸۸، این بانک هم شفافیت و چابکی خود را افزایش داد و هم تعامل میان بازار پول و بازار سرمایه را تسهیل کرد. حضور در بورس، بانک را قادر ساخت تا با افزایش سرمایه و جلب مشارکت عمومی، منابع مالی مورد نیاز برای پروژه‌های کلان ملی را با پشتوانه قوی تری تأمین کند و نقش مؤثرتری در تأمین مالی جمعی ایفا نماید.

❖ پیشتاز در عرصه بین‌الملل

بانک صادرات ایران، به دلیل داشتن شعب و واحدهای بانکی گسترده در خارج از کشور، نقش بی‌بدیلی در نقل و انتقال منابع ارزی، گشایش اعتبار اسنادی (LC) و تضمین مبادلات تجاری ایران با جهان ایفا

کرده است. این شبکه بین‌المللی، در شرایط تحریمی، به‌عنوان یک سپر دفاعی برای اقتصاد کشور عمل کرده و مسیرهای حیاتی برای تداوم تجارت خارجی و صادرات غیرنفتی را باز نگه داشته است.

عملکرد درخشان در دوره مدیریتی جدید

دوره مدیریتی جدید بانک صادرات ایران، تحت سرپرستی دکتر محسن سیفی کفشگری، بدون اغراق، یکی از درخشان‌ترین فصول تاریخ این بانک به‌شمار می‌رود. سیاست‌های اصلاح ساختار مالی و تحول دیجیتال، منجر به دستاوردهای حیرت‌انگیزی شده است که بانک را در مسیر سودآوری پایدار قرار داده است. از جمله دستاوردهای مهم این دوره می‌توان به موارد برجسته‌ی زیر اشاره کرد:

- **اصلاح ساختار مالی و ثبات بخشی**
به جرات می‌توان گفت که مهم‌ترین دستاورد این دوره، اصلاحات بنیادین در ترانزنامه و ساختار مالی بانک است.
- **افزایش سرمایه چشمگیر:** بانک با اتخاذ رویکردی جسورانه، سرمایه خود را به میزان قابل توجهی افزایش داده است. این امر، علاوه بر بهبود نسبت کفایت سرمایه، توان تسهیلات‌دهی و پذیرش ریسک بانک را برای پروژه‌های بزرگ ملی، به طرز بی‌سابقه‌ای تقویت کرده است.
- **وصول مطالبات کلان و تعیین تکلیف دارایی‌ها:** یکی از خیره‌کننده‌ترین موفقیت‌ها، وصول مطالبات کلان معوق از بدهکاران بزرگ و تعیین تکلیف بخش مهمی از دارایی‌های منجمد و فاقد بازدهی بوده است. این اقدام نه تنها به افزایش نقدینگی بانک کمک کرده، بلکه اعتماد عمومی و بازار سرمایه به نماد "وبصادر" را به شدت ارتقا داده است.
- **رشد سودآوری عملیاتی:** سیاست‌های جدید اعتباری و مدیریت هوشمندانه هزینه‌ها، منجر به رشد چند برابری سود خالص و درآمدهای عملیاتی و کارمزدی شده است. این شکوفایی مالی،

بانک صادرات را به‌عنوان یکی از ستاره‌های سودآوری در نظام بانکی مطرح کرده است.
• **دستاوردهای تحول دیجیتال**
تحول دیجیتال در این دوره، با رویکردی محصول‌محور و مشتری‌مدار، شتابی کم‌نظیر گرفته است.

- **چکنو (چک امن دیجیتال):** بانک صادرات با سامانه‌ی "چکنو"، به‌عنوان نخستین بانک صادرکننده‌ی چک دیجیتال، در فرآیند جایگزینی چک‌های کاغذی و امن‌سازی مبادلات، پیشگام بوده و سهم قابل توجهی از بازار چک‌های دیجیتال را در اختیار دارد.
- **سامانه توثیق الکترونیکی دارایی (ست):** این پلتفرم، امکان توثیق الکترونیکی دارایی‌ها (مانند سهام و اوراق بهادار) و صدور سفته الکترونیک را فراهم کرده که یک گام بلند در جهت تسهیل وثیقه‌گذاری و کاهش بوروکراسی است.
- **پلتفرم بانکداری دیجیتال سپینو:** این پلتفرم به‌عنوان یک راه‌حل جامع بانکداری غیرحضوری، با ثبت میلیون‌ها تراکنش موفق در مدت زمان کوتاه، نشان‌دهنده استقبال گسترده مشتریان از خدمات دیجیتال نوین بانک است.

چشم‌انداز آینده: رهبری در بانکداری دیجیتال و هوش مصنوعی

- نگاه به آینده‌ی بانک صادرات ایران، نگاه به اگزیم (EXIM) بانک هوشمند کشور است که بر پایه‌ی نوآوری و تحول دیجیتال بنا شده است. استراتژی سال‌های پیش‌رو، نه تنها حفظ جایگاه، بلکه ارتقاء موقعیت صادرات به یک نهاد مالی فناورانه و داده‌محور است.
- **بانکداری دیجیتال و نئوبانک صاد**
هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، به‌عنوان بازوی اجرایی بانک در مسیر تحول دیجیتال، مأموریت دارد تا صادرات را به پیش‌تازترین ارائه‌دهنده خدمات مالی دیجیتال در خاورمیانه تبدیل کند.
- **توسعه پلتفرم سپینو و نئوبانک:** برنامه‌ها بر توسعه‌ی بیشتر

پلتفرم سپینو و راه‌اندازی نئوبانک صاد متمرکز است که هدف آن ارائه‌ی یک تجربه‌ی کاربری (UX) ساده، سریع و شخصی‌سازی‌شده، کاملاً غیرحضوری و بدون نیاز به مراجعه به شعبه است.

- **بانکداری باز (Open Banking):** توسعه‌ی وب‌سرویس‌ها و API‌های بانکی، این امکان را فراهم می‌آورد تا بانک صادرات بتواند با شرکت‌های فین‌تک (Fintech) و کسب‌وکارهای دیجیتال همکاری کرده و خدمات مالی را به‌صورت تعبیه‌شده (Embedded Finance) در بطن فرآیندهای کسب‌وکارها قرار دهد.

• **هوش مصنوعی و داده‌محوری**
آینده‌ی بانکداری در گروی بهره‌گیری از هوش مصنوعی (AI) و تحلیل داده‌های کلان است.

- **مدیریت هوشمند ریسک:** استفاده از مدل‌های هوش مصنوعی برای اعتبارسنجی دقیق‌تر، پیش‌بینی نوسانات بازار و مدیریت هوشمندانه دارایی‌ها، ضریب امنیت و سودآوری بانک را افزایش خواهد داد.
- **شخصی‌سازی خدمات:** با تحلیل داده‌های رفتاری مشتریان، خدمات و محصولات مالی با دقت بیشتری شخصی‌سازی شده و بر اساس نیازهای واقعی هر مشتری ارائه می‌شوند.
- **چت‌بات‌ها و اتوماسیون فرآیندها:** توسعه‌ی ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی مانند چت‌بات‌ها برای پاسخگویی ۲۴ ساعته و اتوماسیون فرآیندهای داخلی، به کاهش هزینه‌ها و افزایش سرعت و کیفیت خدمات می‌انجامد.
- **بانک صادرات ایران، امروز، با تکیه بر اصلاحات ساختاری عمیق، روحیه نوآوری و رهبری هوشمندانه، نه تنها میراث پرافتخار گذشته خود را حفظ کرده، بلکه با شتابی مثال‌زدنی، به سوی آینده‌ای روشن در حرکت است. این بانک، همچنان قلب تپنده‌ی اقتصاد کشور و نماد یک تحول بزرگ و یک تعهد ملی باقی خواهد ماند.**

سخن مدیرمسئول: (علیرضا نظارات)



نبض دیجیتال در قلب صادرات:
از پیشگامی تا جایگاه شایسته رهبری
بانک صادرات ایران، با پیشینه‌ای پر افتخار در اقتصاد ملی و شبکه‌ای گسترده که آن را به یکی از بزرگترین نهادهای مالی منطقه تبدیل کرده، امروز در بزنگاهی تاریخی قرار دارد: مسیری بی‌بازگشت به سوی تحول دیجیتال کامل. در دوره مدیریت کنونی، به‌ویژه با راهبری مدیرعامل محترم، آقای دکتر محسن سیفی کفشگری، شاهد یک تأکید استراتژیک و جدی بر محورهای سه‌گانه تحول دیجیتال، شکل‌گیری اکوسیستم‌های کارآمد و نقش محوری هلدینگ فناورانه "صاد" بوده‌ایم. این نگاه، کاملاً درست، آینده‌نگر و مطابق با روندهای جهانی بانکداری است و نتایج درخشانی نیز در پی داشته است اما هنوز تا رسیدن به شرایط ایده‌آل فاصله داریم.

دستاوردهای خیره‌کننده و جایگاه پیشگام

بانک صادرات ایران در مسیر تحول دیجیتال، توانسته است گام‌های بلندی بردارد و در حوزه‌هایی مثل چک الکترونیک، عملاً پرچمدار نظام بانکی کشور باشد. این دستاوردها، ثمره‌ی اعتقاد عمیق مدیران به قدرت فناوری و تلاش متخصصان بانک و هلدینگ "صاد" است:

- * رهبری در نوآوری‌های محصولی
- * چکنو (چک امن دیجیتال): بانک صادرات ایران با معرفی

و توسعه‌ی موفق چکنو، نه تنها تعهد خود به الزامات بانک مرکزی را اثبات کرده، بلکه توانسته است حجم عظیمی از مبادلات چک را به بستر امن و کارآمد دیجیتال منتقل کند و در این زمینه در رتبه‌های نخست قرار گیرد.

- * پلتفرم سپینو و خدمات غیرحضوری: راه‌اندازی و توسعه‌ی پلتفرم‌های جامع بانکداری غیرحضوری نظیر "سپینو"، ارائه‌ی خدمات بانکی را برای میلیون‌ها مشتری تسهیل کرده و سهم تراکنش‌های دیجیتال بانک را به طور چشمگیری افزایش داده است.

- * سامانه "ست" (توثیق الکترونیکی دارایی): این نوآوری، گامی بزرگ در جهت کاهش بوروکراسی و تسهیل وثیقه‌گذاری برای دریافت تسهیلات است که نشان‌دهنده هوشمندی بانک در استفاده از فناوری برای حل چالش‌های سنتی است.

* شکل‌گیری هسته فناورانه

هلدینگ فناوری و نوآوری صاد، اکنون به عنوان استراتژیک بانک، مسئولیت ایجاد و مدیریت اکوسیستم‌های فناورانه و نوآوری را برعهده دارد. این ساختار، حیاتی است تا بانک بتواند از یک نهاد صرفاً ارائه‌دهنده خدمات مالی، به یک نهاد فعال در حوزه فین‌تک و بانکداری تعبیه‌شده (Embedded Finance) تبدیل شود.

با این حال، با اذعان به عظمت این پیشرفت‌ها، واقعیت امر این است که جایگاه شایسته‌ی بانک صادرات ایران در قامت بزرگترین شبکه‌ی بانکی، فراتر از سطح فعلی پیشگامی است و همه در این خانواده معظم باید برای رسیدن به جایگاه آرمانی و ایده‌آل بانک صادرات تلاش کنند.

نقد دلسوزانه: فاصله تا رهبری مطلق و دلایل اصلی

باید با نگاهی نقادانه اما سازنده اذعان کرد که بانک صادرات ایران تا تبدیل شدن به پرچمدار و بازیگر غالب تحول دیجیتال در کشور، همچنان فاصله دارد. این فاصله، ناشی از ضعف عملکردی نیست، بلکه بیشتر ریشه در عظمت میراث و لزوم تحول ساختاری عمیق‌تر

دارد:

۱. میراث بزرگی و پیچیدگی ساختاری (Technical Debt)
حجم بالای بدهی‌های فنی: به دلیل قدمت و گستردگی عملیات، بانک صادرات با چالش سیستم‌های بزرگ و قدیمی (Legacy Systems) مواجه است. تحول در چنین ساختار عظیمی، بسیار پیچیده‌تر و پرهزینه‌تر از بانک‌های نوپا و کوچک‌تر است. این سیستم‌ها، سرعت نوآوری و ادغام اکوسیستم‌های جدید را کاهش می‌دهند.
- * ساختار شبکه گسترده فیزیکی: در اختیار داشتن بزرگترین شبکه شعب کشور، یک مزیت رقابتی است، اما هم‌زمان یک بار سنگین عملیاتی و هزینه‌ای در مسیر دیجیتالی شدن کامل به شمار می‌رود. مدیریت تغییر و آموزش در این ابعاد، کندتر پیش می‌رود.

۲. نگاه جزیره‌ای در اکوسیستم و چابکی ناکافی

- * نیاز به همگرایی بیشتر: علیرغم تأکید بر اکوسیستم، هنوز برخی از شرکت‌های زیرمجموعه و بخش‌های عملیاتی بانک، از نظر فنی و فرهنگی، به صورت جزیره‌ای عمل می‌کنند. این امر، مانع از ارائه‌ی یک تجربه‌ی کاربری (UX) یکپارچه و یکدست به مشتری می‌شود.
- * چابکی در مقابل بوروکراسی: سرعت تحول دیجیتال نیازمند روش‌های چابک (Agile) در تصمیم‌گیری و اجرا است. در یک سازمان عظیم دولتی ت خصوصی همچون صادرات، فرآیندهای سنتی و بوروکراتیک همچنان مانع از آن هستند که سرعت نوآوری به اندازه‌ی مورد نیاز برای رهبری مطلق بازار باشد.

۳. سرمایه‌گذاری ناکافی در زیرساخت‌های نسل جدید

- * زیرساخت داده و هوش مصنوعی: تحول دیجیتال واقعی، متکی بر داده‌محوری و هوش مصنوعی است. اگرچه گام‌هایی برداشته شده، اما سطح سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی

زیرساخت‌های تحلیل داده‌های کلان، حاکمیت داده (Data Governance) و کاربرد هوش مصنوعی در ابعاد مدیریتی و عملیاتی (نه صرفاً محصولی)، نیازمند شتاب بیشتری است.

راهکارهای پنج‌گانه برای رهبری مطلق تحول دیجیتال

برای عبور از مرحله "پیشگامی" به مرحله "رهبری مطلق" در تحول دیجیتال، بانک صادرات ایران باید سیاست‌های زیر را با جدیت بیشتری در دستور کار قرار دهد:

۱. پیاده‌سازی کامل استراتژی بانکداری باز (Open Banking) بانک صادرات باید در مقام یک رهبر، پلتفرم بانکداری باز خود را فراتر از سطح فعلی توسعه دهد. این استراتژی باید شامل موارد زیر باشد:
- توسعه API‌های (رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی) عمومی و اختصاصی: امکان دسترسی امن و کنترل‌شده شرکت‌های فین‌تک، استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ به داده‌ها و خدمات بانکی (با رضایت مشتری).
- تشویق نوآوری خارجی: برگزاری رویدادهای هکاتون (Hackathon) و همکاری استراتژیک با فین‌تک‌ها از طریق هلدینگ صاد، به منظور تعبیه‌سازی خدمات (Embedded Finance) بانک در اکوسیستم‌های غیربانکی (مثل فروشگاه‌های زنجیره‌ای، پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، و سامانه‌های سازمانی). هدف باید تبدیل شدن بانک صادرات به "Backend" (پشتوانه فنی) اکوسیستم مالی کشور باشد.
۲. بازآرایی و هدفمندسازی شبکه‌ی شعب (Branch Transformation) شبکه‌ی گسترده‌ی شعب باید به یک مزیت دیجیتال تبدیل شود، نه یک بار عملیاتی. این کار نیازمند بازآرایی (Transformation) سه‌گانه است:
- شعب مشاوره و برندینگ: تبدیل بخش عمده شعب به مراکز کوچک مشاوره مالی تخصصی (تسهیلات سازمانی، ارزی و ...)

و نمایشگاه‌های فناوریانه برای معرفی محصولات دیجیتال.

- شعب کاملاً دیجیتال (Digital Hubs): کاهش نیروی انسانی عملیاتی و اتوماسیون کامل خدمات در شعب منتخب.
- پروتکل "Zero-Touch": هدف‌گذاری برای رسیدن به نقطه‌ای که ۹۰ درصد تراکنش‌های روتین (افتتاح حساب، صدور کارت و ...) بدون حضور یا دخالت مستقیم نیروی انسانی انجام شود.
- ۳. سرمایه‌گذاری کلان در هوش مصنوعی و داده‌محوری بانک باید یک استراتژی جامع و متمرکز بر هوش مصنوعی (AI) تدوین کند که فراتر از چت‌بات‌ها باشد:
- مرکز داده و هوش مصنوعی (AI & Data Center): ایجاد یک مرکز تخصصی برای حاکمیت داده (Data Governance) و توسعه‌ی مدل‌های پیشرفته‌ی هوش مصنوعی در حوزه‌هایی مانند:
- مدیریت ریسک پیش‌گویانه: استفاده از AI برای پیش‌بینی نکول (Default) و تشخیص الگوهای مشکوک.
- شخصی‌سازی خدمات (Hyper-Personalization): ارائه‌ی محصولات مالی اختصاصی به هر مشتری بر اساس تحلیل رفتار تراکنشی او (مثلاً، یک وام با شرایط دقیقاً متناسب با تاریخچه اعتباری فرد).
- اتوماسیون هوشمند فرآیندها (RPA): به کارگیری ربات‌ها برای اجرای فرآیندهای تکراری و کاهش خطای انسانی.
- ۴. فرهنگ چابک و مدیریت تغییر (Agile Culture & Change Management) تحول دیجیتال، پیش از آنکه یک پروژه‌ی فناوری اطلاعات باشد، یک تحول فرهنگی و ساختاری است.
- تغییر متدولوژی کار: تعمیم و نهادینه کردن روش‌های چابک (Agile & Scrum) در تمام بخش‌های هلدینگ صاد و واحدهای کسب‌وکاری بانک.

- توانمندسازی منابع انسانی: اجرای برنامه‌های گسترده برای آموزش و جذب متخصصان داده و هوش مصنوعی و ایجاد مسیرهای شغلی برای تبدیل کارمندان سنتی به مشاوران دیجیتال.
- کاهش بوروکراسی داخلی: تفویض اختیار بیشتر به تیم‌های کوچک و تخصصی نوآوری (Squads) برای تصمیم‌گیری سریع و کوتاه‌کردن مسیر تصویب محصولات جدید.
- ۵. تقویت نقش هلدینگ صاد در بانکداری تعبیه‌شده (Embedded Finance) هلدینگ صاد باید با تمرکز بر "بانکداری تعبیه‌شده"، درآمدزایی غیرتسهیلاتی بانک را جهش دهد.
- محصولات پلتفرمی: توسعه‌ی محصولاتی که مستقیماً در اکوسیستم‌های دیگر تعبیه می‌شوند (مانند پرداخت در محل پلتفرم‌های حمل و نقل، اعتبارسنجی در لحظه برای پلتفرم‌های فروش اقساطی).
- تأمین مالی زنجیره‌ای (SCF) دیجیتال: نهادینه کردن کامل ابزارهایی چون اوراق گام و اعتبار اسنادی داخلی ریالی (LC) در یک پلتفرم کاملاً دیجیتال برای شرکت‌های بزرگ، به طوری که صادرات به بازیگر اصلی تأمین مالی زنجیره‌های صنعتی تبدیل شود.

بانک صادرات ایران، با پشتوانه‌ی میراث خود و رهبری هوشمندانه دکتر سیفی، در جایگاه یک «غول خفته» دیجیتال قرار دارد که اکنون بیدار شده است. پیشگامی در محصولاتی چون چکنو، نشان می‌دهد که پتانسیل جهش‌های بزرگ وجود دارد. اکنون زمان آن است که با تمرکز بر اصلاح ساختارهای داخلی، فرهنگ چابک و هوش مصنوعی، این فاصله تا رهبری مطلق را طی کنیم. بانک صادرات، باید و می‌تواند نبض دیجیتال در قلب اقتصاد ایران باشد و پرچمداری تحول در نظام مالی کشور را به طور کامل در دست گیرد.



آغاز فصلی نو در شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی

خوارزمی در مسیر تحول دیجیتال، نوآوری مستمر و پایداری سازمانی

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی از قدیمی‌ترین و معظم‌ترین شرکت‌های تابعه هلدینگ صاد که اخیراً تغییر مدیریتی را تجربه کرده است، تحولات عمده‌ای را در حوزه‌های استراتژیک، ساختاری و عملیاتی مد نظر قرار داده تا شتاب خود در مسیر تحقق تحول دیجیتال، رشد نوآوری و دستیابی به توسعه پایدار را افزایش دهد.

به گزارش نت صاد، یکی از اصول صحیح مدیریت سازمانی، تغییر گاه به گاه مدیران ارشد سازمان با هدف تزریق تفکرات، تدبیرها و البته خلاقیت‌های جدید و اعمال تحولات مثبت و سازنده‌ای است که می‌تواند باعث رشد بیشتر سازمان و توسعه پایدار آن در فضای به شدت رقابتی

کنونی شود.

دکتر حسین خروطی نیز با همین اندیشه، چند ماهی است سکان‌دار شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی یا مفاخر شده است تا با رویکردی جدید، تحولات مثبت و بزرگی را در این شرکت قدیمی از خانواده هلدینگ صاد ایجاد کند و بتواند گام‌های موثری را برای تحقق تحول دیجیتال، توسعه نوآوری و خلاقیت و دستیابی به پایداری سازمانی بردارد.

برای آگاهی از کم و کیف تغییرات مدیریتی شرکت مفاخر و آگاهی از برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته در دوره مدیرعاملی دکتر خروطی، گفتگوی جذابی را با ایشان انجام داده‌ایم که دربردارنده نکات بسیار مهمی است.

مدیرعامل مفاخر در این گفتگو، ضمن تقدیر از اقدامات شایسته و موثر مدیران قبلی، از برنامه‌های خود برای شتاب‌بخشی به حرکت شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی در لبه تکنولوژی، ورود به بازار بین‌المللی و

به کارگیری موثر و گسترده فناوری‌های روز همچون هوش مصنوعی و بلاکچین سخن گفته است.

معرفی عمده‌ترین تغییرات استراتژیک

با تغییر مدیریت در شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، در اولین گام نسبت به بررسی دقیق وضعیت موجود با تکیه بر تحلیل داده‌محور و بازخورد ذی‌نفعان داخلی و بیرونی اقدام کردیم تا به سرعت بتوانیم نقاط قوت و ضعف را شناسایی و برای ایجاد تحولات سازنده برنامه‌ریزی کنیم که در این مسیر، سه محور اصلی مورد بازنگری و اصلاح قرار گرفت:

تغییرات ساختاری: ساختار سازمانی از حالت سنتی به سمت چابک‌سازی و تیم‌های میان‌وظیفه‌ای بازطراحی شد. لایه‌های مدیریتی غیرضروری حذف و فرآیندهای تصمیم‌گیری تسهیل شد. ضمن اینکه تمرکز بیشتری بر ارتقای سرمایه انسانی و ایجاد مسیرهای رشد شغلی برای نیروهای متخصص در نظر گرفتیم.

تغییر در اولویت‌ها: به جای تمرکز صرف بر پروژه‌های کوتاه‌مدت و سفارشی، پروژه‌هایی در اولویت قرار گرفتند که ظرفیت توسعه محصول و برندینگ فناورانه را فراهم می‌سازند. همچنین مشتری‌مداری و کیفیت تحویل خدمات، از مرحله اجرا به مرحله طراحی و تصمیم‌سازی منتقل شد تا رضایت پایدار مشتریان تضمین شود. به‌علاوه، شفافیت، پاسخگویی و بهره‌وری عملیاتی نیز به عنوان ارزش‌های کلیدی در ارزیابی عملکرد مدیران و تیم‌ها لحاظ گردید. در نهایت، رویکرد اتخاذ شده تلفیقی از تحول دیجیتال، نوآوری مستمر و پایداری سازمانی است که بتواند شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی را در جایگاه یک بازیگر پیشرو در صنعت فناوری اطلاعات کشور قرار دهد.

معرفی رویکردهای جدید مدیریتی:

به اعتقاد بنده، کارایی هر مدیری را باید متکی به زمینه‌ها، اقتضائات زمانی و شرایط حاکم بر سازمان بررسی کرد و صرف بررسی آماری، نمی‌تواند خیلی منصفانه باشد. در واقع آنچه باید مبنای ارزیابی قرار گیرد، نه افراد، بلکه خروجی‌ها و دستاوردهای دوره‌های مختلف مدیریتی است؛ آن هم در چارچوب شاخص‌های قابل سنجش و با در نظر گرفتن محدودیت‌ها، فرصت‌ها و اولویت‌های هر مقطع زمانی.

بر این اساس، بنده با توجه به شناخت به نسبت درازمدتی که از شرکت خوارزمی و شرایط آن در دوره‌های مختلف دارم، عملکرد مدیران قبلی را شایسته و موثر می‌دانم. با این حال، اگر بخواهم به شکل کلی رویکردهای جدید مدیریتی این سازمان سخن بگویم، باید عرض کنم که تمرکز ما در این دوره بر چابک‌سازی سازمان، حرکت به‌سوی نوآوری سیستماتیک، و ایجاد زیرساخت برای مقیاس‌پذیری محصولات و خدمات فناورانه بوده است. در این مسیر، سعی کرده‌ایم تصمیم‌گیری‌ها را داده‌محور، تعاملات سازمانی را شفاف، و سرمایه انسانی را در محوریت تحول قرار دهیم.

در نهایت، همه ما ادامه‌دهنده مسیر تحول سازمان هستیم و معتقدم هر مدیری در دوره خود، با توجه به مقتضیات، تصمیماتی اتخاذ کرده که باید در بستر آن زمان تحلیل و ارزیابی شود.

راهکارهای مدیریت جدید برای غلبه بر مشکلات بروکراتیک

اینکه اغلب شرکت‌های فناورانه در حوزه صنعت مالی مثل مفاخر درگیر انواع بوروکراسی‌های عذاب‌آور و بعضاً مخرب

هستند، یک نقد واقع‌بینانه است. ساختارهای سنتی حاکم بر نظام بانکی و به تبع آن شرکت‌های فناور زیرمجموعه، عموماً بر اساس فرآیندهای کنترلی، سلسله‌مراتبی و محافظه‌کارانه شکل گرفته‌اند. این رویکردها در ذات خود برای مدیریت ریسک مالی مناسب‌اند، اما در فضای فناوری اطلاعات که نوآوری و زمان عرضه به بازار اهمیت حیاتی دارد، گاهی مانعی جدی ایجاد می‌کنند.

در شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، ما این چالش را به‌عنوان یکی از موانع تحول شناسایی کرده و برنامه‌ای چندلایه برای چابک‌سازی پیاده کرده‌ایم. برخی از اقدامات کلیدی ما در این مسیر به شرح زیر است:

* بازطراحی ساختار سازمانی با محوریت تیم‌های میان‌وظیفه‌ای (Cross-functional):

ساختار سنتی واحد‌محور را به مدل تیم‌محور نزدیک به Agile Delivery Teams تبدیل کردیم. هر تیم، از تحلیلگر کسب‌وکار تا توسعه‌دهنده و تست، به صورت یک هسته مستقل عمل می‌کند و در بسیاری از تصمیمات، وابستگی به لایه‌های بالای مدیریتی ندارد.

* استقرار عملی DevOps و حرکت به‌سوی Continuous Delivery:

با توسعه زیرساخت‌های CI/CD، تلاش کردیم فاصله بین توسعه و استقرار محصول را کاهش دهیم. این کار نه تنها چرخه توسعه را کوتاه‌تر کرد، بلکه تیم‌ها را مسئول‌تر و خروجی‌محورتر ساخت.

* اصلاح فرآیند تصمیم‌سازی با تمرکز بر داده‌محوری: تصمیم‌گیری‌ها بیش از گذشته مبتنی بر تحلیل داده‌های عملکردی و بازخورد کاربران شده است. همچنین فرآیندهای تصمیم‌سازی پیچیده، به ساختارهای سبک‌وزن

و مبتنی بر اجماع‌های سریع تبدیل شده‌اند.

* ایجاد لایه تسهیل‌گر بین تیم‌های عملیاتی و ذی‌نفعان (از جمله بانک مادر):

در این زمینه یک ساختار تعاملی تعریف کرده‌ایم که مانع از ورود مستقیم بوروکراسی بانکی به داخل تیم‌های توسعه شود. این لایه کمک می‌کند تیم‌ها تمرکز خود را روی توسعه محصول حفظ کنند و در عین حال تعاملات رسمی و حاکمیتی به‌درستی مدیریت شود.

* تقویت فرهنگ سازمانی با محوریت نوآوری مسئولانه: در این راستا تلاش کرده‌ایم ما فضای امنی برای آزمون و خطا ایجاد کرده‌ایم؛ جایی که خطای فنی یا تصمیم اشتباه، اگر مستند و قابل دفاع باشد، بخشی از فرایند یادگیری تلقی می‌شود. این موضوع در انگیزه تیم‌های جوان و متخصص اثر مستقیم داشته است.

در نهایت، ما به دنبال ساختن یک سازمان فناور چابک در دل یک ساختار سنتی هستیم. این مسیر ساده نیست، اما با ترکیب تغییر ساختار، بازآفرینی فرهنگ سازمانی و ارتقای فرآیندهای فنی، معتقدیم که شرکت‌های وابسته به نظام بانکی هم می‌توانند در حوزه فناوری بازیگر نوآور و تأثیرگذار باشند.

راهکارهای بهبود تعامل مفاخر با بانک صادرات:

موفقیت یک شرکت فناوری اطلاعات وابسته، صرفاً در گرو توان فنی یا منابع انسانی آن نیست؛ بلکه کیفیت ارتباط با بانک مادر، در جایگاه کارفرما و شریک استراتژیک، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. بر این اساس، چند رویکرد اساسی را در دستور کار قرار دادیم که نتایج قابل توجهی هم تا امروز به همراه داشته است:

سعی کرده‌ایم تصویری فراتر از «مجری پروژه» ارائه دهیم و شرکت مفاخر را به‌عنوان بازوی فناورانه تحول دیجیتال بانک معرفی کنیم. این یعنی از موضع اجرا به موضع مشاوره، طراحی و راهبری فناوری حرکت کرده‌ایم. این تغییر رویکرد در نگاه مدیران ارشد بانک تأثیر مثبتی داشته و به افزایش اعتماد منجر شده است.

همچنین به جای ارتباطات پروژه‌محور و پراکنده، ساختار مشخصی برای تعامل با واحدهای مختلف بانک تعریف کرده‌ایم. جلسات منظم، گزارش‌دهی شفاف، ارائه مستمر شاخص‌های عملکردی (KPIs) و تهیه داشبوردهای مدیریتی، از جمله ابزارهایی هستند که به ما کمک کرده‌اند اعتمادسازی کنیم و سطح همکاری را ارتقا دهیم.

ما مسئولیت‌پذیری را از سطح پروژه به سطح کل سازمان نیز از دیگر اقدامات صورت گرفته است ارتقا داده‌ایم. شفاف‌سازی در تحویل‌ها، زمان‌بندی‌ها و کیفیت خروجی‌ها باعث شده نگاه بانک نسبت به عملکرد شرکت تغییر کند. از نگاه "پیمانکار وابسته" به سمت یک "شریک قابل اتکا". همچنین به‌جای انتظار برای سفارش پروژه، ما با بررسی روندهای صنعت بانکی و نیازهای آینده بانک، راهکارهایی را طراحی و پیشنهاد داده‌ایم. این رویکرد، باعث افزایش اعتبار تیم ما در نزد مدیران بانک شده و نقش ما را در تصمیم‌سازی‌های فناورانه پررنگ‌تر کرده است.

علاوه بر این فراتر از تحویل پروژه در زمان مقرر، ما تلاش کرده‌ایم تجربه کاری واحدهای بانکی از همکاری با شرکت را بهبود دهیم. این شامل پاسخ‌گویی سریع، رفع چالش‌های عملیاتی در کوتاه‌ترین زمان و پیگیری تا حصول نتیجه نهایی بوده است.

در توصیف نتایج به‌دست‌آمده باید گفت:

خوشبختانه، امروز شاهد تعامل سازنده‌تری بین شرکت و

بانک هستیم. سطح همکاری‌ها ارتقا یافته است. در برخی حوزه‌ها، شرکت مفاخر به‌عنوان مشاور و همراه راهبردی شناخته می‌شود، نه صرفاً مجری فنی. این دستاوردی است که حاصل تغییر نگاه، شفافیت عملکرد و حرفه‌ای‌سازی ارتباطات بوده و برای این بسیار ارزشمند است.

نقش مفاخر در روند تحول دیجیتال کشور

تحول دیجیتال دیگر یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت برای بقا و رقابت‌پذیری در اقتصاد آینده است. از دولت‌ها گرفته تا کسب‌وکارهای کوچک، همه در مسیر دیجیتالی شدن گام برداشته‌اند، و ایران نیز در سال‌های اخیر تلاش کرده با تدوین اسناد بالادستی و راهبردی، این حرکت را نهادینه کند.

در این میان، شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر) با پشتوانه تخصص فنی، شناخت عمیق از فرآیندهای مالی و بانکی، و حضور در قلب یکی از بزرگ‌ترین هلدینگ‌های مالی کشور، ظرفیت و آمادگی لازم برای ایفای یک نقش محوری در این مسیر را دارد.

براین اساس تحول دیجیتال نیازمند سرعت و چابکی است. ما ساختار سازمانی، فرآیندهای داخلی و تیم‌های خود را به‌گونه‌ای بازطراحی کرده‌ایم که بتوانیم با سرعت و انعطاف بالا، پاسخ‌گوی نیازهای متغیر صنایع باشیم.

جایگاه مفاخر در زیست‌بوم تحول دیجیتال کشور رو به تثبیت است و با ادامه این مسیر، ما قطعاً می‌توانیم نقشی کلیدی و موثر در دیجیتالی‌سازی صنعت مالی، و در گام‌های بعدی، سایر صنایع کشور ایفا کنیم. البته لازمه این نقش‌آفرینی، تداوم سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نو، تقویت سرمایه انسانی، و تعامل سازنده با نهادهای حاکمیتی و مشتریان صنعتی است؛ مسیری که با جدیت

تأمین را نیز به طور جدی در دستور کار داریم. همکاری نزدیک با استارت‌آپ‌ها و ایجاد ساختارهای مشارکتی برای طراحی خدمات مالی نوآورانه، از کیف پول‌های دیجیتال تا ابزارهای مدیریت هوشمند سرمایه نیز از دیگر تحولات کاری مد نظر است. این حضور، صرفاً یک «حرکت نمایشی» نخواهد بود. ما



هم‌اکنون برخی پروژه‌های آزمایشی در زمینه پرداخت هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی و راهکارهای زنجیره‌های بلوکی در حوزه لجستیک را آغاز کرده‌ایم و نتایج اولیه امیدوارکننده است.

آینده تعامل میان بانک‌های سنتی و ابزارهای نوین مالی در ایران:

به باور من، آینده صنعت مالی در ایران در گروی تعامل سازنده میان بانک‌های و نهادهای ملامتیک و روش‌های نوین بازارهای مالی است. تجربه جهانی نشان داده که

استراتژی اصلی ما برای عبور از این شرایط، بر سه محور استوار است؛ تنوع‌بخشی به بازارها؛ تمرکز بر کشورهای همسایه، بازارهای منطقه‌ای و کشورهایی که با ایران روابط اقتصادی پایدار دارند. مدل‌های همکاری غیرمستقیم؛ استفاده از شبکه شرکای تجاری و شرکت‌های واسط در حوزه‌های ثالث برای ورود به بازارهای جهانی. تطبیق محصولات با نیازهای بومی؛ ارائه راهکارهایی که متناسب با شرایط فرهنگی، حقوقی و فنی کشورهای مقصد طراحی شده باشد.

آینده صادرات محصولات فناورانه ایران در گروی نوآوری در مدل‌های تعامل بین‌المللی است، و ما در خوارزمی این مسیر را با جدیت ادامه خواهیم داد.

خوارزمی و فناوری‌های نوین:

ورود به حوزه‌های نوینی همچون هوش مصنوعی، بلاک‌چین و فین‌تک‌های نسل جدید برای ما یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت است. تجربه نشان داده هر شرکتی که در برابر تحولات فناورانه صرفاً نظاره‌گر باقی بماند، به سرعت از رقابت حذف خواهد شد.

در شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی سرمایه‌گذاری در ایجاد تیم‌های تخصصی و راهکارهای بومی مبتنی بر داده‌های داخلی، به‌ویژه در حوزه‌های تحلیل کلان‌داده، پردازش زبان فارسی و سامانه‌های هوشمند تصمیم‌یار را دنبال کرده‌ایم.

همچنین توسعه پلتفرم‌های امن برای تبادلات دیجیتال، سامانه‌های شفاف‌سازی فرایندها و زیرساخت‌های مبتنی بر قراردادهای هوشمند، با نگاه ویژه به صنایع مالی و زنجیره

در حال طی آن هستیم.

این نکته را هم تاکید کنیم که به باور اینجانب، تحول دیجیتال در ایران دیگر صرفاً یک «شعار تبلیغاتی» نیست، هرچند در برخی حوزه‌ها ممکن است همچنان جنبه تبلیغاتی و نمایشی پررنگ‌تر به نظر برسد. آنچه امروز شاهدیم این است که در لایه‌های زیرساختی، از توسعه شبکه ملی اطلاعات گرفته تا گسترش دیتاسنترها، افزایش ضریب نفوذ اینترنت پرسرعت و همچنین حرکت جدی بانک‌ها، بیمه‌ها و بخش سلامت به سمت خدمات دیجیتال، تغییرات بنیادین آغاز شده و قابل انکار نیست.

البته، مسیر تحول دیجیتال یک فرایند تدریجی است و با چالش‌هایی همچون نبود استانداردهای یکپارچه، قوانین متناسب، و گاهی مقاومت ساختاری در برابر تغییر روبه‌رو است. با این وجود، نشانه‌های جدی از گذار واقعی به سمت اقتصاد و خدمات دیجیتال در کشور دیده می‌شود.

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی نیز با نگاه راهبردی، معتقد است که تنها با اتکا به پروژه‌های زیرساختی‌زیرساختی و سرمایه‌گذاری در نوآوری‌های بومی می‌توان این تحول را از سطح شعار به واقعیت عینی در زندگی مردم تبدیل کرد. خوشبختانه، گام‌های مهمی در این مسیر برداشته شده و امروز بیش از هر زمان دیگری به تحقق یک زیست‌بوم دیجیتال واقعی نزدیک هستیم.

رویکرد مفاخر نسبت به تحریم‌های بین‌المللی:

بدون تردید یکی از موانع جدی در مسیر صادرات محصولات فناورانه ایرانی تحریم‌ها بوده‌اند. با این حال، نگاه حاکم در شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی این است که محدودیت‌ها می‌توانند فرصت‌های تازه‌ای را برای نوآوری و خلاقیت ایجاد کنند.

اگرچه در ابتدا نوعی رقابت میان این دو جریان وجود دارد، اما در نهایت، مسیر پایدار به سمت همکاری‌های ساختاریافته و هم‌افزایی خواهد رفت.

بنابراین، راهبرد درست این است که رقابت مدیریت‌شده همراه با همکاری عمیق دنبال شود. یعنی بانک‌ها، فین‌تک‌ها را به مشارکت در توسعه خدمات خود دعوت کنند، و فین‌تک‌ها نیز به جای تلاش برای حذف بانک‌ها، نقش مکمل و نوآورانه ایفا نمایند.

آینده تعامل بانک‌ها و فین‌تک‌ها در ایران، اگر به درستی هدایت شود، نه صحنه حذف یکی توسط دیگری، بلکه نمونه‌ای از هم‌زیستی خلاقانه خواهد بود که نهایتاً به نفع اقتصاد دیجیتال کشور تمام می‌شود.

در بازه زمانی مورد اشاره جایگاه شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی را در قامت یکی از بازیگران اصلی تحول دیجیتال در صنعت مالی و فناوری کشور می‌بینیم؛ شرکتی که نه تنها به‌عنوان بازوی فناوریانه نظام بانکی شناخته می‌شود، بلکه در ایجاد اکوسیستم‌های نوآورانه فین‌تک، هوش مصنوعی و خدمات دیجیتال نیز نقش کلیدی ایفا خواهد کرد.

شاخص اصلی موفقیت ما در این مسیر، تنها رشد درآمد یا تعداد پروژه‌ها نخواهد بود؛ بلکه میزان اثرگذاری واقعی بر تجربه مشتریان و افزایش بهره‌وری در صنعت مالی است. به بیان دیگر، اگر بتوانیم در پنج سال آینده به نقطه‌ای برسیم که خدمات بانکی و مالی دیجیتال در ایران با استانداردهای جهانی هم‌تراز شود و خوارزمی به‌عنوان یکی از محرک‌های این تغییر شناخته شود، ما به هدف خود رسیده‌ایم.

شاخص اصلی موفقیت ما در این مسیر، تنها رشد درآمد یا تعداد پروژه‌ها نخواهد بود؛ بلکه میزان اثرگذاری واقعی بر

تجربه مشتریان و افزایش بهره‌وری در صنعت مالی است. به بیان دیگر، اگر بتوانیم در پنج سال آینده به نقطه‌ای برسیم که خدمات بانکی و مالی دیجیتال در ایران با استانداردهای جهانی هم‌تراز شود و خوارزمی به‌عنوان یکی از محرک‌های این تغییر شناخته شود، ما به هدف خود رسیده‌ایم.

ما چشم‌انداز خود را بر مبنای نوآوری، همکاری با استارت‌آپ‌ها و توسعه فناوری‌های بومی بنا نهاده‌ایم و امیدواریم در این بازه زمانی، خوارزمی نه‌تنها در ایران، بلکه در منطقه نیز به‌عنوان یک برند معتبر در حوزه فناوری‌های مالی مطرح باشد.

استراتژی‌های مربوط به ارتقای فرهنگ و انگیزه سازمانی:

در شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، ما برای این منظور چند اقدام مشخص و عملی انجام داده‌ایم:

شفاف‌سازی چشم‌انداز و اهداف:

از همان ابتدا تلاش کرده‌ام با برگزاری جلسات عمومی و نشست‌های مستقیم با کارکنان، تصویر روشنی از مسیر آینده شرکت ارائه دهم تا همه بدانند به کدام سمت حرکت می‌کنیم. شفافیت، نخستین گام در ایجاد اعتماد است.

گفت‌وگوی مستمر با بدنه سازمان:

سازوکاری برای ارتباط مستقیم مدیران با کارکنان ایجاد شده است؛ به نحوی که همه بتوانند دغدغه‌ها، ایده‌ها و پیشنهادهای خود را بی‌واسطه مطرح کنند. این کار باعث شده فرهنگ «گوش دادن» جایگزین فرهنگ «دستور دادن» شود.

تقویت سرمایه انسانی:

ما سرمایه‌گذاری روی آموزش‌های تخصصی، ارتقای مهارت‌ها و فراهم کردن مسیر پیشرفت شغلی را آغاز کرده‌ایم. وقتی کارمند احساس کند آینده روشنی در سازمان دارد، انگیزه و تعلق او افزایش می‌یابد.

قدردانی و انگیزش:

نظامی برای شناسایی و تقدیر از افراد و تیم‌های موفق تعریف شده است؛ چه در قالب پاداش‌های مادی و چه در قالب تقدیرهای معنوی مانند معرفی به‌عنوان «الگوی نوآوری» یا «همکار ارزش‌آفرین».

تقویت روحیه تیمی و فرهنگ سازمانی:

پروژه‌هایی را به‌صورت تیم‌های میان‌بخشی تعریف کرده‌ایم تا همدلی میان واحدهای مختلف بیشتر شود. همچنین بر ارزش‌هایی مانند نوآوری، مسئولیت‌پذیری و اعتماد متقابل به‌عنوان ارکان فرهنگ جدید سازمانی تأکید کرده‌ایم.

ایجاد ثبات در عین تحول:

یکی از مهم‌ترین اقدامات این بوده که در کنار اجرای تغییرات لازم، بر تداوم نقاط قوت گذشته نیز پایبند مانده‌ایم. این موضوع باعث می‌شود کارکنان احساس نکنند همه چیز دستخوش بی‌ثباتی شده است.

در پایان ضمن تشکر از شما بابت انجام این گفت و گوی دقیق و کارشناسی، باید به عرض برسانم رویکرد من این بوده که تغییر مدیریت نه به‌عنوان یک تهدید، بلکه به‌عنوان آغاز فصلی نو برای رشد فردی و سازمانی دیده شود.

امروز خوشبختانه شاهد افزایش انگیزه، اعتماد و همدلی بیشتری در میان همکاران هستیم و این بزرگ‌ترین سرمایه ما برای تحقق اهداف آینده خواهد بود.

معرفی ربات های شرکت مفاخر



ربات پشتیبان: دستیار هوشمند و اتوماتیک برای سامانه‌های پشتیبانی

ربات پشتیبان، دستیار بی‌چون و چرای تیم پشتیبانی شماست؛ نیرویی که ۲۴ ساعته، بی‌وقفه و بدون نیاز به استراحت، با دقت و سرعتی بی‌نظیر، جریان کارهای پشتیبانی را سازماندهی و اتوماتیک می‌کند. این ربات نرم‌افزاری می‌تواند بار بزرگی را از دوش تیم پشتیبانی برداشته و فرآیندها را بر اساس الگوهای تعریف‌شده و دقیق، به‌صورت کاملاً خودکار انجام دهد.

مثلاً وقتی تیکت‌های جدید وارد سیستم می‌شوند، ربات پشتیبان بلافاصله وارد عمل می‌شود. این ربات با تحلیل نوع درخواست‌ها و تطبیق آنها با الگوها و قوانین تعیین‌شده، بلافاصله تیکت‌ها را به تکنسین‌های مناسب تخصیص می‌دهد و بدین ترتیب، زمان رسیدگی به تیکت‌ها را به‌طور چشمگیری کاهش می‌دهد. به عبارت دیگر، هر تیکت فوراً به دستان توانای فردی می‌رسد که بیشترین صلاحیت را برای حل آن دارد.

ویژگی‌های برجسته ربات پشتیبان

- حرکت دهنده فرآیندهای پشتیبانی: با تحلیل محتوا از تسک و یا اکتیویتی و استفاده از الگوهای تعریف‌شده، ربات پشتیبان بلافاصله هر مرحله از فرآیند پشتیبانی را حرکت می‌دهد و به هیچ عنوان کار بدون انجام باقی نمی‌ماند.
- اتوماتیک‌سازی کامل فرآیندهای پشتیبانی: خدمات سامانه‌های پشتیبانی را بر اساس نیازهای

اختصاصی مشتری، به‌صورت کاملاً خودکار و کارآمد ارائه می‌دهد.

- سرعت و دقت بالا: با اتکا به الگوریتم‌های پیشرفته و بدون کوچک‌ترین خطا، ربات پشتیبان در سریع‌ترین زمان ممکن هر تیکت را پیگیری می‌کند.
- عملکرد ۷/۲۴ بدون نیاز به استراحت: بدون توقف و بی‌وقفه، ربات پشتیبان همیشه آماده به کار است، تا تضمین‌کننده پاسخ‌دهی سریع و به‌موقع به درخواست‌های مشتریان باشد.
- انعطاف‌پذیری و قابلیت تنظیم بر اساس نیاز سازمان: این ربات را می‌توان به‌آسانی بر اساس نیازهای خاص کسب‌وکارها سفارشی کرد و الگوهای جدیدی برای تخصیص دقیق‌تر تنظیم کرد.
- کاهش حجم کاری تیم پشتیبانی: با اتوماسیون وظایف پایه، این ربات تیم پشتیبانی را آزاد می‌کند تا تمرکز بیشتری روی مسائل پیچیده و حساس داشته باشند.

مزایای کسب‌وکاری ربات پشتیبان برای سازمان‌ها

۱. افزایش کارایی تیم پشتیبانی: با کاهش وظایف تکراری، تکنسین‌ها می‌توانند روی درخواست‌های پیچیده‌تر تمرکز کنند و بهره‌وری کلی را افزایش دهند.
۲. ارتقاء سرعت پاسخ‌گویی به مشتریان: مشتریان شما تجربه بهتری از خدمات خواهند داشت، زیرا مشکلات آنها به‌سرعت به دست افراد متخصص می‌رسد.
۳. کاهش خطاهای انسانی: با خودکارسازی فرآیندها، خطاهای ناشی از تخصیص نادرست یا تأخیرهای انسانی

به حداقل می‌رسد.

۴. صرفه‌جویی در منابع سازمانی: نیازی به افزایش تعداد پرسنل نیست، زیرا ربات پشتیبان وظایف را بدون نیاز به نیروی اضافی انجام می‌دهد.
۵. کسب برتری رقابتی: با داشتن یک سیستم پشتیبانی کاملاً اتوماتیک، سازمان شما می‌تواند در رقابت با سایرین برتری محسوسی داشته باشد و رضایت بیشتری از مشتریان جلب کند.

ربات پشتیبان نه تنها به تسهیل فرآیندهای پشتیبانی کمک می‌کند، بلکه به‌طور مستقیم باعث بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان می‌شود. به این ترتیب، می‌توانید با اعتماد کامل وظایف اولیه و تکراری پشتیبانی را به این دستیار هوشمند واگذار کنید و تیمتان را برای انجام کارهای حساس‌تر و پیچیده‌تر آزاد بگذارید.

ربات دیده‌بان: ناظری شبانه‌روزی بر داشبوردهای سامانه شما

ربات دیده‌بان را به‌عنوان چشمی همیشه بیدار در نظر بگیرید که بدون وقفه وضعیت سامانه شما را تحت نظر دارد! این ربات نرم‌افزاری پیشرفته می‌تواند بر هر بخشی از سامانه که نیاز به گزارش‌گیری یا نمایش وضعیت دارد، قرار گیرد و به‌آسانی بر روی داشبوردهای گرافیکی سوار شود. با توجه به مدل و نیاز مشتری، ربات دیده‌بان قابلیت اعمال کنترل‌های دقیق را برای پایش پارامترها و آستانه‌های حساس سیستم‌ها دارد، تا در مواقع ضروری به‌سرعت وارد عمل شود و از هرگونه انحراف به‌موقع خبر دهد.

چت بات هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی

تصور کنید به محض اینکه کاربر شما نیاز به راهنمایی پیدا می‌کند، چت باتی همیشه بیدار و باهوش آماده است تا به سرعت وارد عمل شود. این چت بات یک قهرمان دیجیتالی در دنیای اتوماسیون است! با بهره‌گیری از تکنولوژی هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی، نه تنها می‌تواند سوالات کاربران را به صورت کاملاً هوشمندانه پاسخ دهد، بلکه هیچ گاه خسته نمی‌شود و همیشه آماده به کار است. این ربات همان نیرویی است که تیم پشتیبانی شما به آن نیاز دارد تا نفس راحتی بکشد و بتواند روی مسائل پیچیده‌تر تمرکز کند.

چت بات ما فراتر از یک ابزار معمولی است - این دستیار دیجیتالی به یک پایگاه داده عظیم از محتوای فنی در حوزه پشتیبانی تجهیزات بانکی متصل است و در هر لحظه آماده ارائه راهکارهای سریع و دقیق به کاربران شماست. اما این فقط یک شروع است! ما این چت بات را در اپلیکیشن تیکتینگ پشتیبانی نیز ادغام کرده‌ایم تا به محض ثبت تیکت، کاربران شما بتوانند مستقیماً با آن چت کنند و سوالاتشان را بپرسند. اگر مشکلی داشتند، نیازی به انتظار برای نیروی پشتیبانی نیست؛ چت بات ما آماده است تا با سرعت نور به مشکلات شما پاسخ دهد و حتی تأیید رفع مشکل را دریافت کند. این چت بات یک دستیار تمام‌عیار است - نه تنها پاسخگو، بلکه به معنای واقعی کلمه هوشمند. شما به آن نیاز دارید تا فرآیندهای تکراری پشتیبانی را حذف کنید، در زمان و هزینه صرفه‌جویی کنید، و تجربه‌ای جذاب و بی‌نقص به مشتریان خود ارائه دهید. آماده‌اید که یک تغییر بزرگ را در سازمان خود احساس کنید؟ چت بات ما همین جاست!

ویژگی‌های برجسته ربات دیده‌بان:

- فعالیت شبانه‌روزی، بی‌وقفه: بدون نیاز به استراحت یا دخالت انسانی، این ربات ۲۴ ساعته فعال است و هیچ رخدادی از نگاه تیزبین آن دور نمی‌ماند.
- دقت بی‌نظیر: با توانایی پایش و کنترل لحظه‌به‌لحظه، کوچک‌ترین تغییرات نیز به سرعت شناسایی می‌شوند.
- سرعت بالا در اطلاع‌رسانی: به محض رسیدن هر پارامتر به آستانه‌ی تعریف‌شده، دیده‌بان با ارسال پیامک، ایمیل، پوش نوتیفیکیشن یا ثبت رویداد در جی‌را افراد مرتبط را در جریان قرار می‌دهد.
- چندپلتفرمی و کنترل از راه دور: می‌توانید با اپلیکیشن‌های وب، موبایل یا PWA به راحتی ربات را کنترل کنید؛ چه در دفتر کار باشید و چه خارج از آن، ربات دیده‌بان همیشه در دسترس شماست.
- سازگاری با تمام سیستم‌عامل‌ها: بدون نگرانی از نوع سیستم‌عامل، این ربات بر روی همه پلتفرم‌ها بدون ایجاد اختلال کار می‌کند و با استفاده بهینه از منابع، فعالیت پایدار و بدون وقفه را تضمین می‌کند.
- قابلیت سفارشی‌سازی بالا: امکان تنظیم آستانه‌ها و انواع هشدارها برای نظارت بر پارامترهای حساس سیستم به دلخواه و نیاز مشتری فراهم است، تا کنترل‌های دقیق و هماهنگ با هر سیستم، به بهترین شکل اعمال شود.

مزایای کسب‌وکاری ربات دیده‌بان برای سازمان‌ها

۱. صرفه‌جویی در هزینه‌ها: نیاز به نیروی انسانی برای نظارت شبانه‌روزی بر داشبوردها به طور قابل توجهی کاهش می‌یابد.
 ۲. افزایش بهره‌وری و دقت عملیات: با شناسایی به موقع هرگونه انحراف، امکان رفع مشکلات پیش از بحرانی شدن فراهم می‌شود.
 ۳. واکنش سریع به رویدادها: از آنجا که دیده‌بان بلافاصله هشدارها را ارسال می‌کند، سرعت واکنش به وقایع حساس بهبود می‌یابد.
 ۴. کاهش ریسک و تضمین پایداری سیستم‌ها: با کنترل مداوم و پایش دقیق پارامترهای حساس، سیستم شما در شرایط پایدار و بهینه قرار دارد.
 ۵. بهبود رضایت مشتریان: با نظارت هوشمندانه و کاهش خرابی‌های احتمالی، مشتریان شما تجربه‌ای امن‌تر و مطمئن‌تر از خدمات شما خواهند داشت.
- ربات دیده‌بان به عنوان یک دستیار همه‌فن‌حریف و هوشیار، آماده است تا با هر بار شناسایی انحرافات جزئی، شما را به سرعت در جریان بگذارد و امنیت و کارایی زیرساخت‌های شما را تضمین کند. اگر به دنبال ابزاری برای پایش بی‌وقفه و دقیق سیستم‌های خود هستید، دیده‌بان انتخابی مطمئن و بی‌رقیب است!

ویژگی‌های منحصر به فرد چت‌بات هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی

۱. استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی: چت‌بات ما از تکنولوژی‌های پیشرفته هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی بهره‌مند است که باعث می‌شود با هر تعامل جدید، توانایی پاسخگویی و درک بیشتری پیدا کند.

۲. پایگاه داده قوی و پویا: این چت‌بات به یک پایگاه داده غنی متصل است که حاوی سوالات و جواب‌های متنوعی از موضوعات مختلف است. کاربران با هر سوال، پاسخی هوشمندانه و دقیق دریافت می‌کنند.

۳. حل خودکار مشکلات لایه ۱: پس از ثبت تیکت، کاربران می‌توانند سوالات سطحی و مقدماتی خود را با چت‌بات مطرح کنند و در صورتی که مشکل آن‌ها حل شود، نیازی به تماس یا انتظار بیشتر ندارند.

۴. پشتیبانی چندکاناله: این چت‌بات می‌تواند در بسترهای مختلفی از جمله اپلیکیشن‌های موبایل، وبسایت‌ها، و سامانه‌های پشتیبانی تیکت به کار گرفته شود.

۵. کاهش حجم کاری تیم پشتیبانی: با اتوماسیون پاسخ‌دهی به سوالات اولیه، تیم پشتیبانی شما می‌تواند تمرکز خود را بر روی مسائل پیچیده‌تر و فنی‌تر بگذارد.

۶. افزایش رضایت مشتریان: به دلیل پاسخ‌دهی سریع و دقیق چت‌بات، مشتریان تجربه‌ای روان‌تر و بهتر از پشتیبانی خواهند داشت و در نهایت رضایت بیشتری

خواهند داشت.

۷. انعطاف‌پذیری در شخصی‌سازی: چت‌بات ما قابلیت این را دارد که بر اساس نیازهای خاص شرکت شما و کاربران، به راحتی تنظیم و سفارشی‌سازی شود.

۸. پشتیبانی ۷/۲۴: چت‌بات بدون نیاز به استراحت، به صورت ۲۴ ساعته و در تمام روزهای هفته آماده پاسخگویی است.

مزایای کسب‌وکار و سازمانی

- کاهش هزینه‌ها: با خودکارسازی فرآیندهای پشتیبانی اولیه، نیاز به نیروی انسانی کمتر شده و هزینه‌های پشتیبانی کاهش می‌یابد.

- بهبود بهره‌وری تیم پشتیبانی: تیم پشتیبانی شما می‌تواند به جای رسیدگی به سوالات متداول و تکراری، روی مسائل مهم‌تر و پیچیده‌تر تمرکز کند.

- افزایش سرعت پاسخ‌دهی: چت‌بات بلافاصله بعد از ثبت تیکت وارد عمل می‌شود و نیاز به انتظار طولانی برای دریافت پشتیبانی را از بین می‌برد.

- رقابت‌پذیری بیشتر: شرکت‌هایی که از چت‌بات‌های هوشمند استفاده می‌کنند، تجربه‌ای بهتر و کارآمدتر به مشتریان خود ارائه می‌دهند و در نتیجه در بازار رقابتی، جایگاه بهتری خواهند داشت.

این چت‌بات با ارائه پاسخ‌های هوشمند و سریع، نه تنها تجربه کاربری بهتری فراهم می‌کند، بلکه شما را به یک پیشرو در ارائه پشتیبانی مشتری تبدیل می‌کند. اکنون زمان آن رسیده که فرآیندهای پشتیبانی خود را به طور کامل متحول کنید و با استفاده از این

چت‌بات هوشمند، بهره‌وری و کارایی سازمان خود را چندین برابر کنید.

معرفی ربات گزارش‌گیری هوشمند مبتنی بر RPA

تصور کنید در دنیایی که تمامی فعالیت‌های تکراری و زمان‌بر به طور کامل توسط یک دستیار دیجیتالی انجام می‌شود؛ دستیار هوشمندی که نه تنها کارها را دقیق‌تر و سریع‌تر از هر نیروی انسانی انجام می‌دهد، بلکه هیچ‌گاه خسته نمی‌شود و همیشه آماده به کار است. ربات گزارش‌گیری ما که توسط نیروی های فنی و نخبه شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی تولید شده است دقیقاً این آینده را امروز به شما هدیه می‌دهد.

این ربات فراتر از یک ابزار ساده اتوماسیون است؛ یک نیروی دیجیتالی قدرتمند است که به طور مداوم و بدون وقفه کار می‌کند. ربات گزارش‌گیر ما به گونه‌ای طراحی شده که با جمع‌آوری اطلاعات از یک یا چند سامانه مختلف، از پروتکل‌های مختلف و محیط‌های عملیاتی گوناگون و ناهمگون، گزارش‌ها را به صورت آنی و بی‌درنگ جمع‌آوری می‌کند. سپس با ظرافت و دقت، مدل مد نظر را بر گزارشات جمع‌آوری شده پیاده‌سازی و کاور گزارش را طراحی کرده و مهر زمانی می‌زند. در نهایت، با بهره‌گیری از امضای دیجیتال پیشرفته، از هرگونه تغییر یا دستکاری در گزارشات جلوگیری کرده و امنیت آن‌ها را تضمین می‌کند.

اما این پایان کار نیست. ربات ما فراتر از انتظار

عمل می‌کند و اطلاعات پردازش شده را از طریق کانال‌های مختلف از جمله پیامک، ایمیل، پوش نوتیفیکیشن و حتی سامانه Jira به اطلاع مخاطبان می‌رساند. او همیشه آماده خدمت‌رسانی است، چه در ساعات کاری و چه خارج از آن، و می‌تواند به صورت شبانه‌روزی و با حداقل منابع ممکن بدون هیچ‌گونه اختلالی در فرآیندهای فعلی سیستم‌ها، فعالیت کند.

این دستیار دیجیتال هوشمند از تکنولوژی‌های مدرن بهره می‌برد و به گونه‌ای طراحی شده است که بر روی تمام سیستم‌عامل‌ها از ویندوز گرفته تا لینوکس و مک، بدون نیاز به سخت‌افزار اضافی یا تنظیمات پیچیده، به راحتی نصب و اجرا شود. از همه جذاب‌تر، ربات ما به راحتی از راه دور قابل کنترل است و شما می‌توانید با استفاده از اپلیکیشن‌های موبایل، وب و PWA از هر کجای دنیا مدیریت آن را در دست بگیرید. حتی اگر نیاز به سفارشی‌سازی دارید، این ربات کاملاً انعطاف‌پذیر است و می‌تواند بر اساس نیازهای خاص شما پیکربندی شود.

مزایای ربات

افزایش بهره‌وری و کارایی: با خودکارسازی فرآیندهای تکراری، کارکنان می‌توانند بر روی وظایف پیچیده‌تر و با ارزش‌تر متمرکز شوند.

- کاهش هزینه‌های عملیاتی: این ربات به حداقل منابع نیاز دارد و از طریق اتوماسیون، هزینه‌های اضافی مرتبط با نیروی انسانی و خطاها را کاهش می‌دهد.
- خودکارسازی هوشمندانه فرآیندها: تمام مراحل پیچیده از جمع‌آوری و تجمیع داده‌ها تا امضای دیجیتال و ارسال گزارشات به صورت کاملاً خودکار انجام می‌شود.
- فعالیت شبانه‌روزی و بدون وقفه: این ربات هرگز متوقف نمی‌شود و همواره آماده انجام کار است، بدون نیاز به استراحت یا توقف.
- امنیت بی‌نظیر: با استفاده از امضای دیجیتال، اطمینان حاصل می‌شود که هیچ تغییری در گزارشات بدون اطلاع و تأیید شما ایجاد نخواهد شد.
- سازگاری با تمامی محیط‌ها و سیستم‌عامل‌ها: ربات بر روی هر سیستم‌عاملی بدون مشکل اجرا می‌شود و نیازی به زیرساخت خاصی ندارد.
- کنترل آسان و سفارشی‌سازی بالا: قابلیت مدیریت و کنترل از راه دور با استفاده از موبایل، وب و PWA، به شما این امکان را می‌دهد که از هر نقطه‌ای فرآیندها را نظارت و کنترل کنید.
- انعطاف‌پذیری: امکان پیکربندی و تنظیم ربات برای نیازهای خاص کسب‌وکار شما، به سادگی و با کمترین هزینه.
- پنل گزارشگیری: این پنل قادر می‌باشد که تمامی فعالیت‌های ربات را به طور کامل نظارت و انجام صحیح فعالیت‌های آن مطمئن شوید.
- بهبود دقت و سرعت: گزارشات بدون هیچ‌گونه تأخیر و با دقت بالا تولید و ارسال می‌شوند.
- صرفه‌جویی در زمان: زمان صرف‌شده برای تولید و ارسال گزارشات به شکل چشم‌گیری کاهش می‌یابد، که این امر به بهبود فرآیندهای سازمانی کمک می‌کند.

این ربات، به عنوان یک راهکار جامع و کارآمد، تجربه‌ای بی‌نظیر از بهره‌وری، دقت و صحت، سطح کیفیت خدمات، مدیریت منابع و هزینه‌ها و امنیت را برای سازمان‌ها فراهم می‌آورد. اکنون دیگر نیاز نیست نگران فرآیندهای وقت‌گیر و پرخطا باشید؛ ربات ما آماده است تا تمام این چالش‌ها را با دقت، سرعت و هوش بالای خود حل کند و شما را به دنیایی جدید از اتوماسیون هوشمند وارد کند.

انعطاف‌پذیری و چابکی، رمز موفقیت شبکه گستران خوارزمی در زیرساخت‌های شبکه

شرکت شبکه گستران خوارزمی، به مثابه بازوی تخصصی و چابک شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، با بهره‌گیری از انعطاف‌پذیری و چابکی بالا در توسعه برنامه‌ها و خدمات خود، هدف اصلی‌اش را بر خلق ثروت برای ذینفعان و اعتلای برند خوارزمی در بازار رقابتی متمرکز کرده است. این شرکت با درک عمیق از پویایی‌های فناوری، اولویت‌های استراتژیک خود را برای تضمین رشد پایدار، جدی‌تر از همیشه دنبال می‌کند.

محمد داوودی، مدیرعامل شرکت شبکه گستران خوارزمی در گفت‌وگو با نِت صاد، ضمن تشریح دستاوردها و برنامه‌های آتی این شرکت، «چابکی در انجام تعهدات» را وجه تمایز اصلی این مجموعه در بازار فناوری اطلاعات دانست و با اشاره به برنامه‌های توسعه سبد محصولات و افزایش توانمندی پرسنل، بر لزوم هم‌افزایی با دیگر شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ برای خلق ثروت و اعتلای برند تاکید کرد. مشروح این گفت‌وگو را با هم مرور می‌کنیم:

فعالیت‌ها، محصولات و خدمات کلیدی



آن است، این شرکت در طی دوره فعالیت خود اقدام به سفارش تولید ملزومات پسیو شبکه با برند مورد نظر خود نمود. با توجه به فعالیت‌های انجام شده در سال ۱۴۰۳ در خصوص ثبت برند با مالکیت شرکت، در حال حاضر اقداماتی در جهت سفارش تولید با برند شرکت انجام پذیرفته که در صورت حمایت شرکت مفاخر در زمینه تامین نقدینگی، شرکت می‌تواند سبد محصولات خود را گسترده‌تر نماید.

شرکت شبکه گستران خوارزمی به عنوان زیرمجموعه شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی از خانواده هلدینگ صاد و بانک صادرات ایران، در سال ۱۳۹۰ با موضوع فعالیت نصب، کابل‌کشی و پشتیبانی شبکه، تعمیرات پیشگیرانه و آموزش تاسیس شد و عمده‌ترین وجه تمایز آن با دیگر شرکت‌ها، چابکی در انجام تعهدات شرکت است. از آنجا که اساس یک شبکه زیرساخت

هم‌افزایی و چشم‌انداز آینده

ما باید با شبکه‌سازی به هم‌افزایی با شرکت‌های گروه نگاه کنیم. جزیره‌ای عمل کردن، موجب زیان و خسران است. بنابراین لازم است همگام با برندهای جهانی که با رویکرد هم‌افزایی به بازار نگاه می‌کنند، ما نیز در خلق کار و ثروت و اعتلا در برند خود موثر باشیم. اولویت‌های استراتژیک شرکت برای تضمین رشد پایدار، گسترده شدن سید محصول، کاهش هزینه‌های جاری شرکت و افزایش توانمندی پرسنل است که آنها را مدنظر داریم و این هماهنگی را جدی‌تر از همیشه دنبال می‌کنیم.



پروژه‌های موفق و مزیت‌های رقابتی

عمده مشتریان شرکت عبارتند از بانک‌های صادرات، پارسیان و آینده و شرکت تجارت الکترونیک پارسیان و از جمله پروژه‌های اجرا شده در زمینه طراحی و پیاده‌سازی شبکه می‌توان به پروژه ساختمان برج صبا، شبکه محلی ساختمان مرکزی، انبار کوهک، ساوه و تبریز بانک صادرات و ارتباط شبکه محلی ساختمان غدیر و ساختمان شرکت کارآمد (Wireless) اشاره کرد. همچنین در زمینه فروش تجهیزات اکتیو شبکه، پروژه‌های طراحی، تامین و پیاده‌سازی تجهیزات اکتیو سایت ساختمان بانک صادرات تبریز (برج سپهر تبریز)، شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی و سایت پشتیبان سرویس‌های نوین بانک صادرات از جمله فعالیت‌های موفق ما بوده است. انعطاف‌پذیری و چابکی بالا، قیمت تمام شده پایین و صرفه‌جویی در زمان، مهم‌ترین مزایای رقابتی ما در مقایسه با سایر شرکت‌های فعال است.

استراتژی‌ها و رویکردهای عملیاتی

با توجه به مشکلاتی که در زمینه ارائه خدمات B۲C وجود دارد، سیاست شرکت در این حوزه نمی‌باشد. ولی بر اساس شرایط و سنجش مشتری، امکان ارائه خدمات به این مشتریان هم فراهم بوده و تاکنون انجام هم پذیرفته است. سازمان باید درصدد ارتقای کیفیت کارکنان خود باشد و یکی از راه‌های رسیدن به این هدف، آموزش است. از این رو، آموزش مؤثر برای به حداکثر رساندن عملکرد شغلی ضروری است که در صورت لزوم، نسبت به برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط برای پرسنل اقدام لازم صورت می‌پذیرد. با توجه به نوع فعالیت این شرکت که عمدتاً سخت‌افزاری است و به صورت مستقیم با شبکه بانک ارتباط ندارد، از نظر دسترسی به دیتا چندان احساس نگرانی نمی‌شود. ولی در خصوص الزامات امنیتی و رعایت مقررات، حتی‌المقدور با ایجاد حساسیت برای پرسنل و آموزش و ارتقای سطح آگاهی کارکنان، سعی می‌شود کمترین مشکل در این خصوص ایجاد گردد.

معرفی توانمندی‌ها و دستاوردهای
معاونت پشتیبانی مفاخر

مدیریت عملیات در مقیاس بزرگ



همچنین با اشاره به نقش نیروی انسانی در رشد و توسعه خدمات شرکت، اقداماتی که این معاونت برای به‌روزرسانی دانش و فناوری و تحقق تحول دیجیتال مد نظر قرار داده را معرفی کرده است. با ما در این گفتگوی جذاب همراه باشید.

چالش‌های مدیریت پشتیبانی از ۲۴۰,۰۰۰ تجهیزات در بیش از ۶,۰۰۰ شعبه بانکی:

مدیریت پشتیبانی از حجم گسترده‌ای از تجهیزات در سطح هزاران شعبه، با چالش‌های لجستیکی و عملیاتی منحصر به فردی همراه است که تیم عملیات پشتیبانی توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی با آنها مواجه است:

* توزیع جغرافیایی وسیع تجهیزات: هماهنگی اعزام کارشناسان به شعب پراکنده و مدیریت مسیرهای دسترسی و زمان‌بندی دقیق.

کاری این شرکت در پشتیبانی از تجهیزات بانکداری بانک صادرات ایران باخبر شویم و دریابیم که مفاخر به عنوان یکی از پیش‌روترین و معظم‌ترین برندهای حوزه فناوری کشور، از چه راهکارها، خلاقیت‌ها و تدبیرهایی برای ارائه بهترین خدمات بانک‌های مختلف و البته مشتریان صنعت مالی بهره می‌گیرد.

شجاعی گفتگو با نشریه نت صاد، با اذعان به اینکه مفاخر مسئولیت پشتیبانی از ۲۴۰ هزار تجهیزات بانکی را در شعب مختلف بانک صادرات ایران برعهده دارد، از چالش‌های حوزه کاری خود و البته تدابیر، نوآوری‌ها و خلاقیت‌هایی سخن گفته که شرکت مفاخر را قادر به ارائه بهترین خدمات پشتیبانی و جلب رضایت حداکثری مشتریان صنعت مالی کرده است.

معاون پشتیبانی شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی،

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر)، یکی از بزرگترین، قدیمی‌ترین و در عین حال مهم‌ترین اعضای خانواده هلدینگ صاد است که در کنار تولید و تامین انواع تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، مسئولیت پشتیبانی از حجم زیادی از تجهیزات بانکداری، در بالغ بر ۶ هزار شعبه از بانک صادرات ایران را برعهده دارد.

در این میان، معاونت پشتیبانی این شرکت، نقشی کلیدی و محوری را در این فرایند ایفا می‌کند و با بهره‌مندی از دانش و فناوری‌های روز و البته نیروی انسانی متخصص و کارآمد، در تلاش است رضایت مشتریان بانک صادرات ایران را بهبود بخشد.

به همین واسطه در پایگاه خبری نت صاد، مصاحبه‌ای را با آقای حمید شجاعی، معاون پشتیبانی شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی انجام دادیم تا از چند و چون و حجم

منجر به افزایش خرابی‌های ناگهانی، کاهش پایداری سرویس‌ها، افزایش هزینه‌های تعمیرات اضطراری و اتلاف منابع انسانی خواهد شد. استمرار چنین شرایطی می‌تواند ضمن ایجاد اختلال در فرآیندهای عملیاتی، موجب کاهش رضایت مشتریان و آسیب به اعتبار سازمان گردد.

در همین راستا، برنامه معاونت پشتیبانی به شرح زیر تدوین شده است:

- ارزیابی وضعیت موجود تجهیزات و اولویت‌بندی آن‌ها بر اساس میزان اهمیت و ریسک عملیاتی.
- برآورد و مقایسه هزینه‌ها به منظور شفاف‌سازی تفاوت میان هزینه‌های نگهداری فرسوده و هزینه‌های نو سازی.
- اجرای تدریجی فرآیند نو سازی با تمرکز بر تجهیزات حیاتی و شعب اولویت‌دار به منظور تضمین پایداری خدمات.

اجرای این برنامه موجب می‌شود روند پشتیبانی از حالت واکنشی و پرهزینه، به رویکردی پیشگیرانه، پایدار و کارآمد ارتقا یابد.

معرفی برنامه‌های سنجش و برای بهبود رضایت مشتریان:

به منظور ارزیابی میزان رضایت مشتریان و ارتقای کیفیت خدمات، سازمان‌ها و بانک‌ها از مکانیزم‌های متنوعی بهره می‌گیرند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت است از:

- نظرسنجی‌های دوره‌ای تلفنی به‌ویژه پس از ارائه خدمات.
- شاخص‌های کلیدی سنجش رضایت که نشان‌دهنده سطح رضایت و تمایل مشتریان به ادامه همکاری و توصیه خدمات است.

• تعریف فرآیندهای استاندارد برای ارزیابی اولیه مشکلات و تعیین سطح پشتیبانی مورد نیاز (L1, L2, L3) {نیاز به ایجاد در شرکت بسیار ضروری است}.

• اولویت‌بندی و زمان‌بندی اعزام نیروها بر اساس حساسیت خدمات بانکی، میزان تأثیر بر مشتریان و سطح ریسک عملیاتی.

• هماهنگی آنلاین و لحظه‌ای بین تیم‌ها از طریق سامانه‌های مدیریت تیکت و ارتباطات داخلی جهت جلوگیری از موازی‌کاری یا تأخیر.

• مستندسازی و گزارش‌دهی از اقدامات انجام‌شده توسط هر تیم به‌منظور شفافیت و ارزیابی عملکرد.

• برگزاری جلسات دوره‌ای هماهنگی میان سرپرستان تیم‌ها برای بازنگری مشکلات، هم‌افزایی و بهبود فرآیندها.

• پایش و کنترل عملکرد از طریق تعریف شاخص‌ها برای اطمینان از کیفیت پاسخگویی و کاهش زمان رفع مشکل.

اجرای این رویکرد موجب می‌شود که در مواجهه با مشکلات شعب، فرآیند پشتیبانی با هماهنگی کامل، سرعت بیشتر و کارایی بالاتر انجام گیرد و از اتلاف منابع و نارضایتی مشتریان جلوگیری شود.

معرفی مدیریت نو سازی تجهیزات:

با رصد چرخه عمر تجهیزات و تحلیل داده‌های خرابی، روند فرسودگی پایش می‌شود. شرکت خوارزمی برنامه دوره‌ای نو سازی و تأمین اعتبار از طریق مذاکرات با بانک‌ها و سایر مشتریان را دنبال می‌کند تا ضمن کاهش هزینه‌های تعمیرات، سطح دسترس‌پذیری تجهیزات حفظ گردد.

چرا که فرسودگی تجهیزات پشتیبانی، پیامدهای مستقیمی بر کیفیت خدمات سازمان دارد. این وضعیت

* تنوع تجهیزات و فناوری‌ها: نیاز به دانش فنی گسترده برای پشتیبانی از انواع دستگاه‌ها و سیستم‌ها، شامل خودپرداز، نرم‌افزار و سخت‌افزارهای متنوع، سرورها و شبکه‌های شعب.

* برنامه‌ریزی نگهداری و تعمیرات پیشگیرانه: تضمین ثبات عملیاتی با حداقل قطعی خدمات، از طریق زمان‌بندی منظم سرویس‌ها و بهره‌گیری از داده‌های تحلیلی.

* مدیریت موجودی قطعات و لوازم جانبی: پیش‌بینی نیاز به قطعات و توزیع به موقع جهت جلوگیری از توقف خدمات شعب.

* هماهنگی تیم‌های متعدد پشتیبانی: ادغام عملکرد پشتیبانی میدانی، تلفنی و آنلاین به منظور پاسخ سریع و مؤثر به مشکلات.

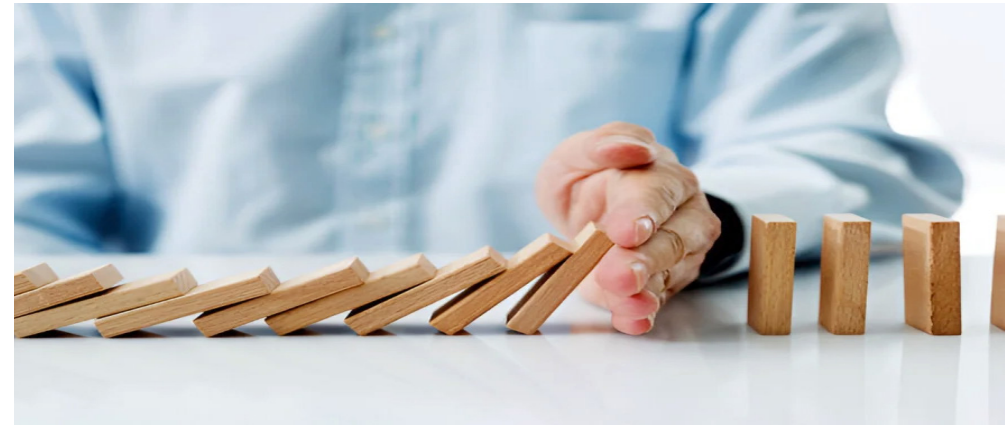
* پایش عملکرد و گزارش‌دهی مستمر: استفاده از شاخص‌های کلیدی و سیستم‌های مانیتورینگ برای کنترل کیفیت خدمات و تصمیم‌گیری مدیریتی.

پیاده‌سازی این رویکردها مستلزم برنامه‌ریزی دقیق، ابزارهای مدیریت متمرکز و هماهنگی کامل بین تیم‌ها است تا عملکرد پشتیبانی در سطح شعب به صورت کارآمد، سریع و پایدار حفظ شود.

راهکارهای مدیریت هماهنگی بین تیم‌های مختلف پشتیبانی:

با توجه به تنوع ساختار تیم‌های پشتیبانی (میدانی، تلفنی، آنلاین و سایر واحدها)، رویکرد معاونت پشتیبانی در جهت تضمین هماهنگی و یکپارچگی فعالیت‌ها به شرح زیر است:

- ایجاد مرکز فرماندهی واحد (Service Desk / NOC) به‌عنوان نقطه کانونی دریافت، ثبت و ارجاع کلیه درخواست‌ها و مشکلات شعب



- تحلیل داده‌های تماس، شکایات و تیکت‌های پشتیبانی به منظور شناسایی نقاط ضعف در فرآیندها.
 - بررسی تجربه مشتری جهت تحلیل مسیر تعامل مشتری و بهبود نقاط تماس کلیدی.
 - برگزاری مصاحبه‌ها و گروه‌های کانونی برای دریافت بازخورد کیفی از مشتریان کلیدی.
 - مقایسه با استانداردها و رقبا به منظور تعیین جایگاه واقعی خدمات در بازار.
- نتایج به‌دست‌آمده از این مکانیزم‌ها در صورتی منجر به تأثیر مثبت بر عملکرد خواهند شد که به‌طور مستمر تحلیل و پایش شوند و در قالب گزارش‌های مدیریتی ارائه گردند، و نهایتاً به‌عنوان مبنای اصلاح فرآیندها، ارتقای مهارت کارکنان و بهبود سطح خدمات در معاونت پشتیبانی مورد استفاده قرار گیرند.

میزان آمادگی مفاخر در حوزه مدیریت بحران و پاسخ به حوادث:

در حوزه خدمات بانکی که توقف سرویس مساوی با اختلال جدی در اعتماد مشتریان و زیان مالی است، رویکرد مدیریت

- بحران و پاسخگویی به حوادث بزرگ می‌تواند به این شکل توضیح داده شود:
- آمادگی و پیشگیری: تدوین سناریوهای بحران، مستندسازی رویه‌ها و انجام مانورهای دوره‌ای برای شناسایی نقاط ضعف.
 - واکنش سریع: تشکیل تیم واکنش اضطراری (شناسایی تکنسین‌های توانمند) برای ارزیابی فوری شرایط و اقدام در کوتاه‌ترین زمان.
 - تداوم خدمات: استفاده از مراکز داده

پشتیبان، زیرساخت‌های جایگزین و مسیرهای ارتباطی دوم برای حفظ خدمات حیاتی.

- هماهنگی و اطلاع‌رسانی شفاف: ارتباط سریع با مدیران، شعب و مشتریان برای مدیریت انتظارات و جلوگیری از شایعات.
- بازگشت به شرایط عادی: پس از رفع بحران، بازیابی کامل سرویس‌ها با کمترین خسارت و بیشترین سرعت.
- درس‌آموزی و بهبود: تحلیل حادثه، شناسایی ریشه‌ی مشکل و اصلاح فرآیندها برای جلوگیری از تکرار (استفاده از تجربیات ادوار گذشته).

این رویکرد باعث می‌شود معاونت پشتیبانی نه فقط واکنشی، بلکه پیشگیرانه و هوشمندانه در برابر بحران‌ها عمل نماید.

برنامه‌های مهارت‌آموزی تیم پشتیبانی شرکت:

با توجه به سرعت رشد فناوری، دوره‌های آموزشی مستمر و آنلاین برای نیروها برگزار می‌شود. همچنین با همکاری متخصصین تجهیزات، کارگاه‌های تخصصی جهت به‌روز بودن تیم‌ها فراهم شده و البته برنامه‌های گسترده‌تری در حال تدوین است. در همین راستا امور مهم دیگری نیز مثل

موارد زیر به صورت جدی پیگیری می‌شود:

- آموزش مستمر: برگزاری دوره‌های آموزشی داخلی و خارجی، کارگاه‌های تخصصی و استفاده از پلتفرم‌های آنلاین.
- یادگیری عملی: ایجاد فرصت برای کار با فناوری‌های جدید در پروژه‌های آزمایشی و پایلوت.
- اشتراک دانش: راه‌اندازی جلسات منظم تبادل تجربه بین اعضای تیم.
- دسترسی به منابع روز: فراهم کردن مقالات، مستندات و منابع معتبر جهانی برای مطالعه و تحقیق.
- فرهنگ یادگیری پویا: تشویق کارکنان به یادگیری فردی، دریافت گواهینامه‌های معتبر و پیگیری روندهای نوین.

به این ترتیب، تیم همیشه آماده‌ی کار با تجهیزات و فناوری‌های جدید خواهد بود.

برنامه‌های مفاخر برای حفظ و نگهداری نیروهای متخصص و جذب نیروهای نخبه:

بزرگ‌ترین چالش شرکت در حفظ و نگهداشت نیروی انسانی متخصص، رقابت شدید بازار کار و فرصت‌های متعدد برای نیروهای توانمند است. وقتی متخصصان با پیشنهادها بهتر مالی، مزایا یا امکان رشد شغلی در سایر سازمان‌ها روبه‌رو می‌شوند، ماندگاری آن‌ها دشوار می‌شود. از سوی دیگر، افزایش هزینه‌های زندگی و فقدان برنامه‌های انگیزشی و رفاهی کافی در شرکت‌ها باعث می‌شود، کارمندان به‌دنبال تغییر محل کار خود باشند. بنابراین، ایجاد محیط کاری با ثبات، مسیر پیشرفت شغلی روشن، حمایت از آموزش و توسعه مهارت‌ها و ارائه پاداش و مزایای رقابتی، کلید اصلی برای کاهش این چالش است که ما در شرکت توسعه فناوری

اطلاعات خوارزمی به صورت جدی پیگیر آنها هستیم.
معرفی برنامه های توسعه ای

با توجه به نیاز سازمان به ارتقای سطح خدمات و ورود به حوزه های جدید مانند نرم افزارهای پیچیده و امنیت سایبری، معاونت پشتیبانی برنامه ریزی مدبرانه ای را برای آماده سازی تیم ها مدون خواهد کرد تا بتوانیم با قدرت در زمینه توسعه نیز کمک یار سازمان باشیم.

- شناسایی نیازها و اولویت ها:
- تحلیل دقیق نیازهای سازمان در حوزه نرم افزارهای پیشرفته و امنیت سایبری.
- تعیین اولویت ها بر اساس میزان ریسک، حساسیت اطلاعات و اهمیت سرویس ها.
- ارتقای مهارت های تیم پشتیبانی:
- برگزاری دوره های تخصصی آموزشی در زمینه نرم افزارهای

- بانکی و ابزارهای امنیت سایبری.
- دریافت گواهینامه های مرتبط
- اجرای کارگاه های عملی و شبیه سازی مشکلات واقعی جهت افزایش توان عملیاتی.
- تدوین فرآیندهای استاندارد و دستورالعمل ها:
- ایجاد انگیزه و روش های اختصاصی برای هر حوزه جدید شامل مراحل شناسایی، پاسخ و رفع مشکل.
- تعریف مسیرهای ارجاع و هماهنگی میان تیم های میدانی، تلفنی و آنلاین.
- تجهیز ابزارها و فناوری های مورد نیاز:
- فراهم سازی نرم افزارهای مانیتورینگ، تشخیص تهدیدات و مدیریت رخدادها.
- دسترسی به محیط های آزمایشی برای تست و تمرین
- پیش از ورود به محیط واقعی.

- یکپارچگی با سیستم های موجود:
- ادغام خدمات جدید با فرآیندهای پشتیبانی فعلی به منظور جلوگیری از موازی کاری و کاهش زمان پاسخگویی.
- تعریف شاخص های کلیدی عملکرد برای سنجش کیفیت خدمات.
- پایش و بهبود مستمر:
- جمع آوری داده های عملکردی، شناسایی نقاط ضعف و اصلاح فرآیندها.
- بازنگری دوره ای برنامه آموزشی و ابزارها با توجه به تغییرات فناوری و تهدیدات امنیتی.
- اجرای این برنامه ریزی موجب می شود تیم پشتیبانی بتواند به صورت پیشگیرانه، حرفه ای و هماهنگ به نیازهای نوین سازمان پاسخ دهد و ریسک های عملیاتی و امنیتی را به حداقل برساند.

نقش واحد پشتیبانی در چشم انداز آینده شرکت

- واحد معاونت پشتیبانی، با توجه به حجم گسترده تجهیزات و گستره فعالیت های شعب، نقش کلیدی و راهبردی در تحقق چشم انداز آینده شرکت و ارتقای سطح خدمات دارد و این نقش مهم را از مسیرهای زیر ممکن می سازد:
- تضمین پایداری و کیفیت خدمات بانکی: ارائه پشتیبانی مستمر و به موقع، کاهش قطعی ها و افزایش رضایت مشتریان.
 - تحول دیجیتال و بهره گیری از فناوری های نوین: به کارگیری سیستم های مانیتورینگ پیشرفته، تعمیر و نگهداری پیش بینانه و ابزارهای هوشمند جهت افزایش کارایی و کاهش هزینه ها.
 - یکپارچگی و هماهنگی تیم های پشتیبانی: ایجاد فرآیندهای استاندارد و بهینه سازی جریان کار میان تیم های میدانی، تلفنی و آنلاین.
 - جمع آوری و تحلیل داده های عملکرد: استفاده از داده ها برای بهبود مستمر فرآیندها، کاهش خطا و ارتقای تصمیم گیری مدیریتی
 - پشتیبانی از توسعه و گسترش شبکه شعب: تضمین آمادگی تجهیزات و سرویس ها در مواجهه با رشد فیزیکی و دیجیتال شرکت.
 - نقش راهبردی در بهبود تجربه مشتریان: کاهش زمان پاسخگویی و ارتقای سطح خدمات به منظور ایجاد اعتماد و رضایت پایدار.
- در مجموع، واحد عملیات پشتیبانی ستون فقرات خدمات شرکت به شمار می رود و نقش آن در تحقق چشم انداز آینده، افزایش بهره وری، بهبود کیفیت خدمات و تثبیت جایگاه شرکت در بازار است.

در گفت‌وگو با معاون فاوا شرکت توسعه فناوری اطلاعات
خوارزمی بررسی شد:

گام‌های موثر خوارزمی در مسیر تحول دیجیتال
و توسعه کسب‌وکارهای دانش محور و هوشمند



۴. همسوسازی فناوری با استراتژی کلان

- ایفای نقش شریک استراتژیک برای هیئت‌مدیره و مدیران ارشد در تصمیم‌سازی‌ها، نه صرفاً مجری فناوری.

- هدایت پروژه‌های تحول دیجیتال به گونه‌ای که IT به مرکز خلق ارزش افزوده و محرک اصلی درآمدهای جدید تبدیل شود.

۵. نوآوری و توسعه سرویس‌های هوشمند

- همکاری نزدیک با واحدهای تحقیق و توسعه برای ایجاد سرویس‌های نوین در حوزه پایش هوشمند، تحلیل داده و ارائه فرآیندهای تجاری به‌عنوان سرویس.

- استفاده از فناوری‌های نوین مانند AI، Big Data، IoT برای خلق مزیت رقابتی پایدار.

در واقع واحد IT از یک واحد عملیاتی به یک بازیگر کلیدی در خلق مدل‌های درآمدی جدید ارتقاء می‌یابد. مأموریت اصلی آن، توانمندسازی کسب‌وکار دانش‌محور شرکت از طریق معماری‌های نوین فناوری، امنیت پایدار، و توسعه سرویس‌های هوشمند تجاری خواهد بود.

سرویس‌های نوین در حوزه پایش هوشمند، تحلیل داده و ارائه فرآیندهای تجاری به‌عنوان سرویس.

- استفاده از فناوری‌های نوین مانند AI، Big Data، IoT برای خلق مزیت رقابتی پایدار.

در واقع واحد IT از یک واحد عملیاتی به یک بازیگر کلیدی در خلق مدل‌های درآمدی جدید ارتقاء می‌یابد. مأموریت اصلی آن، توانمندسازی کسب‌وکار دانش‌محور شرکت از طریق معماری‌های نوین فناوری، امنیت پایدار، و توسعه سرویس‌های هوشمند تجاری خواهد بود.

نقش واحد IT در مأموریت مهم مفاخر در "انتقال منابع راهبردی درآمد از محل کسب و کار پشتیبانی سخت‌افزاری و شبکه‌ای به کسب و کار تامین و ارائه سرویس‌های دانش‌محور و دیتا پایش از دور و ارائه فرایندهای هوشمند تجاری به عنوان سرویس"

در این مأموریت و فرایند، نقش واحد IT نه صرفاً یک بخش پشتیبان، بلکه یک محرک استراتژیک تحول تعریف می‌شود. این نقش در چند محور کلیدی قابل تبیین است:

۱. زیرساخت و معماری فناوریانه

- طراحی و پیاده‌سازی زیرساخت‌های مقیاس‌پذیر و ایمن برای جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و پردازش داده‌های عملیاتی و تجاری.

- حرکت از معماری‌های سنتی به سمت پلتفرم‌های ابری، هوشمند و API محور که امکان ارائه سرویس‌های متنوع و قابل یکپارچه‌سازی را فراهم کند.

۲. توانمندسازی تحول دیجیتال

- ایجاد بسترهای لازم برای اتوماسیون فرایندها و پیاده‌سازی مدل‌های مبتنی بر داده جهت ارتقاء بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها.

- پشتیبانی از واحدهای کسب‌وکار در طراحی و استقرار سرویس‌های نوین با تکیه بر تحلیل داده و هوش مصنوعی.

۳. امنیت و تداوم کسب‌وکار

- تضمین امنیت داده‌ها و سرویس‌های جدید در چارچوب استانداردهای بین‌المللی (ISO، NIST، PCI و غیره).

- مدیریت ریسک‌های فناوری و طراحی راهکارهای تاب‌آور در برابر تهدیدات سایبری و اختلالات زیرساختی.

یکی از ارکان رشد و پیشرفت مستمر شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی (مفاخر)، به عنوان یکی از قدیمی‌ترین و معظم‌ترین شرکت‌های فناوری اطلاعات کشور در سال‌های معاونت IT آن بوده است. معاونتی که امروز با توجه به مأموریت‌های جدید مفاخر در راستای توسعه کسب‌وکارهای خود و حرکت به سمت افزایش درآمدهای حاصل از کسب‌وکارهای دانش‌محور و دیتا پایش از دور، نقشی کلیدی را نیز در ترسیم آینده‌ای روشن‌تر برای این شرکت ایفا می‌کند. به همین مناسبت نت صاد، مصاحبه‌ای را با مصطفی بدیع‌الزمان، معاونت فاوای شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی انجام داده که در ادامه آن را می‌خوانید. بدیع‌الزمان در این مصاحبه، ضمن ترسیم تحولاتی که معاونت فاوا در راستای تحقق تحول دیجیتال در بدنه شرکت انجام داده، تاکید می‌کند که واحد IT از یک واحد عملیاتی به یک بازیگر کلیدی در خلق مدل‌های درآمدی جدید ارتقاء خواهد یافت.

معاون فاوای مفاخر، مأموریت اصلی این معاونت را توانمندسازی کسب‌وکارهای دانش‌محور در شرکت از طریق معماری‌های نوین فناوری، امنیت پایدار و توسعه سرویس‌های هوشمند تجاری معرفی و تاکید می‌کند: در افق سه تا پنج سال آینده، بخش IT نه صرفاً یک واحد پشتیبان، بلکه به موتور محرک تحول دیجیتال در شرکت خوارزمی تبدیل خواهد شد. با تقویت زیرساخت‌ها، توسعه سرویس‌های نوآورانه، و توجه ویژه به امنیت و سرمایه انسانی، IT نقشی تعیین‌کننده در تحقق چشم‌انداز کلان سازمان ایفا خواهد کرد.

برنامه‌های معاونت فاوا برای در دستیابی به چشم‌انداز مفاخر:

چشم‌انداز تعریف‌شده، دستیابی به جایگاه استراتژیک و تعیین‌کننده در بهره‌برداری و ایجاد ارزش افزوده بر داده‌های صنایع بانکی و سایر صنایع راهبردی کشور و منطقه است. برای تحقق این هدف، واحد IT برنامه‌های خود را در چند سطح کلیدی تنظیم کرده است:

ایجاد بستر جامع داده‌محور

راه‌اندازی پلتفرم‌های یکپارچه جمع‌آوری، پردازش و تحلیل داده‌های بانکی و صنعتی. پیاده‌سازی معماری‌های Data Lake و Data Warehouse برای مدیریت حجم انبوه داده‌ها و آماده‌سازی برای تحلیل‌های پیشرفته. ایجاد سکوی داده ملی-منطقه‌ای با قابلیت اتصال به بانک‌ها، شرکت‌های مالی، بیمه‌ای و سایر صنایع راهبردی.

تحلیل پیشرفته و هوش مصنوعی

توسعه سرویس‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشین برای تحلیل الگوهای رفتاری مشتریان و پیش‌بینی روندهای بازار. ارائه سرویس‌های هوشمند بانکی به عنوان خدمت Banking as a Service و تحلیل داده به عنوان خدمت Data as a Service برای ایجاد جریان‌های درآمدی پایدار. بهره‌گیری از فناوری‌های پردازش بلادرنگ (Real-Time Analytics) در صنایع بانکی و مالی.

امنیت داده و انطباق با مقررات

استقرار چارچوب‌های امنیتی بین‌المللی ISO ۲۷۰۰۱، GDPR، PCI DSS like frameworks جهت اطمینان از حفاظت و محرمانگی داده‌ها. طراحی و اجرای مدل‌های حاکمیت داده (Data Governance) برای تضمین کیفیت، شفافیت و اعتمادپذیری داده‌های تجاری. هماهنگی با نهادهای نظارتی و بانکی کشور برای رعایت الزامات قانونی و مقرراتی.

مدل‌های نوین کسب‌وکار داده‌محور

طراحی مدل‌های کسب‌وکار برای مونتاژیشن داده‌ها (Data Monetization) در صنایع بانکی، بیمه‌ای، انرژی و حمل‌ونقل. ایجاد بازارچه داده (Data Marketplace) برای ارائه داده‌ها و تحلیل‌های ارزشمند به شرکای تجاری و استارت‌آپ‌ها. توسعه خدمات Predictive و Prescriptive Analytics برای تصمیم‌سازی سریع و استراتژیک مدیران صنایع.

همکاری‌های استراتژیک و اکوسیستم نوآوری

ایجاد مراکز نوآوری مشترک با بانک‌ها، PSP ها، و شرکتهای فناوری برای توسعه محصولات و خدمات داده‌محور. سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های مشترک با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی در زمینه‌های Big Data، امنیت سایبری و FinTech. گسترش همکاری‌های منطقه‌ای برای صدور خدمات داده‌محور به کشورهای همسایه و تثبیت جایگاه منطقه‌ای.

زیرساخت‌های فناورانه پیشرفته

توسعه زیرساخت‌های پردازش ابری و لبه‌ای (Cloud & Edge Computing) برای پاسخ‌گویی سریع و انعطاف‌پذیر به نیازهای صنایع. به‌کارگیری معماری‌های Microservices و API-First جهت ارائه سرویس‌های مقیاس‌پذیر و قابل اتصال به اکوسیستم‌های متنوع. ایجاد بستر DevSecOps جهت افزایش سرعت توسعه، کیفیت نرم‌افزار و ایمنی سرویس‌ها.



الزامات تحقق راهبرد "تبدیل داده به کالای اطلاعاتی با ارزش تجاری بالا"

برای عملیاتی کردن این راهبرد و تبدیل داده به یک کالای ارزشمند با قابلیت تجاری سازی، واحد IT مجموعه ای از فناوری ها و زیرساخت های نوین را در حال طراحی و پیاده سازی دارد. این اقدامات در چند محور اصلی قابل تبیین هستند:

زیرساخت های جامع داده

- ایجاد Data Warehouse و Data Lake یکپارچه جهت ذخیره سازی داده های حجیم، متنوع و با سرعت بالا از منابع بانکی و صنعتی.
- استقرار پلتفرم های مدیریت داده (Data Governance Platforms) برای تضمین کیفیت، طبقه بندی، استاندارد سازی و ارزش گذاری داده ها.
- راه اندازی پایگاه های داده توزیع شده (Distributed Databases) برای دسترسی پذیری و مقیاس پذیری در سطح ملی و منطقه ای.

تحلیل داده های پیشرفته و بلادرنگ

- پیاده سازی فناوری های Stream Processing برای پردازش داده های لحظه ای.
- ایجاد بسترهای BI و Dashboard های مدیریتی

بلادرنگ برای پشتیبانی از تصمیم سازی های استراتژیک.

• به کارگیری الگوریتم های یادگیری ماشین و هوش مصنوعی برای کشف الگوها، تحلیل پیش بینانه (Predictive) و تحلیل تجویزی (Prescriptive).

زیرساخت های ابری و لبه ای

- توسعه پلتفرم های Hybrid Cloud برای ذخیره سازی و پردازش امن داده ها با انعطاف پذیری بالا.
- استفاده از Edge Computing برای پردازش سریع داده ها در محل تولید (مانند دستگاه های بانکی یا صنعتی) و کاهش تأخیر.
- ایجاد زیرساخت مقیاس پذیر Microservices و API-Driven برای اتصال آسان به شرکای تجاری و ارائه سرویس های داده محور.

زیرساخت های جامع داده

- ۴. امنیت و محرمانگی داده ها
- پیاده سازی چارچوب های امنیتی بین المللی ISO ۲۷۰۰۱، PCI DSS، NIST برای حفاظت از داده ها.
- استقرار سرویس های رمزنگاری پیشرفته-End-to-End Encryption, PKI, Tokenization برای تضمین محرمانگی و اعتماد.

• طراحی مدل های کنترل دسترسی مبتنی بر نقش RBAC یا ABAC برای مدیریت سطح دسترسی به داده ها.

زیرساخت های ارزش افزوده و تجاری سازی داده

- توسعه Data Marketplace بازارچه داده برای فروش، اشتراک گذاری و مبادله داده ها با سازمان ها و صنایع.
- ایجاد API Economy جهت عرضه داده ها و تحلیل ها به صورت سرویس به استارت آپ ها، بانک ها و صنایع مختلف.
- استفاده از Blockchain برای رهگیری و شفاف سازی تراکنش های داده ای و تضمین مالکیت داده ها.

نوآوری و اکوسیستم توسعه

- راه اندازی Sandbox های نوآوری برای همکاری با فین تک ها، استارت آپ ها و مراکز تحقیقاتی.
- طراحی پلتفرم های Open Data و Open Banking برای خلق سرویس های نوین و افزایش ارزش تجاری داده ها.
- سرمایه گذاری روی AI-as-a-Service و Data-as-a-Service برای صادرات خدمات داده محور در سطح منطقه.

چالش‌های تحول و حرکت به سمت داده‌محوری

حرکت از یک سازمان پشتیبانی‌محور به یک نهاد داده‌محور، یک تغییر بنیادین در مدل کسب‌وکار و فرهنگ سازمانی است. این تغییر همراه با موانع و چالش‌هایی است که اگر به‌درستی مدیریت شوند، می‌توانند خود به سکوی پرتاب برای تحول تبدیل شوند.

۱. چالش فرهنگی و ذهنیت سازمانی

- بسیاری از کارکنان و حتی مدیران به مدل سنتی "پشتیبانی سخت‌افزاری" عادت دارند و پذیرش تغییر برایشان دشوار است.

- برای غلبه بر این مسئله، برنامه‌های آموزشی، کارگاه‌های تحول دیجیتال و ایجاد انگیزه از طریق نشان دادن موفقیت‌های کوچک، مسیر تغییر را هموار می‌کند.

۲. کمبود زیرساخت‌های فناورانه مناسب

- گذار به یک شرکت داده‌محور نیازمند زیرساخت‌های مقیاس‌پذیر ذخیره‌سازی، پردازش و تحلیل داده است.

- راهکار ما سرمایه‌گذاری تدریجی و مرحله‌ای روی زیرساخت‌های ابری و بومی‌سازی فناوری‌های کلیدی است تا هزینه‌ها مدیریت شود و در عین حال وابستگی کاهش یابد.

۳. چالش‌های امنیت و محرمانگی داده‌ها

- حرکت به سمت خدمات داده‌محور حساسیت‌های بالای امنیتی، به‌ویژه در صنایع بانکی و مالی، ایجاد می‌کند.

- این موضوع با استقرار چارچوب‌های بین‌المللی امنیت اطلاعات، رمزنگاری داده‌ها و ایجاد سیستم‌های مانیتورینگ پیشرفته مدیریت می‌شود.

۴. مدیریت تغییر مدل درآمدی

- تغییر از خدمات پشتیبانی به خدمات مبتنی بر داده، مستلزم طراحی مدل‌های جدید کسب‌وکار و ایجاد اعتماد در مشتریان است.

- ما با ارائه نمونه‌های موفق عملیاتی (Proof of Concept) و حرکت تدریجی در کنار مشتریان، ریسک تغییر را کاهش می‌دهیم.

۵. چالش جذب و نگهداشت نیروی متخصص داده

- متخصصان در حوزه‌های پیشرفته کمیاب، گران و پرتقاضا هستند.

- شرکت با ایجاد برنامه‌های همکاری با دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و نیز نظام انگیزشی درونی، مسیر جذب و نگهداشت این سرمایه انسانی را دنبال می‌کند.

برنامه‌های مفاخر برای بهره‌گیری موثر از فناوری‌های نوظهور مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین یا بلاک چین

برنامه‌ها را می‌توان به دو بخش در دست اقدام و برنامه‌های آتی تقسیم کرد. در بخش پروژه‌ای جاری، این اقدامات در حال انجام است.

هوش مصنوعی در فرآیندهای داخلی

- طراحی ربات‌های نرم‌افزاری مبتنی بر هوش مصنوعی برای خودکارسازی فرآیندهای تکراری در واحدهای فناوری اطلاعات و پشتیبانی.

یادگیری ماشین در محصولات آتی

- طراحی سرویس‌های پیش‌بینی کننده در مصرف و طول عمر قطعات
- استفاده از NLP فارسی برای توسعه چت‌بات‌های هوشمند در حوزه خدمات مشتریان.

برنامه‌های آینده نیز در چهار محور ذیل دنبال خواهد شد.

- ایجاد پلتفرم AI-as-a-Service و Data-as-a-Service برای ارائه سرویس‌های تحلیلی به بانک‌ها و صنایع همکار.
- استفاده از پردازش ابری و لبه‌ای (Cloud & Edge AI) برای تحلیل لحظه‌ای داده‌های بانکی و صنعتی.
- سرمایه‌گذاری در راهکارهای بلاک‌چین کنسرسیومی با مشارکت چند بانک و شرکت فناوری، برای ایجاد بستر مشترک اعتماد و تبادل داده.
- توسعه یک Innovation Lab جهت ارزیابی مداوم فناوری‌های نوظهور و انتقال سریع آن‌ها به محصولات عملیاتی.

نقش و رویکرد فاوا در حمایت از واحد پشتیبانی مفاخر (با توجه به پشتیبانی از بیش از ۶۰۰۰ شعبه بانکی و ۲۴۰,۰۰۰ تجهیزات بانکی بانک صادرات):

رویکرد مدیریت و نگهداری این زیرساخت وسیع بر سه اصل استوار است:

تمرکز، اتوماسیون و پیشگیری

از یک طرف، ما با ایجاد مراکز داده و پایش متمرکز توانسته‌ایم دید یکپارچه‌ای نسبت به وضعیت تجهیزات و شبکه‌های استانی داشته باشیم. این تمرکز باعث شده که خرابی‌ها یا اختلالات در کوتاه‌ترین زمان ممکن شناسایی شوند و تیم‌های پشتیبانی به‌صورت هدفمند اعزام گردند. از سوی دیگر، اتوماسیون فرآیندها را به‌عنوان یک رکن کلیدی وارد چرخه کار کرده‌ایم. امروز بسیاری از فعالیت‌های روتین، مانند به‌روزرسانی نرم‌افزاری، مانیتورینگ سلامت تجهیزات و حتی ثبت و دسته‌بندی رخدادهای، به‌صورت خودکار و از طریق سامانه‌های هوشمند انجام می‌شود. این کار، هم فشار نیروی انسانی را کاهش داده و هم دقت پاسخ‌گویی را افزایش داده است. رویکرد سوم ما پیشگیرانه است. به جای اینکه تنها منتظر بروز خرابی باشیم، با بهره‌گیری از تحلیل داده‌های تاریخی و الگوریتم‌های پیش‌بینی خرابی (Predictive Maintenance)، تلاش کرده‌ایم الگوهای احتمالی اختلال را قبل از وقوع شناسایی کنیم. نتیجه این رویکرد، کاهش چشمگیر زمان توقف خدمات و افزایش سطح اعتماد بانک‌ها به عملکرد شرکت بوده است.

علاوه بر این‌ها، ما ساختار مدیریتی خود را به گونه‌ای طراحی کرده‌ایم که:

- در سطح ستاد، یک مرکز فرماندهی برای نظارت بر کل کشور وجود دارد.
- در سطح استان‌ها، تیم‌های محلی مجهز و آموزش‌دیده فعالیت می‌کنند که هم هماهنگ با ستاد مرکزی هستند و هم توان پاسخ‌گویی سریع به شرایط خاص منطقه‌ای را دارند. این ترکیب از مدیریت متمرکز - عملیات محلی به ما امکان داده است تا هم مقیاس ملی را پوشش دهیم و هم سرعت عمل استانی داشته باشیم.



معرفی استانداردهای تضمین امنیت و پایداری شبکه بانکی مشتریان:

با توجه به اینکه مسئولیت مستقیم ما بر عهده‌ی شبکه و سامانه‌های داخلی شرکت است و نه زیرساخت بانکی مشتریان، رویکرد ما در حوزه امنیت و پایداری بر دو محور کلیدی است:

۱. ایمن‌سازی و تاب‌آورسازی شبکه و سامانه‌های شرکت
 ۲. رعایت استانداردها و پروتکل‌های لازم در نقاط اتصال به سامانه‌های مشتریان APIها
۱. امنیت و پایداری شبکه داخلی شرکت
 - استفاده از معماری تفکیک‌شده (Network Segmentation) برای جلوگیری از انتشار اختلال یا تهدید از یک بخش به بخش دیگر.

- استقرار سیستم‌های مانیتورینگ لحظه‌ای NOC داخلی برای پایش مداوم وضعیت امنیتی و عملکردی سامانه پشتیبانی.
- اجرای پشتیبان‌گیری منظم و تست‌های بازیابی (Backup & DR Tests) برای تضمین تداوم خدمات در شرایط بحرانی.
- استفاده از پروتکل‌های رمزنگاری داخلی TLS و IPSec در تبادل داده‌های درون سازمانی.
- ۲. امنیت در ارتباط با مشتریان از طریق APIها
- کلیه ارتباطات میان سامانه پشتیبانی شرکت و سامانه‌های بانکی از طریق کانال‌های رمزنگاری‌شده TLS ۱,۳ انجام می‌شود.
- پیاده‌سازی توکن‌های دسترسی مبتنی بر استاندارد OAuth۲ برای مدیریت هویت و مجوز دسترسی.
- رعایت اصول Role-Based و Least Privilege

- Access Control برای جلوگیری از دسترسی غیرمجاز.
- پایش و ثبت کامل Logهای تراکنش API به‌منظور رهگیری، تحلیل رخداد و پاسخ‌گویی به الزامات حسابرسی.
- ۳. استانداردها و چارچوب‌های مرجع
- پیاده‌سازی بخش‌هایی از ISO/IEC ۲۷۰۰۱ برای مدیریت امنیت اطلاعات در سطح سازمان.
- ISO/IEC ۲۰۰۰۰ برای مدیریت خدمات فناوری اطلاعات و بهبود مستمر فرایندها.
- OWASP API Security Top ۱۰ برای کاهش ریسک‌های رایج در ارتباطات API
- NIST Cybersecurity Framework به‌عنوان نقشه راه کلی در مدیریت ریسک‌های سایبری.

مزیت محصولات مفاخر در حوزه آنالیتیکس پیشرفته و داشبوردهای مدیریتی:

- به هر نوع پایگاه داده و سرویس سازمانی وجود دارد. قابلیت مقیاس‌پذیری، به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که هم در ابعاد کوچک (سطح یک واحد سازمانی) و هم در ابعاد ملی (سطح کلان‌داده‌ها) از آن بهره‌برداری کنند.



داشته باشند، بدون آنکه نگران اختلال در سیستم‌های عملیاتی باشند.

۲. استفاده از ربات‌ها برای اتوماسیون واکنشی و پردازش داده

- ما از ربات‌های نرم‌افزاری هوشمند استفاده می‌کنیم که وظیفه استخراج، انتقال و پاک‌سازی داده‌ها را بر عهده دارند.
- این ربات‌ها می‌توانند به صورت ۷/۲۴ داده‌ها را جمع‌آوری کرده و در قالب‌های استاندارد در اختیار موتور آنالیتیکس قرار دهند.
- مزیت اصلی: کاهش هزینه نیروی انسانی، افزایش دقت و سرعت، و حذف خطاهای دستی در آماده‌سازی داده.

۳. انعطاف‌پذیری و مقیاس‌پذیری

- طراحی سیستم‌ها به گونه‌ای است که امکان اتصال

محصولات ما در حوزه آنالیتیکس و داشبوردهای مدیریتی، صرفاً ابزارهای گزارش‌گیری معمول نیستند؛ بلکه با تکیه بر دو قابلیت کلیدی، ارزش افزوده‌ای فراتر از رقبا ایجاد می‌کنند:

۱. توانایی واکنشی داده از محیط‌های ناهمگون با کمترین ریسک

- سامانه ما قادر است داده‌ها را از سیستم‌های قدیمی (Legacy Systems)، بانک‌های اطلاعاتی متنوع و حتی نرم‌افزارهای جزیره‌ای به صورت یکپارچه واکنشی کند.
- این فرآیند بدون نیاز به تغییر در زیرساخت‌های اصلی مشتری و با کمترین ریسک برای پایداری سرویس‌های جاری انجام می‌شود.
- نتیجه: سازمان‌ها می‌توانند در سریع‌ترین زمان، تصویری جامع و یکپارچه از وضعیت کسب‌وکار خود

معرفی استراتژی معاونت فاوا برای آموزش و ارتقاء مهارت‌های تیم فنی و IT:

- سیستم LMS و پایگاه دانش داخلی ایجاد کرده‌ایم تا آموزش‌ها ساختارمند، قابل پایش و متناسب با سطح تخصص هر فرد باشد.
- ۲. ارتقاء مهارت‌های تخصصی و چندمهارتی
 - برای تیم‌های زیرساخت، امنیت و توسعه نرم‌افزار، دوره‌های تخصصی استاندارد جهانی مانند Cisco, Microsoft, Linux, ISO, Cloud برگزار می‌کنیم.
 - در کنار مهارت‌های تخصصی، آموزش‌های چندمهارتی نیز اجرا می‌شود تا افراد توانایی کار در حوزه‌های مجاور مثل DevOps یا امنیت در کنار توسعه را کسب کنند. این موضوع ریسک وابستگی سازمان به افراد خاص را کاهش می‌دهد.

با توجه به همکاری با بیش از ۵۰۰ نفر در واحدهای فنی و IT، ما استراتژی آموزش را نه به عنوان یک فعالیت جانبی، بلکه به عنوان ستون اصلی موفقیت سازمان تعریف کرده‌ایم. این استراتژی بر سه محور کلیدی استوار است:

۱. یادگیری مداوم

- ما اعتقاد داریم فناوری هیچ‌گاه ثابت نمی‌ماند. بنابراین:
 - یک مسیر آموزشی دائمی برای نیروها طراحی کرده‌ایم که شامل دوره‌های حضوری، آموزش‌های آنلاین و دسترسی به منابع به‌روز بین‌المللی است.

چالش ترویج فرهنگ نوآوری در تیم IT:

شود. ما برای ایده‌های موفق، هم پاداش مالی و هم تقدیر رسمی در جلسات سازمانی در نظر گرفته‌ایم.

• ارتباط با دنیای بیرون:

نیروها تشویق می‌شوند در رویدادهای فناورانه، دوره‌های آموزشی و مسابقات داخلی شرکت کنند. این ارتباط هم الهام‌بخش است و هم به انتقال تجربه به سازمان کمک می‌کند.

فرهنگ نوآوری در تیم IT از مسیر ایجاد اعتماد، حمایت از ایده‌ها، فراهم کردن بستر آزمون و خطا و قدردانی از موفقیت‌ها نهادینه می‌شود. ما تلاش کرده‌ایم به جای اینکه نوآوری شعاری روی کاغذ باشد، به بخشی از زندگی کاری روزانه همکاران تبدیل شود.



ما فرهنگ نوآوری را یک پروژه مقطعی نمی‌دانیم، بلکه آن را بخشی از هویت کاری تیم IT تعریف کرده‌ایم. باور ما این است که نوآوری زمانی اتفاق می‌افتد که هم فضای آزاد اندیشی وجود داشته باشد و هم ساختار حمایتی.

از این رو، چند اقدام محوری در تیم IT پیاده‌سازی شده است:

• ایجاد فضای امن برای ایده‌پردازی:

در جلسات هفتگی، هر عضو تیم بدون توجه به جایگاه سازمانی می‌تواند ایده‌های خود را مطرح کند. این ایده‌ها ثبت، دسته‌بندی و بررسی می‌شوند تا بهترین آن‌ها وارد چرخه اجرا شود.

• پروژه‌های آزمایشی کوچک (Pilot Projects):

ما به همکاران اجازه می‌دهیم ایده‌های خود را در قالب پروژه‌های کوچک و کم‌هزینه امتحان کنند. اگر موفق بود، به مقیاس بزرگ‌تر تعمیم داده می‌شود.

• تیم‌های میان‌رشته‌ای:

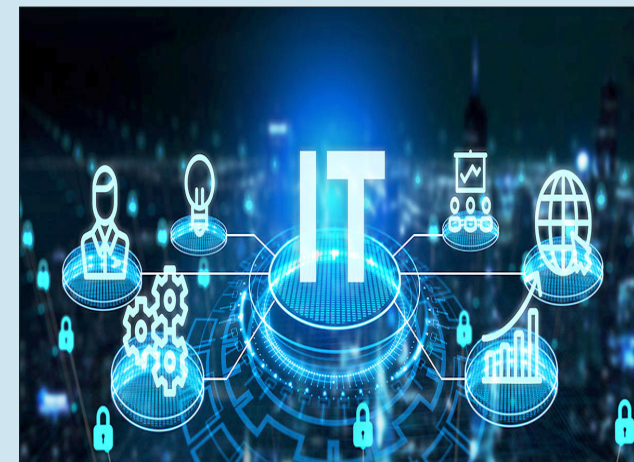
برای پروژه‌های خاص، ترکیبی از نیروهای شبکه، نرم‌افزار و امنیت را کنار هم می‌گذاریم. همین تنوع تخصصی باعث می‌شود راه‌حل‌های خلاقانه‌تری شکل بگیرد.

• تشویق و قدردانی:

نوآوری فقط در صورتی تداوم دارد که دیده و قدردانی

۳. فرهنگ یادگیری سازمانی و انگیزشی

- برنامه مربی‌گری: نیروهای با تجربه در نقش مربی، افراد تازه‌وارد یا کم‌تجربه‌تر را هدایت می‌کنند.
 - Hackathon ها و پروژه‌های داخلی: برای افزایش انگیزه و خلاقیت، تیم‌ها در قالب پروژه‌های نوآورانه رقابت می‌کنند و بهترین راهکارها به محصول واقعی تبدیل می‌شوند.
 - سیستم پاداش و انگیزش: ارتقاء مهارت‌ها با معیارهای ارزیابی عملکرد گره خورده و رشد شغلی و مالی افراد به یادگیری و پیشرفت مستمر وابسته است. البته این موضوع هنوز کامل نشده است و در حال طی کردن مسیر بلوغ خود می‌باشد.
- رویکرد ما این است که تیم فنی و IT نه فقط مصرف‌کننده فناوری، بلکه خالق ارزش و نوآوری باشد. با سرمایه‌گذاری مستمر در آموزش، ترکیب مهارت‌های تخصصی و چندمهارتی، و ایجاد فرهنگ یادگیری سازمانی، اطمینان داریم که این جمع ۵۰۰ نفره می‌تواند همواره در لبه فناوری حرکت کند و پشتیبان راهبردهای کلان شرکت باشد.





مهم‌ترین اهداف و پروژه‌های آتی بخش IT شرکت در سه تا پنج سال آینده:

واحد IT شرکت با در نظر گرفتن مأموریت کلان سازمان در گذار به یک شرکت داده‌محور و دانش‌بنیان، برنامه‌های خود را در سه محور اصلی ترسیم کرده است: زیرساخت و پایداری، تحول دیجیتال داخلی، و نوآوری در سرویس‌ها.

۱. تقویت زیرساخت و تضمین پایداری

ایجاد و توسعه دیتاسنترهای مقیاس‌پذیر و تاب‌آور با استانداردهای بین‌المللی.

- حرکت به سمت زیرساخت‌های ابری برای افزایش انعطاف‌پذیری و کاهش هزینه‌ها.
- استقرار کامل سیستم‌های مانیتورینگ و مدیریت یکپارچه شبکه جهت کاهش زمان اختلال و افزایش سطح دسترسی پذیری خدمات.

۲. تحول دیجیتال درون‌سازمانی

- پیاده‌سازی کامل اتوماسیون فرایندها در حوزه‌های پشتیبانی، مالی و منابع انسانی.
- توسعه سامانه‌های داخلی مبتنی بر Analytics و داشبوردهای هوشمند برای تصمیم‌سازی مدیریتی.
- استقرار DevSecOps به‌عنوان فرهنگ توسعه و بهره‌برداری، برای افزایش سرعت و کیفیت پروژه‌های نرم‌افزاری.

۳. نوآوری در سرویس‌ها و ایجاد ارزش افزوده

- طراحی و ارائه پلتفرم‌های داده‌محور Data-as-a-Service و Analytics-as-a-Service برای پشتیبانی از صنایع بانکی و غیر بانکی.

- استفاده از هوش مصنوعی و یادگیری ماشین در پیش‌بینی خرابی تجهیزات، مدیریت ریسک و تحلیل داده‌های کلان.

- راه‌اندازی Innovation Lab برای بررسی فناوری‌های نوپهور مانند بلاک‌چین، اینترنت اشیا و Edge Computing و تبدیل آن‌ها به محصولات عملیاتی.

۴. امنیت و انطباق مقرراتی

- ارتقاء سطح امنیت اطلاعات بر اساس چارچوب‌های ISO ۲۷۰۰۱، NIST CSF و OWASP.
- پیاده‌سازی سامانه‌های Data Loss Prevention و Identity & Access Management جهت حفاظت از داده‌ها.
- تطبیق کامل فرایندها با الزامات قانونی و مقرراتی داخلی و نهادهای بالادستی.

۵. توسعه سرمایه انسانی و فرهنگ نوآوری

- اجرای برنامه‌های آموزشی ساختارمند برای ارتقاء تخصص‌های کلیدی (Cloud, Security, AI, DevOps).
 - ایجاد فرهنگ یادگیری مداوم و اشتراک دانش بین تیم‌های استانی و ستادی.
 - توسعه نظام‌های انگیزشی برای جذب و نگهداشت نیروهای متخصص.
- در افق سه تا پنج سال آینده، بخش IT نه صرفاً یک واحد پشتیبان، بلکه به موتور محرک تحول دیجیتال شرکت تبدیل خواهد شد. با تقویت زیرساخت‌ها، توسعه سرویس‌های نوآورانه، و توجه ویژه به امنیت و سرمایه انسانی، IT نقشی تعیین‌کننده در تحقق چشم‌انداز کلان سازمان ایفا خواهد کرد.



BNPL چیست؟ تغییر بنیادین در فلسفه خرید با «الان بخر، بعداً پرداخت کن»

لحظه دریافت کند و پولش را در چند قسط کوچک و بدون بهره بپردازد. سارا با لبخند گفت: «یعنی واقعاً می‌شه همین حالا گوشی رو داشته باشم؟» سارا گوشی جدیدش را تحویل گرفت، در حالی که هنوز فقط قسط اول از حسابش کم شده بود. باقی اقساط به صورت خودکار در ماه‌های بعد باید پرداخت می‌شد و هیچ هزینه اضافی هم برای او نداشت. برای او، این تجربه فراتر از یک خرید ساده بود؛ حس کرد که یک ابزار مالی مدرن وارد زندگی‌اش شده است. حالا دیگر مجبور نبود بین «نیاز امروز» و «پول فردا» یکی را انتخاب کند. اینجا بود که سارا برای اولین بار با مفهوم BNPL آشنا شد؛ چیزی که عادات خرید میلیون‌ها خریدار در ایران و جهان را تغییر داده است.

مترو یا محل کار، گوشی‌های درخشان همکارانش را می‌دید، در دلش می‌گفت: «کاش من هم می‌توانستم یکی از این‌ها داشته باشم.» اما وقتی به پس‌اندازش نگاه می‌کرد، واقعیت مثل یک دیوار جلویش سبز می‌شد: «پولم برای خرید یک‌جای گوشی کافی نیست.» نمی‌خواست از دوستانش قرض بگیرد یا وارد پروسه طولانی و خسته‌کننده وام بانکی شود. در همان حال که ناامیدانه در یک فروشگاه اینترنتی پرسه می‌زد، روی صفحه پرداخت چشمش به گزینه‌ای خورد که قبلاً ندیده بود:

«الان بخر، بعداً پرداخت کن»

چشمانش از تعجب گرد شد و روی آن کلیک کرد. در چند دقیقه کوتاه، بدون هیچ ضامن و کاغذبازی، تأییدیه گرفت. فروشگاه به او گفت که می‌تواند گوشی دلخواهش را همان

تا به حال شده که کالای مورد علاقه‌تان را در یک فروشگاه آنلاین ببینید، اما قیمت بالای آن شما را از خرید منصرف کند؟ به جای اینکه منتظر بمانید یا به دنبال راه‌های پیچیده برای خرید اقساطی باشید، راه‌حل دیگری وجود دارد: BNPL یا «الان بخر، بعداً پرداخت کن». این مفهوم نوین در دنیای مالی، به شما امکان می‌دهد تا نیاز امروزتان را با پرداخت‌های کوچک و مدیریت شده در آینده برطرف کنید. در این مقاله به شما می‌گوییم که BNPL چیست، چگونه کار می‌کند، و چگونه می‌تواند نحوه خرید شما را برای همیشه تغییر دهد.

سارا چند هفته بود که به گوشی جدیدی فکر می‌کرد. صفحه گوشی قدیمی‌اش ترک خورده بود، باتری گوشی زود خالی می‌شد و دوربینش هم دیگر کیفیتی نداشت. هر بار که در

BNPL چیست و چگونه کار می‌کند؟

BNPL مخفف عبارت انگلیسی Buy Now, Pay Later است، یعنی «الان بخر، بعداً پرداخت کن». به زبان ساده، BNPL نوعی توافق پرداختی است که به مصرف‌کننده اجازه می‌دهد هزینه خرید را در زمان تحویل به‌طور کامل پرداخت نکند و آن را روی چند قسط یا بازه زمانی مشخص پخش کند. در عمل این محصول به شکل‌های مختلف عرضه می‌شود: پرداخت در چند قسط بدون بهره برای چند هفته یا چند ماه، دوره تعویق کوتاه‌مدت (مثلاً ۳۰ روز)، یا طرح‌های قسطی بلندمدت که شبیه اعتبارات خرد بانکی‌اند.

چگونگی کار BNPL:

- شما در یک فروشگاه آنلاین محصول را انتخاب می‌کنید.
- موقع پرداخت، یکی از گزینه‌ها BNPL یا «خرید اقساطی» است.
- با انتخاب BNPL، شما معمولاً فرم کوتاهی پر می‌کنید (نام، تلفن، و تأیید هویت ساده) یا وارد حساب کاربری ارائه‌دهنده BNPL می‌شوید.
- ارائه‌دهنده BNPL بلافاصله یا در لحظه به فروشنده مبلغ را پرداخت می‌کند و شما را موظف به بازپرداخت طبق جدول اقساط می‌کند.
- اگر قسط‌ها سررسید شوند، همه چیز خوب است؛ اگر تأخیر رخ دهد، ممکن است جریمه یا اثر منفی در اعتبارسنجی آینده شما رخ بدهد.

سه بازیگر اصلی در این زنجیره وجود دارد: خریدار (شما)، فروشنده (فروشگاه آنلاین)، و ارائه‌دهنده BNPL (شرکت فین‌تک یا بانک). در نسخه‌هایی که بانک‌ها ارائه می‌دهند، نقش تسهیلات‌دهنده مستقیم‌تر و گاه رسمی‌تر است و فرایندهای احراز هویت و اعتبارسنجی ممکن است نزدیک به ارائه وام بانکی باشد، اما با تجربه کاربری ساده‌تر.

مزایای BNPL برای خریداران و فروشندگان

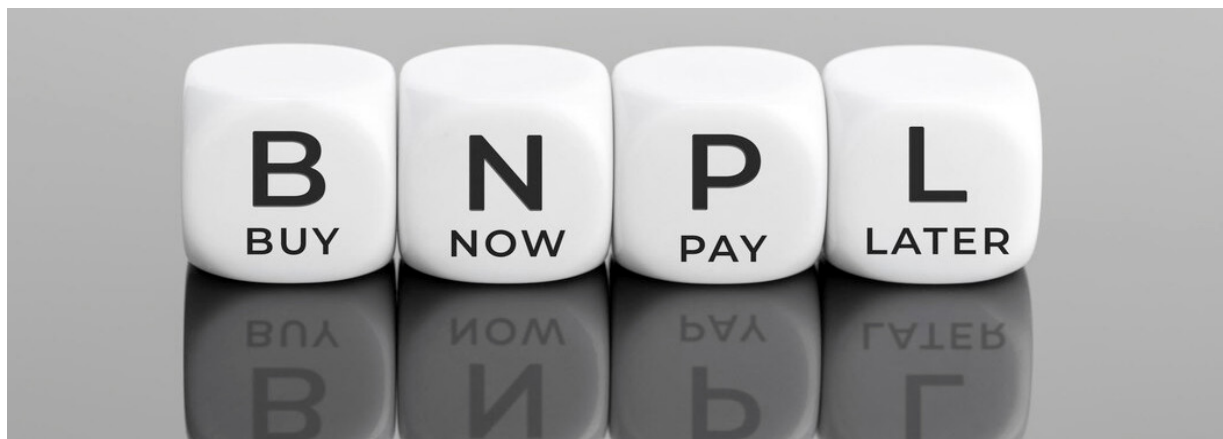
BNPL به‌خاطر تجربه کاربری ساده و وعده دسترسی سریع به کالا محبوب شده است. اینجا مزایای کلیدی را خلاصه می‌کنم:

- سهولت در تصمیم خرید: با گزینه «الان بخر، بعداً پرداخت کن» خریداران راحت‌تر تصمیم به خرید می‌گیرند؛ مخصوصاً وقتی هزینه یک‌باره بالاست.
- بهبود جریان نقدی خریدار BNPL: به افراد اجازه می‌دهد هزینه را در بازه‌های زمانی پخش کنند بدون نیاز به برداشت از کارت اعتباری یا قرض گرفتن.
- افزایش فروش برای فروشنده: گزارش‌ها (در مواردی که با تحقیقات معتبر منتشر شده‌اند) نشان می‌دهند که ارائه گزینه BNPL می‌تواند نرخ تبدیل و میانگین مبلغ سبد خرید را افزایش دهد.
- دسترسی برای افرادی که کارت اعتباری ندارند: بسیاری از کاربران بانکی یا کارت اعتباری ندارند؛

BNPL به آن‌ها امکان خرید اقساطی یا خرید اعتباری می‌دهد.

- در صورت ارائه توسط بانک، اعتماد بیشتر: وقتی BNPL توسط یک بانک مشهور (مثل کالکو بانک صادرات ایران) عرضه شود، بعضی خریداران احساس امنیت بیشتری می‌کنند.





معایب و ریسک‌های BNPL، چرا باید با احتیاط رفتار کنیم؟

BNPL یک روش پرداخت تازه و قدرتمند است، ولی بدون آگاهی می‌تواند خطرناک شود. نکات منفی اصلی عبارت‌اند از:

- افزایش ریسک خریدهای احساسی و بیش‌مصرفی: وقتی پرداخت فوری حذف می‌شود، آدم‌ها ممکن است بیشتر از نیاز خرید کنند - یعنی «هزینه ذهنی» کاهش می‌یابد.
- جریمه‌ها و بدهی ناخواسته: اگر قسط‌ها به‌موقع پرداخت نشوند، ممکن است جریمه یا هزینه دیرکرد در پی داشته باشند. برخی ارائه‌دهندگان ممکن است این جریمه‌ها را اعمال کنند.
- تأثیر بالقوه بر امتیاز اعتباری: بسته به سیاست ارائه‌دهنده و ضوابط محلی، پرداخت‌های دیر یا بد می‌تواند در سوابق اعتباری ثبت شود.
- عدم شفافیت در برخی قراردادها: بعضی طرح‌ها پیچیدگی‌هایی مانند هزینه‌های مخفی، پیش‌شرط‌ها، یا الزامات وثیقه که قبل از امضا واضح نیست، دارند.
- حفظ حریم خصوصی و داده‌ها: سیستم‌های BNPL اغلب اطلاعات مالی و رفتاری جمع‌آوری می‌کنند؛ باید بدانید این داده‌ها کجا ذخیره و چگونه استفاده می‌شوند.

نکته مهم این است که BNPL ابزار است، مثل چاقویی که هم می‌تواند آشپزی را آسان کند و هم باعث زخم بشود. استفاده هوشمندانه و اطلاع از شرایط، ریسک را

کاهش می‌دهد.

تفاوت BNPL با خرید قسطی سنتی

در ایران، خیلی‌ها وقتی اسم «خرید قسطی» را می‌شنوند، یاد فروشگاه‌هایی می‌افتند که از مشتری چک، سفته یا ضامن می‌خواهند و فرآیند طولانی و پر از کاغذبازی دارند. این روش سنتی، گرچه راهی برای خرید بدون پرداخت یک‌جای پول بود، اما همیشه با استرس و پیچیدگی همراه بود.

BNPL نسل جدید همین مفهوم است؛ همان خرید قسطی اما با تجربه‌ای دیجیتال، ساده و سریع. شما بدون چک و ضامن، فقط با چند کلیک و احراز هویت آنلاین، خرید خود را نهایی می‌کنید. فروشنده پولش را همان لحظه دریافت می‌کند، و شما اقساط را در بازه‌ای مشخص و شفاف پرداخت می‌کنید. به همین دلیل، BNPL نسخه‌ای به‌روز و کاربرپسند سنت قدیمی خرید قسطی می‌باشد که با سبک زندگی دیجیتال

امروز هماهنگ شده است.

چگونه با خیال راحت از BNPL استفاده کنیم؟ نکات عملی

اگر تصمیم دارید از BNPL استفاده کنید، این راهنمای کوتاه به شما کمک می‌کند ایمن‌تر عمل کنید:

- شرایط قرارداد را کامل بخوانید: تاریخ‌های پرداخت، وجود یا عدم وجود بهره، و هزینه‌های دیرکرد را دقیق ببینید. مطمئن شوید اقساط با بودجه شما همخوانی دارد: جدول اقساط را به‌صورت ساده محاسبه کنید و ببینید پرداخت ماهانه فشاری به مخارج روزمره وارد نمی‌کند.
- از ارائه‌دهندگان معتبر استفاده کنید: بانک یا فین‌تکی که شهرت و پشتیبانی معتبری دارد مثل کالکو (بانک صادرات ایران) انتخاب کنید.
- سعی کنید از گزینه‌های بدون سود استفاده کنید اگر واقعاً بدون هزینه‌اند: بسیاری از شرکت‌ها «خرید اقساطی بدون سود» تبلیغ می‌کنند؛ بررسی دقیق در این خصوص

ضروری است.

- یادآور پرداخت تنظیم کنید: برای جلوگیری از جریمه‌های دیرکرد، یادآورهایی در گوشی یا تقویم تنظیم کنید.
- مقایسه کنید: BNPL همیشه بهترین گزینه نیست؛ گاهی پرداخت نقدی یا وام بانکی ممکن است شرایط بهتری داشته باشد.

BNPL و روان‌شناسی خرید، چرا راحت‌تر خرج می‌کنیم؟

یکی از دلایل محبوبیت سریع BNPL، اثر روانی جذاب آن است. وقتی لازم نیست کل مبلغ خرید را همان لحظه پرداخت کنید، مغز شما هزینه را سبک‌تر احساس می‌کند و «درد خرج کردن» کاهش پیدا می‌کند. پرداخت‌های کوچک و تقسیم‌شده، راحت‌تر پذیرفته می‌شوند تا یک پرداخت بزرگ و یک‌باره.

تصور کنید سارا می‌خواست همان گوشی دلخواهش را بخرد. اگر مجبور بود تمام مبلغ را نقدی پرداخت کند، احتمالاً چند هفته صبر می‌کرد و شاید در نهایت منصرف می‌شد. دیگر نیازی نیست که از افزایش روزافزون قیمت‌ها هم صحبت کنیم. اما وقتی با گزینه BNPL روبه‌رو شد، پرداخت قسطی و بدون بهره، تصمیمش را آسان کرد و خرید را سریع انجام داد.

در واقع BNPL یک تغییر در تجربه روانی خرید است؛ به خریدار احساس آزادی بیشتر می‌دهد، استرس مالی را کاهش می‌دهد و به او اجازه می‌دهد بدون نگرانی از بودجه، به محصولی که نیاز یا علاقه دارد، دسترسی پیدا کند.

آینده BNPL در ایران و جهان، روندها و پیش‌بینی‌های محتاطانه

BNPL در سطح جهانی رشد سریعی را تجربه کرده

است، به‌خصوص در کشورهای توسعه‌یافته که خرید آنلاین رایج است. اما آینده این سرویس در هر بازار به چند عامل بستگی دارد: مقررات (رگولاتوری)، رفتار مصرف‌کننده، همکاری بانک‌ها و فین‌تک‌ها، و توانایی کسب‌وکارها برای مدیریت ریسک.

برای ایران، چند نکته مهم وجود دارد (این موارد تحلیل منطقی و نه ادعای خبری هستند):

- همگام شدن بانک‌ها و فین‌تک‌ها: نسخه‌های بانکی BNPL (مثل کالکو) می‌توانند به لحاظ اعتماد و پذیرش سریع‌تر رشد کنند، چون بانک‌ها زیرساخت‌های هویتی و شبکه بانکی را دارند.
 - تأثیر روی تغییر در عادات خرید: با دسترسی آسان به گزینه‌های خرید اقساطی و خرید اعتباری، مردم ممکن است به خریدهای آنی و آنلاین گرایش بیشتری پیدا کنند، یعنی «تغییر در عادات خرید» محتمل است.
 - لزوم مقررات روشن: برای حفاظت مصرف‌کننده و جلوگیری از بحران بدهی خرد، تنظیم مقررات مشخص درباره محاسبه سود، شفافیت هزینه‌ها و گزارش‌دهی لازم خواهد بود.
 - ادغام با کیف پول‌ها و سیستم‌های پرداخت دیجیتال BNPL: احتمالاً با کیف پول‌های دیجیتال و زیرساخت‌های پرداخت همگرا خواهد شد تا تجربه پرداخت یکپارچه‌تری فراهم کند.
 - نوآوری در اعتبارسنجی: با ظهور داده‌های جدید (رفتار خرید، پرداخت‌های قبلی)، ارائه‌دهندگان BNPL می‌توانند مدل‌های بهتر اعتبارسنجی و کنترل ریسک ایجاد کنند.
- مسئله این آینده‌نگری‌ها عمومی و محتاطانه‌اند؛ عملکرد دقیق هر بازار وابسته به سیاست‌ها و واکنش مصرف‌کننده

خواهد بود.

BNPL ابزاری برای زمانه جدید خرید

BNPL (الان بخر، بعداً پرداخت کن) ابزار نوینی است که می‌تواند تجربه خرید را ساده و دسترسی به کالاها را افزایش دهد. همان‌طور که در داستان سارا دیدیم، وقتی این ابزار به‌درستی و با آگاهی استفاده شود، زندگی را آسان‌تر می‌کند؛ اما اگر بدون دقت به سراغش برویم، می‌تواند منجر به بدهی‌های کوچک ولی پیوسته شود. سرویس‌هایی مانند کالکو بانک صادرات ایران نشان می‌دهند که بانک‌ها و فین‌تک‌ها چگونه می‌توانند BNPL را در بسترهای رسمی‌تر عرضه کنند تا هم اعتماد افزایش یابد و هم ریسک بهتر مدیریت شود.

اگر می‌خواهید از BNPL استفاده کنید: شرایط را بخوانید، محاسبه کنید، و از گزینه‌های بدون سود واقعی بهره ببرید. BNPL تغییر بنیادین در فلسفه خرید است، تغییری که قدرت انتخاب را به دستان شما می‌دهد، اما مسئولیت مدیریت آن را نیز به عهده خودتان می‌گذارد.

چگونگی کار BNPL:

- شما در یک فروشگاه آنلاین محصول را انتخاب می‌کنید.
- موقع پرداخت، یکی از گزینه‌ها BNPL یا «خرید اقساطی» است.
- با انتخاب BNPL، شما معمولاً فرم کوتاهی پر می‌کنید (نام، تلفن، و تأیید هویت ساده) یا وارد حساب کاربری ارائه‌دهنده BNPL می‌شوید.
- ارائه‌دهنده BNPL بلافاصله یا در لحظه به فروشنده مبلغ را پرداخت می‌کند و شما را موظف به بازپرداخت طبق جدول اقساط می‌کند.
- اگر قسط‌ها سررسید شوند، همه چیز خوب است؛ اگر تأخیر رخ دهد، ممکن است جریمه یا اثر منفی در اعتبارسنجی آینده شما رخ بدهد.



بانکداری دیجیتال چیست؟ آینده پول در دستان شماست

اگر تا چند سال قبل برای انجام یک کار بانکی زمان زیادی را در صف و ترافیک تلف می‌کردیم، امروز بانکداری دیجیتال تمام خدمات ریز و درشت مالی را تنها از طریق یک تلفن همراه هوشمند به راحتی در دسترس همگان قرار داده است. با بانکداری دیجیتال، مدیریت مالی و دریافت خدمات بانکی، هر جایی و در هر زمانی امکان‌پذیر است. با اطمینان می‌توان گفت که بزرگترین تحول تاریخ پول، نه در گاوصندوق‌های فولادی، بلکه در دستان شما و روی صفحه نمایش تلفن هوشمندتان در حال وقوع است. روزهایی که برای یک انتقال وجه ساده یا پرداخت قبض، مجبور بودید کار خود را رها کرده، در ترافیک بمانید و در صف‌های طولانی بانک منتظر بمانید، به سرعت در حال تبدیل شدن به خاطره‌ای دور هستند. امروز، ما در عصر بانکداری دیجیتال زندگی می‌کنیم؛ عصری که در آن، شعبه بانک در خیابان ولی‌عصر یا میدان ونک نیست بلکه بانک شما، ۲۴ ساعته و در هر کجای جهان، در جیب شماست.

بانکداری دیجیتال چیست؟ فراتر از یک اپلیکیشن ساده

اگر هنوز فکر می‌کنید که بانکداری دیجیتال یعنی نصب همان اپلیکیشن‌های ساده موبایل بانک یا بهره‌گیری از اینترنت بانک، در اشتباه هستید. بانکداری دیجیتال فراتر از این و به معنای بازآفرینی کامل تجربه بانکی در بستر فضای مجازی است. این فرآیند، تمام خدمات و فعالیت‌هایی را که به صورت سنتی نیازمند حضور فیزیکی شما در شعبه بود، به دنیای دیجیتال منتقل می‌کند.

ابزارهای بانکداری دیجیتال در ایران: از همراه بانک‌ها تا نئوبانک‌ها

همراه بانک‌ها:

اپلیکیشن‌های اختصاصی بانک‌ها مانند «همراه بانک ملت»، «همراه بانک صادرات» یا «موبایل بانک ملی» که به شما اجازه مدیریت کامل حساب‌هایتان را می‌دهند.

اینترنت بانک‌ها:

وبسایت‌های جامعی که خدمات مفصل‌تری را از طریق کامپیوتر شخصی در اختیاران قرار می‌دهند. (نسخه‌های تحت وب برای مدیریت حساب‌ها)

نئوبانک‌ها و شعب دیجیتال:

نسل جدیدی از نرم‌افزارهای بانکی جامع است که در آن، فرآیندهایی مانند افتتاح حساب، به صورت کاملاً غیرحضوری و آنلاین انجام می‌شود که بانک‌های پیشرو مانند بانک صادرات با سپینو، بانک پاسارگاد با ویپاد و بانک سامان با بلوبانک در حال توسعه آن هستند.

کیف پول‌های دیجیتال و اپلیکیشن‌های پرداخت:

ابزارهای فوق‌العاده محبوبی مانند «آپ»، «پاسینو»، «سکه» یا «تاپ» هستند که فرآیندهایی مثل کارت به کارت، پرداخت قبوض و خرید شارژ را به سریع‌ترین شکل ممکن انجام می‌دهند

ابزارهای نوین

مانند چک الکترونیکی چکنو، چت‌بات‌های بانکی و اعتبارسنجی دیجیتال که به تدریج در حال گسترش‌اند.

تفاوت بانکداری الکترونیک و بانکداری دیجیتال، قدم اول تا تجربه کاملاً آنلاین

هرچند که اغلب این دو واژه به جای یکدیگر به کار می‌روند، اما بانکداری الکترونیک در واقع یک گام اولیه و زیرمجموعه‌ای از بانکداری دیجیتال است. برای درک بهتر، این دو مفهوم را با هم مقایسه می‌کنیم:

بانکداری الکترونیک (E-Banking)

بانکداری الکترونیک یعنی استفاده از ابزارهای الکترونیکی برای انجام بخشی از کارهای بانکی. هدف اصلی آن این است که مشتری بدون نیاز به حضور در شعبه، بتواند خدمات پایه‌ای را به صورت آنلاین دریافت کند.

ویژگی‌های کلیدی بانکداری الکترونیک:

تمرکز بر خدمات پایه: مثل انتقال وجه، پرداخت قبض، خرید شارژ و مشاهده موجودی. وابستگی به شعبه: بسیاری از فرآیندهای اصلی (مثل افتتاح حساب یا دریافت کارت بانکی) همچنان نیاز به حضور فیزیکی دارند. مثال‌ها: اینترنت بانک، همراه بانک، دستگاه‌های خودپرداز (ATM) و پایانه‌های فروش (POS).

تجربه‌ای شخصی و هوشمند

اپلیکیشن‌های بانکی علاوه بر ابزار انتقال پول، به یک دستیار مالی شخصی نیز تبدیل شده‌اند؛ با دسته‌بندی هزینه‌ها، ارسال هشدارهای هوشمند و گزارش‌های مدیریتی، به شما کمک می‌کنند پول‌تان را بهتر مدیریت کنید.

امنیت پیشرفته

بزرگترین دغدغه شما در مباحث مالی، امنیت دارایی‌های‌تان است. پلتفرم‌های دیجیتال مدرن از لایه‌های امنیتی پیچیده‌ای مانند رمز پویا (یکبار مصرف)، احراز هویت دو مرحله‌ای و رمزنگاری داده‌ها، استفاده می‌کنند. به همین دلیل، امنیت حساب‌های شما به مراتب بالاتر از روش‌های سنتی است.

کاهش هزینه‌ها

کاهش هزینه‌ی شعبه‌داری و نیروی انسانی مورد نیاز برای ارائه خدمات برای بانک‌ها، معادل کاهش کارمزدها و ارائه خدمات بهتر به مشتریان است. مشتریان همچنین به دلیل بی‌نیاز شدن از رفت و آمد به شعب، می‌توانند در وقت و زمان خود صرفه‌جویی کنند.

فراگیری مالی (عدالت در دسترسی)

این شاید مهم‌ترین دستاورد انسانی بانکداری دیجیتال باشد. دیگر فرقی نمی‌کند در تهران زندگی کنید یا یک روستای دورافتاده در سیستان و بلوچستان؛ تا زمانی که اینترنت داشته باشید، می‌توانید از خدمات بانکی استفاده کنید.

مزایای بانکداری دیجیتال برای بانک‌ها:

کاهش هزینه‌های عملیاتی

شعب فیزیکی پرهزینه‌اند. با دیجیتالی شدن خدمات، هزینه ساختمان، نیروی انسانی و تجهیزات کاهش چشمگیری پیدا می‌کند. این کاهش، به بانک‌ها اجازه می‌دهد تا منابع خود را بر روی نوآوری و بهبود خدمات دیجیتال متمرکز کنند.

نوآوری، رقابت‌پذیری بیشتر و پاسخ به تقاضای بازار

امروزه کاربران بانکی در ایران، انجام امور خود را از طریق کانال‌های دیجیتال ترجیح می‌دهند، بانکی که خدمات دیجیتال ضعیفی دارد، مشتریان را از دست خواهد داد. لذا بانک‌هایی که خدمات دیجیتال قوی‌تری دارند با جذب سهم بازار بیشتر، در کورس رقابت باقی خواهند ماند

بانکداری دیجیتال (Digital Banking)

بانکداری دیجیتال فراتر از الکترونیکی کردن خدمات موجود است؛ اینجا دیگر فقط «خدمت سنتی را آنلاین نمی‌کنیم»، بلکه کل تجربه بانکی و فرآیندهای داخلی بانک بازطراحی می‌شوند. هدف، ایجاد یک تجربه یکپارچه، بدون شعبه و تمام‌دیجیتال است.

ویژگی‌های کلیدی بانکداری دیجیتال:

تمرکز بر تجربه کاربری: همه چیز، از افتتاح حساب گرفته تا دریافت وام، کاملاً آنلاین و شخصی‌سازی شده است.

بازطراحی فرآیندها: کاغذبازی، فرم‌های فیزیکی و امضاهای دستی حذف می‌شوند و همه چیز دیجیتال انجام می‌شود.

نوآوری و محصولات جدید: استفاده از فناوری‌هایی مثل هوش مصنوعی برای اعتبارسنجی هوشمند، داده‌کاوی برای ارائه پیشنهادهای مالی شخصی‌سازی شده، و بلاکچین برای افزایش امنیت. مثال: نئوبانک‌ها (بانک‌های تمام‌دیجیتال) که هیچ شعبه فیزیکی ندارند و خدمات را از صفر تا صد به صورت آنلاین ارائه می‌دهند.

چرا بانکداری دیجیتال یک بازی بُرد-بُرد برای مشتریان و بانک‌هاست؟

در بانکداری دیجیتال آنچه برای مشتریان اهمیت دارد، خدمات واقعی و قابل لمس است که زندگی مالی روزمره را ساده‌تر می‌کند. بانکداری دیجیتال مدلی است که با خلق تجربه‌ای سریع‌تر، راحت‌تر و شخصی‌تر از خدمات مالی به نفع مشتریان و با حذف هزینه‌های سنگین شعب فیزیکی به نفع بانک‌ها عمل می‌کند. این همان نقطه‌ای است که بانکداری دیجیتال را به یک مسیر دوطرفه و برد-برد برای هر دو طرف تبدیل می‌کند.

مزایای بانکداری دیجیتال برای مشتریان:

راحتی و دسترسی ۲۴ ساعته

دیگر مهم نیست ساعت ۲ بعدازظهر باشد یا ۱۱ شب؛ شما می‌توانید با موبایل خود انتقال وجه، پرداخت قبض یا خرید اینترنتی انجام دهید. حتی خدمات ساتنا و پایا هم بدون نیاز به مراجعه حضوری قابل دسترسی است.

بانکداری دیجیتال در برابر بانکداری سنتی، پایان عصر کاغذبازی و شعب

فیزیکی

مقایسه این دو شبیه مقایسه‌ی کبوتر نامه‌بر با ایمیل است؛ هر دو پیام را می‌رسانند، اما سرعت و کارایی قابل قیاس نیست.

شعب فیزیکی در برابر شعب مجازی

افتتاح حساب که در گذشته نصف روز طول می‌کشید، حالا در بعضی نئوبانک‌ها مثل سپینو و بانک‌های پیشرو فقط با بارگذاری کارت ملی و یک ویدئوی سلفی، آنلاین انجام می‌شود.

پایان دوران کاغذبازی

یکی از بزرگترین مزایای بانکداری دیجیتال، حذف کاغذ از فرآیندهاست. دیگر نیازی به پر کردن فرم‌های متعدد و امضاهای فیزیکی نیست. فرم‌های متعدد و امضاهای فیزیکی جای خود را به فرآیندهای تماماً دیجیتال داده‌اند. این هم صرفه‌جویی زمانی است، هم کمک به محیط زیست.

اعتبارسنجی سنتی و هوشمند

سیستم سنتی اعطای وام، متکی به مدارکی مانند فیش حقوقی و ضامن بود. این سیستم بیشتر کار کارمندان دولتی را راه می‌انداخت تا اقشار مختلف مردم. اما بانکداری دیجیتال می‌تواند با تحلیل رفتار مالی (تراکنش‌ها، پرداخت قبوض و ...) اعتبار افراد را دقیق‌تر بسنجد و دسترسی عادلانه‌تری به تسهیلات ایجاد کند و راه را برای دریافت تسهیلات خرد برای گروه‌های مختلف جامعه باز کند.

نقش هوش مصنوعی در بانکداری دیجیتال، تجربه‌ای هوشمند و شخصی‌سازی شده

هوش مصنوعی (AI) یکی از مهم‌ترین پیشران‌های تحول در بانکداری دیجیتال است. اگر بانکداری الکترونیک صرفاً ابزار ارائه خدمات را تغییر داد، بانکداری دیجیتال با

کمک هوش مصنوعی توانسته ماهیت خدمات و تجربه مشتری را متحول کند. این فناوری فرآیندهای بانکی را سریع‌تر و دقیق‌تر کرده و بانک‌ها را قادر ساخته تا خدماتی شخصی‌سازی‌شده، امن و هوشمند ارائه دهند.

امکان ارزیابی سریع‌تر و دقیق‌تر اعتبار مشتریان با اعتبارسنجی هوشمند به وسیله تحلیل الگوی تراکنش‌ها، رفتار مالی و حتی داده‌های بیرونی؛ شخصی‌سازی خدمات بانکی با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین با بررسی عادات خرج و پس‌انداز هر مشتری؛ کشف تقلب و امنیت سایبری با شناسایی لحظه‌ای تراکنش‌های غیرعادی یا مشکوک و جلوگیری از کلاهبرداری‌ها و حملات سایبری؛ امکان پاسخگویی ۲۴ ساعته و انجام امور ساده‌ای مانند انتقال وجه یا پرداخت قبض با استفاده از ربات‌های گفتگو و چت‌بات‌ها و نهایتاً پردازش حجم عظیم داده‌های بانکی برای مدیریت ریسک، پیش‌بینی روندهای مالی و طراحی محصولات نوآورانه، برخی از مهم‌ترین نقش‌ها و کاربردهای هوش مصنوعی در بانکداری دیجیتال است.

در مجموع، هوش مصنوعی باعث شده بانک‌ها از یک ارائه‌دهنده خدمات مالی سنتی به یک مشاور هوشمند و همراه دیجیتال برای مشتریان تبدیل شوند؛ نقشی که آینده بانکداری را به‌طور جدی بازتعریف می‌کند.





آینده بانکداری دیجیتال در ایران: منتظر چه چیزی باشیم؟

انتظارات جدید مشتریان

مردم امروز به خاطر تجربه‌ی تاکسی‌های اینترنتی و فروشگاه‌های آنلاین، دیگر حاضر به تحمل صف‌های طولانی نیستند. آنها سرعت و راحتی می‌خواهند.

گسترش فناوری

تقریباً همه ایرانیان یک گوشی هوشمند دارند و ضریب نفوذ اینترنت موبایل بسیار بالاست. این زیرساخت، موتور محرک بانکداری دیجیتال است.

تجربه کرونا

همه‌گیری کرونا ثابت کرد که اتکای صرف به خدمات حضوری خطرناک است. همین موضوع باعث شد سرعت پذیرش خدمات دیجیتال در ایران چندین برابر شود.

آینده روشن و اجتناب‌ناپذیر بانکداری دیجیتال در ایران به‌عنوان یک ضرورت انکارناپذیر در راه است که از هم اکنون با وجود بانک‌های پیش‌رو آغاز شده، افتتاح حساب کاملاً غیرحضوری و بدون شعبه فیزیکی، اعطای وام فوری دیجیتال بدون ضامن و کاغذبازی، خدمات هوشمند مبتنی بر هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های کلان و کیف پول‌های دیجیتال که جای کارت‌های بانکی فیزیکی را خواهند گرفت.

این تحولات که تازه در آغاز راه است، کنترل مالی را به دستان شما بازگردانده و با امنیت، سرعت و شفافیت بالاتر، یک نظام مالی عادلانه‌تر و کارآمدتر می‌سازد البته فراموش نکنید که با پیشرفت تکنولوژی آینده‌ای، هیجان‌انگیزتر نیز در انتظار شما خواهد بود.

بانک‌هایی که زودتر خود را با این موج هماهنگ کنند، برنده آینده خواهند بود؛ و مشتریانی که به این خدمات روی بیاورند، زندگی مالی ساده‌تر و مطمئن‌تری خواهند داشت.

چالش‌های بانکداری دیجیتال در ایران، از زیرساخت و قوانین تا اعتماد کاربران

هرچند بانکداری دیجیتال در ایران با سرعت چشمگیری در حال رشد است اما برای رسیدن به استانداردهای جهانی و ارائه خدمات پیشرفته‌تر، موانع مهمی بر سر راه وجود دارد:

زیرساخت‌های فناوری و اینترنت

پوشش و کیفیت اینترنت در سراسر کشور یکدست نیست. در بسیاری از مناطق محروم، سرعت پایین یا قطعی‌های مکرر اینترنت باعث اختلال در خدمات می‌شود. برای فراگیر شدن بانکداری دیجیتال، توسعه اینترنت پایدار و پرسرعت ضروری است.

قوانین و مقررات قدیمی

بسیاری از قوانین بانکی ایران برای دوران بانکداری سنتی تدوین شده‌اند و پاسخگوی نیازهای جدید مانند نئوبانک‌ها یا اعتبارسنجی هوشمند نیستند. تدوین مقررات به‌روز و حمایت از استارت‌آپ‌های فین‌تکی، لازمه رشد این حوزه است.

امنیت و اعتماد کاربران

حملات سایبری و نشت اطلاعات می‌تواند اعتماد عمومی را کاهش دهد. بنابراین سرمایه‌گذاری در امنیت سایبری و آموزش کاربران برای مقابله با کلاهبرداری‌های آنلاین، یک ضرورت است.

آموزش و فرهنگ‌سازی

بخش زیادی از جامعه (خصوصاً سالمندان) هنوز به بانکداری حضوری وابسته‌اند. بدون آموزش ساده و فرهنگ‌سازی گسترده، نمی‌توان انتظار داشت همه با بانکداری دیجیتال همراه شوند.

عدم یکپارچگی سیستم‌ها

هر بانک اپلیکیشن و زیرساخت خاص خودش را دارد. نبود هماهنگی بین بانک‌ها و حتی بین سامانه‌های دولتی (مثل سامانه‌های احراز هویت) باعث تجربه پراکنده و گاهی خسته‌کننده برای کاربر می‌شود. یکپارچه‌سازی این سیستم‌ها تجربه بانکی را بسیار روان‌تر خواهد کرد.

محدودیت‌های بین‌المللی

تحریم‌ها باعث شده بانک‌های ایرانی از بسیاری از فناوری‌ها و خدمات بین‌المللی محروم باشند. این مسئله مانع ارائه خدمات نوآورانه و پرداخت‌های بین‌المللی به مشتریان ایرانی شده است.

بانکداری متمرکز (Core Banking) چیست و چرا آینده نظام بانکی ایران به آن نیاز دارد؟



بانکداری متمرکز قلب تپنده نظام بانکی است؛ سیستمی که تمام تراکنش‌ها، از کارت به کارت ساده گرفته تا برداشت وجه از خودپرداز، بر پایه آن انجام می‌شود. بدون این زیرساخت یکپارچه، بانک‌ها توان ارائه خدمات دیجیتال پیشرفته را نخواهند داشت. آیا می‌دانستید که هر بار پول کارت به کارت می‌کنید، پشت صحنه‌ی ماجرا صدها تراکنش در سیستم‌های مرکزی بانکی اتفاق می‌افتد؟ اگر این سیستم‌ها یک روز از کار بیفتند، نه تنها کارت به کارت متوقف می‌شود، بلکه حتی برداشت پول از دستگاه خودپرداز هم ممکن نخواهد بود. اینجاست که اهمیت بانکداری متمرکز (Core Banking) خودش را نشان می‌دهد؛ زیرساختی که بی‌صدا اما حیاتی، قلب نظام بانکی ایران را به تپش در می‌آورد. همان‌طور که بدن انسان به یک قلب مرکزی نیاز دارد، بانک‌ها هم به یک سیستم متمرکز و هوشمند نیاز دارند که همه فعالیت‌ها را هماهنگ کند؛ چیزی که امروز با نام بانکداری متمرکز می‌شناسیم.

بانکداری متمرکز چیست؟

به زبان ساده یعنی همه شعب و کانال‌های بانکی (شعبه، اینترنت‌بانک، موبایل‌بانک، خودپرداز و...) که به یک سیستم یکپارچه مرکزی متصل هستند، سیستمی که تمام عملیات بانکی را به صورت یکپارچه در یک مرکز داده واحد انجام می‌دهد.

به همین دلیل مشتری می‌تواند: از هر شعبه‌ای خدمات بگیرد (بدون وابستگی به شعبه افتتاح‌کننده‌ی حساب)، تراکنش‌های خود را در همه کانال‌ها، به صورت همگام ببیند و تجربه‌ای سریع‌تر، امن‌تر و دقیق‌تر از بانکداری داشته باشد. به بیان دیگر، بانکداری متمرکز همان چیزی است که امکان بانکداری دیجیتال واقعی را فراهم می‌کند. بدون آن، خدمات پیشرفته مثل نئوبانک‌ها، کیف پول دیجیتال یا حتی احراز هویت یکپارچه ممکن نخواهد بود. در این نوع از بانکداری دیگر خبری از چندین نرم‌افزار پراکنده و سیستم‌های جزیره‌ای نیست؛ همه‌چیز در یک هسته مرکزی مدیریت می‌شود.

وضعیت بانکداری متمرکز در ایران

ایران هم مانند بسیاری از کشورهای دیگر، مسیر حرکت به سمت بانکداری متمرکز را آغاز کرده است. اگرچه بسیاری از بانک‌های ایرانی همچنان از سیستم‌های قدیمی و نسبتاً بسته استفاده می‌کنند، با این حال، برخی بانک‌ها قدم‌های مهمی در این مسیر برداشته‌اند:

- بانک صادرات ایران: با معرفی نئوبانک سپینو، گام مهمی در ارائه خدمات یکپارچه و دیجیتال برداشته است. سپینو بر پایه بانکداری متمرکز طراحی شده و تجربه‌ای شبیه به بانکداری تمام‌دیجیتال ارائه می‌دهد.
- بانک پاسارگاد و ویپاد: با تمرکز بر تجربه کاربری و خدمات آنلاین، نشان داده‌اند که Core Banking بستر اصلی توسعه بانکداری دیجیتال است.
- بانک سامان: با ارائه بلوبانک از پیشگامان ارتقای سیستم‌های متمرکز و ارائه خدمات مدرن بانکی در ایران محسوب می‌شود.
- بانک‌های دولتی دیگر: این بانک‌ها همچنان بیشتر متکی بر Core قدیمی هستند. هرچند پروژه‌های ارتقا و دیجیتالی‌سازی در حال انجام است، اما فاصله زیادی با نئوبانک‌ها دارند.

حرکت به سمت Core مدرن در ایران آغاز شده اما جایگزینی کامل و مهاجرت به معماری‌های cloud-native در سطح وسیع هنوز محدود و تدریجی است. مشکلاتی مانند تحریم‌ها، محدودیت در خدمات ابری بین‌المللی، ساختار مالکیتی و فرهنگ سازمانی سرعت این گذار را کاهش داده‌اند. با این وجود نمونه‌های یاد شده نشان می‌دهند که بانک‌های بزرگ کشور به‌خوبی درک کرده‌اند بدون بانکداری متمرکز، ادامه رقابت در عصر فین‌تک تقریباً غیرممکن است. معماری‌های cloud-native سیستم‌هایی هستند که از

ابتدا برای اجرا روی زیرساخت‌های ابری ساخته شده‌اند و مقیاس‌پذیر، سریع و سازگار با نیازهای امروزند.

چالش‌های حرکت به سمت بانکداری متمرکز با وجود مزایای متعدد، حرکت به سمت بانکداری متمرکز ساده نیست. این تغییر بیشتر شبیه یک تحول اساسی است تا یک به‌روزرسانی نرم‌افزاری. یکی از کارشناسان بانکی این فرایند را به زیبایی چنین توصیف کرده است: "جایگزینی بانکداری متمرکز مانند جراحی قلب باز روی بیماری است که در حال راه رفتن است".

این استعاره نشان می‌دهد که بانک‌ها نمی‌توانند فعالیت‌های روزانه خود را متوقف کنند، اما ناچارند سیستم قلبی خود را نیز تغییر دهند؛ تغییری پرهزینه، پرریسک اما حیاتی. مهم‌ترین چالش‌ها این تغییر شامل:

- هزینه‌های سنگین پیاده‌سازی و نگهداری
 - ریسک‌های فنی و عملیاتی در زمان انتقال داده‌ها
 - مقاومت فرهنگی در میان کارکنان و مشتریان سنتی
 - نیاز به پشتیبانی و قانون‌گذاری مناسب
- راهکارهای عملی برای موفقیت بانک‌های ایرانی در مسیر بانکداری متمرکز
- تحقیقات نشان می‌دهد که فشار برای نوآوری در بانک‌ها روزبه‌روز بیشتر می‌شود؛ این فشار از چند منبع نشأت می‌گیرد: نیاز روزافزون مشتریان به خدمات سریع و دیجیتال، رقابت شدید فین‌تک‌ها و نئوبانک‌ها، شرایط نامطمئن اقتصادی و تلاش بانک‌ها برای حفظ مشتریان فعلی. برای عبور موفقیت‌آمیز از این مسیر پیچیده و پرچالش، کارشناسان راهکارهای زیر را پیشنهاد می‌کنند:
- پیاده‌سازی تدریجی و ماژولار: به جای تغییر یک‌باره کل سیستم، بانک‌ها می‌توانند بخش به بخش سیستم متمرکز خود را به‌روزرسانی کنند. این روش ریسک را

کاهش داده و امکان تست و اصلاح سریع‌تر را فراهم می‌کند.

- سرمایه‌گذاری روی آموزش نیروی انسانی: کارمندان و مدیران باید با تغییرات همراه شوند. آموزش مداوم و ایجاد فرهنگ پذیرش نوآوری، مقاومت سازمانی را کاهش می‌دهد و فرآیند پیاده‌سازی را آسان‌تر می‌کند.
- همکاری با فین‌تک‌ها و نئوبانک‌ها: بانک‌ها می‌توانند از تجربه و نوآوری شرکت‌های مالی دیجیتال استفاده کنند و با آن‌ها هم‌افزایی ایجاد کنند، این همکاری‌ها مسیر نوآوری و توسعه محصول را کوتاه‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌کند. همچنین بهره‌گیری از نوآوری‌های این حوزه در شرکت‌های استارت‌آپی، حمایت از تیم‌های نوپا، ایده‌یابی و پرورش ایده‌های خلاقانه، و برگزاری مسابقات و رویدادهای نوآورانه می‌تواند نقش مهمی در توسعه خدمات مالی نوین و افزایش چابکی بانک‌ها داشته باشد.
- توسعه چارچوب‌های قانونی و پشتیبانی رگولاتوری: بانک مرکزی و نهادهای نظارتی باید مسیر مشخص، امن و قابل اعتماد برای پیاده‌سازی سیستم‌های متمرکز و نوآوری دیجیتال تعریف کنند تا بانک‌ها با خیال راحت تغییرات را اجرا کنند.

بانکداری متمرکز قلب تپنده آینده بانک‌هاست. همان‌طور که بدون قلب سالم بدن نمی‌تواند به حیات ادامه دهد، بدون Core Banking هم بانک‌ها قادر به رقابت و رشد نخواهند بود. در ایران، برخی بانک‌ها قدم‌های مهمی برداشته‌اند. به‌ویژه نمونه‌هایی مثل سپینو، نشان می‌دهد که آینده بانکداری کشور به سمت دیجیتال و متمرکز شدن پیش می‌رود. آینده بانکداری ایران بدون شک به میزان سرعت و دقت ما در اجرای این «جراحی قلب باز» بستگی دارد، اگر این قلب متوقف شود، حتی بزرگ‌ترین بانک‌ها هم فلج خواهند شد.

تکامل امور مالی باز (Open Finance)

ترجمه و تدوین: علی پیکانی (پرداخت الکترونیک سپهر)

تصمیمات آگاهانه‌تری در مورد رفاه مالی خویش از طریق ابزارهای مدیریت مالی شخصی‌سازی شده و محصولات و خدمات نوآورانه جدید متناسب با نیازهایشان اتخاذ کنند.

Open Finance برای بانک‌ها هم با چالش‌ها و هم با فرصت‌هایی همراه است. از یک طرف رقابت را با درگیر کردن فین‌تک‌ها و سایر نهادهای غیربانکی برای ورود به این فضا تقویت می‌کند، و بانک‌ها را مجبور می‌کند قابلیت‌های دیجیتال و تجربه مشتری خود را افزایش دهند؛ همچنین از طرف دیگر راه‌های جدیدی را برای نوآوری و همکاری مشترک باز می‌کند، و بانک‌ها را قادر می‌سازد تا از داده‌ها و زیرساخت‌های خود استفاده کنند؛ نتیجه این امر جریان‌های درآمدی جدید و گسترش پایگاه داده مشتری خواهد بود.

Open Finance یک جریان پویا است که به طور مستمر در حال تکامل است و بر پایه‌های بانکداری باز بنا شده است که در ادامه مراحل مختلف پیشرفت و تکامل آن را مشاهده می‌نمایید:

Open Finance یک تحول مهم در نحوه‌ی توزیع خدمات مالی است. Open Finance بر اساس همکاری مشترک بین مؤسسات مالی و TPP ها (Third-Party Providers) و بر مبنای اشتراک‌گذاری استاندارد و ایمن داده‌ها استوار است. Open Finance به گسترش دامنه محصولات و خدماتی فراتر از محصولات پایه بانکی؛ از جمله گسترش سرمایه‌گذاری، بیمه، خدمات بازنشستگی و... منجر خواهد شد. با استفاده از رابط‌های برنامه نویسی کاربردی (APIها)، مشتریان می‌توانند به TPPها اجازه دسترسی و مدیریت داده‌های مالی را در بخش‌های مختلف بدهند. این امر به مشتریان قدرت می‌دهد تا کنترل داده‌های مالی خود را در دست بگیرند و با دریافت بینش‌های کل‌نگر درباره امور مالی خود؛

finance



• بانکداری باز

تمرکز اولیه بر این است که مشتریان بتوانند داده‌های تراکنش حساب خود را با TPP ها به اشتراک بگذارند، عمدتاً برای خدمات تجمیع حساب و شروع پرداخت مورد استفاده قرار می‌گیرد.

• دارایی (ثروت) باز (Open Wealth)

این مرحله اشتراک‌گذاری داده‌ها را گسترش می‌دهد که منجر به توسعه محصولات سرمایه‌گذاری و طرح‌های پس‌انداز خواهد شد؛ و مشتریان را قادر می‌سازد تا تصمیمات آگاهانه‌تری در مورد مدیریت ثروت خود بگیرند.

• امور مالی باز (Open Finance)

این مرحله دامنه بیشتری از محصولات را در بر می‌گیرد، از بیمه عمر و بازنشستگی گرفته تا وام مسکن و سایر محصولات مالی؛ و دید جامع‌تری از وضعیت مالی مشتری ایجاد می‌کند.

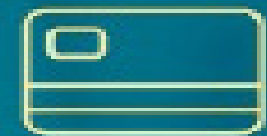
• اقتصاد باز (Open Economy)

این مرحله نمایانگر چشم‌انداز نهایی امور مالی باز است که در آن اشتراک‌گذاری داده‌ها به فراتر از خدمات مالی گسترش می‌یابد و بخش‌های دیگری مانند مراقبت‌های بهداشتی، خدمات آب و برق و ... را در بر می‌گیرد و منجر به یک اقتصاد واقعاً بهم پیوسته و مبتنی بر داده می‌شود.

• امور مالی باز (Open Finance)

بانکداری از طریق ارائه سرویس (BaaS)، و امور مالی تعبیه شده (Embedded Finance) مفاهیم به هم پیوسته‌ای هستند که مجموعاً نوآوری و تحول در صنعت خدمات مالی را هدایت می‌کنند. در اصل امور مالی باز، پایه و اساس به اشتراک‌گذاری داده‌ها را فراهم می‌کند، در حالی که BaaS امکان دسترسی به عملکردهای بانکی و اهرم‌های مالی تعبیه شده را برای ایجاد تجربه مشتری نوآورانه و یکپارچه فراهم می‌کند.

open



انقلاب فین تک؛

از سکه تا کیف پول دیجیتال

دنای مالی دیگر به صورت جدی درگیر شعبه‌های فیزیکی و کاغذبازی‌های طولانی نیست چراکه نیرویی قدرتمند به نام فین تک (FinTech) در حال دگرگون کردن آن است. از پرداخت‌های روزمره با یک لمس ساده روی صفحه موبایل تا دریافت وام در چند ساعت، فین تک مرزهای سنتی بانکداری را شکسته و آینده‌ای دیجیتال را برای پول ما رقم می‌زند.

پول همواره بخش جدانشدنی زندگی انسان بوده است؛ از سکه‌های فلزی و اسکناس‌های کاغذی گرفته تا کارت‌های اعتباری و در نهایت، کیف پول‌های دیجیتال، ماهیت پول دائماً در حال تغییر بوده است. اما اکنون، دنیای مالی با شتابی بی‌سابقه در حال دگرگونی است؛ نیرویی که این تحول را رهبری می‌کند، چیزی نیست جز فین تک (FinTech) یا همان فناوری مالی.

فین تک چیست؟ فراتر از یک اپلیکیشن بانکی

فین تک مخفف فناوری مالی (Financial Technology) است و به هر گونه نوآوری دیجیتالی گفته می‌شود که برای بهبود، خودکارسازی و نوآوری در خدمات و فرآیندهای مالی طراحی شده است.

اگر به اطراف خود نگاه کنیم، ردپای فین تک را به وضوح می‌بینیم: انتقال وجه با اپلیکیشن‌های موبایل، خرید آنلاین با کارت بانکی، سرمایه‌گذاری در بورس از طریق پلتفرم‌های دیجیتال، یا حتی پرداخت قبض آب و برق تنها با اسکن یک QR Code.

فین تک فرآیندهای سنتی بانکی را از حالت فیزیکی خارج کرده و آن‌ها را به دنیای دیجیتال آورده است. به جای مراجعه به یک شعبه فیزیکی برای انجام کارهای بانکی، حالا شما یک بانک کامل را در جیب خود حمل می‌کنید. به جای انتظار هفته‌ها برای تأیید یک وام، می‌توانید به صورت آنلاین درخواست داده و در عرض چند ساعت پاسخ بگیرید. فین تک انقلابی در صنعت مالی است که سرعت، کارایی و دسترسی را افزایش می‌دهد. ارزش این صنعت در سطح جهانی

بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که نشان‌دهنده اهمیت روزافزون آن است.

ارتباط بین فین تک و بانک‌های سنتی: رقابت یا همکاری؟

یکی از اساسی‌ترین پرسش‌ها در مسیر تحول دیجیتال صنعت مالی این است که آیا فین تک‌ها دشمن بانک‌های سنتی هستند یا شریک استراتژیک آن‌ها؟ در ابتدا، بسیاری از بانک‌های سنتی فین تک‌ها را تهدیدی جدی می‌دانستند. این نگرانی منطقی به نظر می‌رسید؛ زیرا فین تک‌ها با چابکی خود، خدمات سریع‌تر و ساده‌تری ارائه می‌کردند، شعبه فیزیکی نداشتند و هزینه‌های عملیاتی‌شان بسیار کمتر بود. همین مزایا باعث شد مشتریان جوان به سرعت جذب این پلتفرم‌های نوین مالی شوند. اما با گذشت زمان، این دیدگاه تغییر کرد. بانک‌ها دریافتند که آینده در همکاری و هم‌افزایی میان آن‌ها و فین تک‌ها است. این همکاری یک رابطه برد - برد ایجاد می‌کند که هر دو طرف به یکدیگر نیاز دارند. بانک‌های سنتی برای بقا و رشد در دنیای دیجیتال، به نوآوری سریع فین تک‌ها نیازمندند. همچنین فین تک‌ها با وجود نوآوری‌های خود، نمی‌توانند بدون زیرساخت‌های قدرتمند و اعتبار و اعتماد بانک‌ها به فعالیت‌شان ادامه دهند.

نمونه‌هایی از همکاری در ایران

در ایران نیز این روند آغاز شده است. بانک‌ها به خوبی درک کرده‌اند که بدون همکاری با فین تک‌ها یا سرمایه‌گذاری در ایجاد نئوبانک‌ها، نمی‌توانند نیازهای مشتریان جدید را پاسخ دهند. بانک صادرات ایران و هلدینگ فناوری و نوآوری صاد با راه‌اندازی سپینو نمونه‌ای روشن از این تغییر مسیر را از خود نشان داده است. این پلتفرم از یک سو پستوانه یک بانک سنتی و معتبر با میلیون‌ها مشتری را دارد و از سوی دیگر، با بهره‌گیری از زیرساخت دیجیتال و تجربه کاربری ساده، خود را در قامت یک نئوبانک معرفی کرده است.

این مدل نشان می‌دهد که بانک‌های بزرگ می‌توانند به جای مقاومت در برابر فین تک، از ظرفیت‌های آن برای نوآوری و حفظ جایگاه در بازار آینده استفاده کنند. ارتباط بانک‌های سنتی و فین تک‌ها، ترکیبی از رقابت و همکاری است. آن‌ها در برخی حوزه‌ها ممکن است رقیب باشند (مثل کیف پول‌ها یا وام‌های کوچک)، اما در کل آینده به سمت شراکت برد - برد پیش می‌رود. بانک‌هایی که این تغییر را بپذیرند و با فین تک‌ها همراه شوند، می‌توانند همچنان بخش بزرگی از بازار مالی را در اختیار داشته باشند؛ درست همان‌طور که بانک صادرات با سپینو نشان داد، سنت و نوآوری می‌توانند در کنار هم یک اکوسیستم مالی قدرتمند بسازند.



تاریخچه تکامل فین تک در جهان و ایران

انقلاب فین تک یک شبه اتفاق نیفتاده است. تکاملش سفری چند دهه‌ای است که با نوآوری‌های کلیدی آغاز شد: دهه ۱۹۶۰: اختراع دستگاه‌های خودپرداز (ATM) اولین گام در دسترسی ۷/۲۴ به پول نقد بود.

دهه ۱۹۷۰: گسترش کارت‌های اعتباری و پرداخت‌های الکترونیکی که به تدریج جایگزین پول نقد شدند.

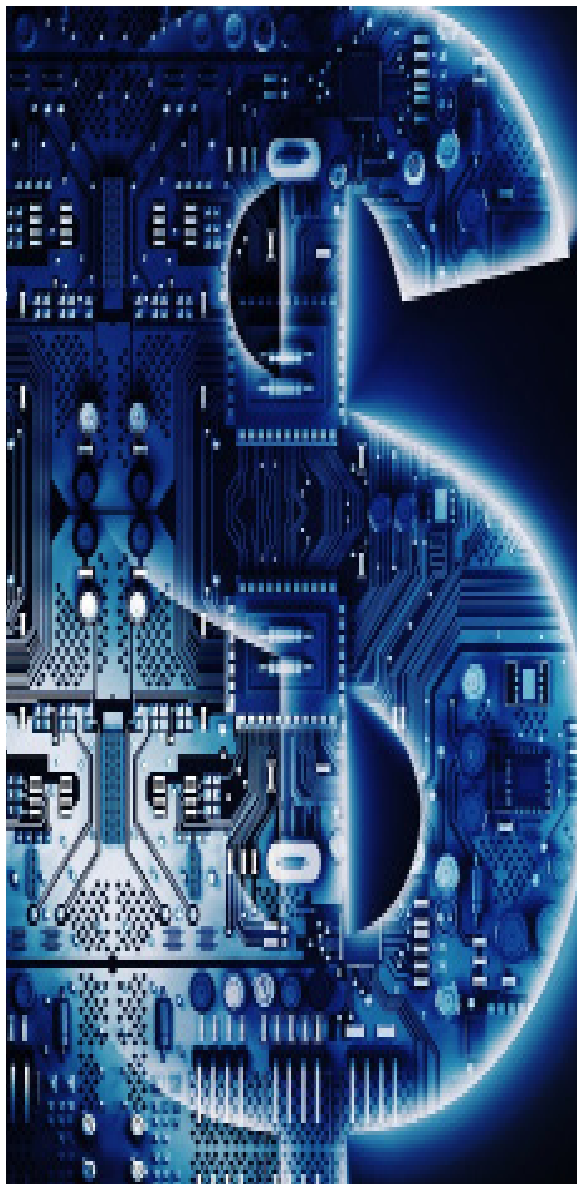
دهه ۱۹۹۰: ظهور اینترنت، بانکداری آنلاین و پرداخت‌های اینترنتی امکان‌پذیر شد.

دهه ۲۰۰۰ به بعد: ظهور گوشی‌های هوشمند، نقطه عطف بزرگی در تاریخ فین تک بود. با این ابزارها، امور مالی به معنای واقعی کلمه در دسترس همگان قرار گرفت.

در ایران نیز، مسیر مشابهی طی شد و بانکداری سنتی به سمت دیجیتالی شدن حرکت کرد:

دهه ۱۳۸۰: ایجاد شبکه شتاب و گسترش استفاده از کارت‌های بانکی و دستگاه‌های POS، اولین گام مهم در الکترونیکی کردن پرداخت‌ها بود.

دهه ۱۳۹۰: با ظهور گوشی‌های هوشمند و اینترنت پرسرعت، شاهد راه‌اندازی و رشد چشمگیر سامانه‌های پرداخت موبایلی و اپلیکیشن‌هایی چون آپ و سکه بودیم.



خرید دیجی پی یا اسنپ پی امکان دریافت وام‌های خرد یا خرید اقساطی بدون نیاز به مراجعه حضوری به بانک را فراهم کرده‌اند.

۴. رمزارزها و بلاکچین:

هرچند در ایران مقررات سختگیرانه‌ای برای رمزارزها وجود دارد، اما صرافی‌های دیجیتال داخلی مانند نوبیتکس و والکس توانسته‌اند بازار بزرگی ایجاد کنند و بستر خرید و فروش ارزهای دیجیتال را فراهم آورند.

۵. اینشورتک (Insurtech):

اینشورتک به استفاده از فناوری برای بهبود کارایی خدمات بیمه می‌پردازد. شرکت‌های آنلاین بیمه مانند بیمه دات کام و ازکی با استفاده از هوش مصنوعی و داده‌های کلان، خدمات بیمه را ساده‌تر، سریع‌تر و شخصی‌سازی‌شده‌تر کرده‌اند.

نقش هوش مصنوعی و داده‌های بزرگ در فین تک

یکی از اصلی‌ترین موتورهای محرک فین تک، استفاده از داده‌های بزرگ (Big Data) و هوش مصنوعی (AI) است. این فناوری‌ها به فین تک‌ها و بانک‌ها اجازه می‌دهند تا به شیوه‌ای هوشمندانه‌تر عمل کنند:

● اعتبارسنجی دقیق‌تر:

هوش مصنوعی می‌تواند با تحلیل داده‌های غیرسنتی (مانند تاریخچه پرداخت قبض یا سابقه خرید آنلاین) اعتبارسنجی دقیق‌تری انجام دهد و وام‌دهی را برای افراد بیشتری، از جمله کسانی که سابقه بانکی سنتی ندارند، امکان‌پذیر کند

امروز: این روند تکاملی به ظهور نسل جدیدی از خدمات مالی منجر شده است. بانک‌های سنتی مانند **بانک صادرات ایران** با ارائه خدمات نوآورانه و پلتفرم‌هایی شبیه به نئوبانک سپینو، گام‌های مهمی در جهت پاسخگویی به نیازهای مشتریان دیجیتال برداشته‌اند.

حوزه‌های کلیدی فین تک در ایران

فین تک تمامی بخش‌های مالی را تحت تأثیر قرار داده و آن‌ها را هوشمندتر، سریع‌تر و فراگیرتر می‌کند. بیایید نگاهی عمیق‌تر به حوزه‌های اصلی که فین تک در آن‌ها زندگی ما را تغییر می‌دهد، بیندازیم:

۱. پرداخت‌های دیجیتال:

پرداخت‌های آنلاین و کیف پول‌های موبایلی مهم‌ترین نمود فین تک هستند. در ایران، کارت به کارت از طریق اپلیکیشن‌های موبایلی جایگزین مراجعه حضوری شده است.

۲. بانکداری دیجیتال و نئوبانک‌ها:

نئوبانک‌ها (Neobanks) بانک‌های کاملاً آنلاین هستند که شعبه فیزیکی ندارند و تمامی خدمات خود را از طریق اپلیکیشن ارائه می‌دهند. این بانک‌ها با روش بانکداری دیجیتال تجربه‌ای ساده و کم‌هزینه را به مشتریان خود ارائه می‌دهند.

۳. وام‌دهی دیجیتال و تأمین مالی جمعی:

پلتفرم‌های وام‌دهی دیجیتال به افراد اجازه می‌دهند بدون نیاز به فرآیندهای پیچیده بانک‌های سنتی، مستقیماً پول قرض بگیرند. در ایران، پلتفرم‌هایی مانند لندو و اعتبار

شکاف دیجیتال:

افرادی که به اینترنت پرسرعت یا گوشی‌های هوشمند دسترسی ندارند، از این تحولات عقب می‌مانند.

آینده فین تک در ایران: نگاهی به فردا

کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند تا سال ۱۴۱۰ (۲۰۳۱ میلادی)، بخش قابل توجهی از خدمات مالی در ایران نیز کاملاً دیجیتال خواهد شد. در آینده‌ای نزدیک، شاهد خدمات نوآورانه خواهیم بود؛ از پرداخت‌هایی که تنها با استفاده از احراز هویت بیومتریک (مانند اثر انگشت یا چهره) انجام می‌شوند، تا هوش مصنوعی که دخل و خرج شما را مدیریت می‌کند و تراکنش‌های فرامرزی در چند ثانیه. فین تک به دنبال ایجاد جهانی است که در آن امور مالی برای همه قابل دسترس، سریع و عادلانه باشد. بانک‌های سنتی، برای بقا، باید به سرعت با استارت‌آپ‌های فین تکی همکاری کرده و خدمات خود را ارتقاء دهند؛ رویکردی که برخی از بانک‌های پیشرو ایران با تمرکز بر پلتفرم‌های دیجیتال خود آغاز کرده‌اند.

ایران نیز با داشتن جمعیت جوان، ضریب نفوذ بالای اینترنت و رشد استارت‌آپ‌ها، پتانسیل آن را دارد که فین تک را به موتور محرک توسعه اقتصادی خود تبدیل کند. چه در پرداخت‌های روزمره و چه در سرمایه‌گذاری‌های کلان، فناوری مالی آینده، اقتصاد ایران را شکل خواهد داد. آیا فین تک بانک‌های سنتی را به طور کامل جایگزین خواهد کرد یا آن‌ها راه‌هایی برای همکاری پیدا خواهند کرد؟ نظرات خود را با ما در میان بگذارید.



● شخصی‌سازی خدمات:

هوش مصنوعی به فین تک‌ها کمک می‌کند تا محصولات مالی را بر اساس رفتار و نیازهای هر مشتری به صورت شخصی‌سازی شده ارائه دهند؛ برای مثال، پیشنهاد طرح‌های پس‌انداز یا سرمایه‌گذاری متناسب با الگوی مصرف هر فرد.

● کشف کلاهبرداری:

الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند الگوهای مشکوک در تراکنش‌ها را شناسایی کرده و به سرعت از کلاهبرداری‌های مالی جلوگیری کنند.

مزایا و چالش‌های فین تک در ایران

فین تک فقط درباره راحتی نیست، بلکه درباره‌ی شمول و توانمندسازی است. در ایران، ضریب نفوذ بالای تلفن همراه و اینترنت فرصتی بی‌نظیر برای توسعه فین تک فراهم کرده است. با این حال، هیچ انقلابی بدون چالش نیست. فین تک در ایران نیز با مسائل جدی مواجه است:

رگولاتوری و قوانین سختگیرانه:

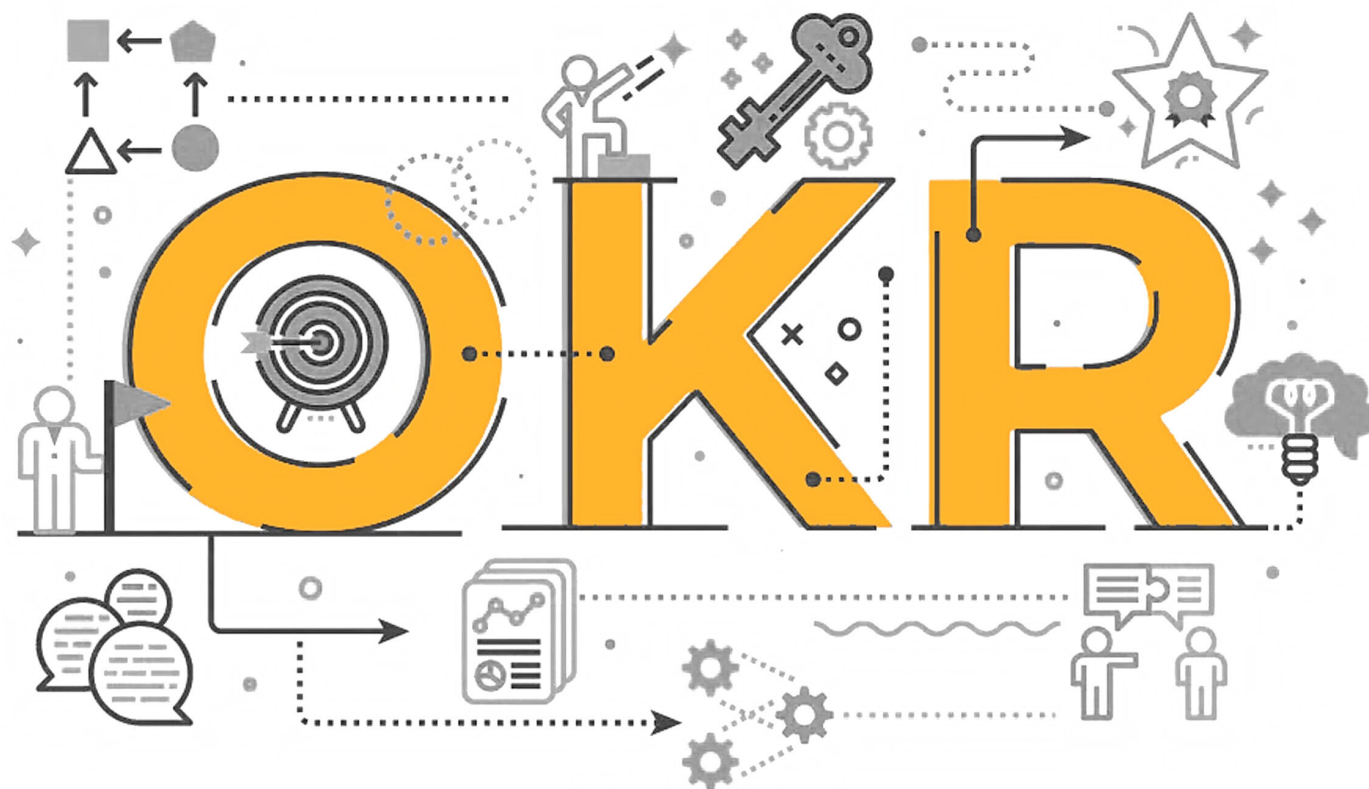
قوانین و مقررات سخت‌گیرانه، به‌ویژه در حوزه رمزارز و پرداخت، می‌تواند سرعت نوآوری را کند کند.

خطرات امنیت سایبری:

با افزایش تراکنش‌های دیجیتال، خطرات هک و کلاهبرداری‌های آنلاین نیز افزایش می‌یابد. حفظ امنیت داده‌های کاربران یک چالش حیاتی است.

مسائل اعتماد:

برخی از کاربران هنوز به نگهداری پول خود در یک برنامه موبایلی یا انجام تراکنش‌های بزرگ به صورت دیجیتال اطمینان کامل ندارند.



OKR، سیستمی برای تعیین و دستیابی به اهداف بزرگ

مدیران و تیم‌ها اجازه می‌دهد تا اهداف بزرگ و بلندپروازانه‌ای را تعریف کرده و با استفاده از نتایج قابل اندازه‌گیری، پیشرفت خود را بسنجند.

فقط یک ابزار برنامه‌ریزی نیست، بلکه یک فرهنگ سازمانی است که شفافیت، مسئولیت‌پذیری و تمرکز را تقویت می‌کند. این سیستم به جای اینکه صرفاً به کارهای روزمره بپردازد، همه افراد را به سمت اهداف بزرگ‌تر و مهم‌تر سوق می‌دهد. در این مقاله، به صورت جامع به معرفی OKR، اجزای اصلی آن، مزایا، چالش‌ها و نحوه پیاده‌سازی آن خواهیم پرداخت اجزای اصلی OKR: اهداف و نتایج کلیدی

سیستم را به مخاطبان محترم نشریه نت صاد معرفی کرده و چالش‌ها و راهکارهای پیاده‌سازی صحیح آن در هر سازمانی را مرور کنیم.

در دنیای کسب‌وکار امروز که سرعت تغییرات بسیار بالاست، سازمان‌ها برای موفقیت نیاز به یک سیستم قوی و انعطاف‌پذیر برای تعیین، پیگیری و دستیابی به اهداف‌شان دارند.

سیستم اهداف و نتایج کلیدی یا OKR (Objectives and Key Results) یکی از همین سیستم‌های قدرتمند است که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا تمرکز، هماهنگی و رشد چشم‌گیر داشته باشند. این چارچوب مدیریتی که ریشه در شرکت‌های بزرگی مثل اینتل دارد و توسط گوگل به اوج شهرت رسید، به

OKR، سیستمی برای تعیین و دستیابی به اهداف بزرگ هلدینگ فن‌آوری و نوآوری صاد در تداوم طرح‌ها و اقدامات مهم خود در مسیر ایجاد تحول دیجیتال و ارتقای بهره‌وری و کارایی، مدتی است که اقدام به پیاده‌سازی سیستم اهداف و نتایج کلیدی یا به اصطلاح (OKR) Objectives and Key Results کرده است. این اقدام مهم با برگزاری یک کارگاه آموزشی جامع در تاریخ ۱۵ اردیبهشت ماه ۱۴۰۴ کلید خورد و هم‌اکنون معاونت‌ها و مدیریت‌های مختلف هلدینگ صاد، خود را با این سیستم هماهنگ کرده و به صورت هفتگی گزارشات خود را در زمینه پیشرفت‌ها و درصد تحقق اهداف کلیدی ارایه می‌کنند. به همین بهانه در این مقاله تلاش کردیم به زبانی ساده، این

OKR از دو بخش اصلی تشکیل شده است:

* اهداف (Objectives)

* نتایج کلیدی (Key Results)

این دو بخش، با هم یک جفت جدایی ناپذیر را تشکیل می دهند که مسیر رسیدن به موفقیت را مشخص می کنند.

۱- اهداف:

هدف (Objective)، یک جمله کیفی، بلندپروازانه و الهام بخش است که به وضوح مشخص می کند ما به دنبال چه چیزی هستیم. یک هدف خوب باید پاسخگوی این سوال باشد: "ما به کجا می خواهیم برویم؟"

ویژگی های یک هدف خوب:

* بلندپروازانه و الهام بخش: باید تیم را به چالش بکشد و آن ها را به سمت تلاش بیشتر ترغیب کند.

* کیفی: باید ماهیت کیفی داشته و نباید شامل اعداد و ارقام باشد. (مثلاً: تجربه کاربری خدمات بانکداری دیجیتال را بهبود بخشیم).

* واضح و قابل فهم: باید برای همه اعضای تیم و سازمان به راحتی قابل درک باشد.

* زمان بندی شده: معمولاً در یک دوره زمانی مشخص (فصلی یا سالانه) تعریف می شود.

مثال هایی از اهداف:

* ما به رهبر بازار در حوزه فین تک بانکداری دیجیتال تبدیل شویم.

* تجربه کاربری نرم افزار «چکنو» را به سطحی عالی برسانیم.

* رضایت مشتریان بانک صادرات از خدمات دیجیتال را به شدت افزایش دهیم.

* فرهنگ سازمانی قوی و متمرکز بر نوآوری در هلدینگ صاد

ایجاد کنیم.

۲- نتایج کلیدی

نتیجه کلیدی (Key Result)، یک معیار کمی و قابل اندازه گیری است که پیشرفت ما را در جهت دستیابی به هدف نشان می دهد. نتایج کلیدی به این سوال پاسخ می دهند: "چگونه می دانیم که به هدفمان رسیده ایم؟"

ویژگی های یک نتیجه کلیدی خوب:

* کمی و قابل اندازه گیری: باید شامل اعداد و ارقام مشخص باشد تا پیشرفت به راحتی قابل ردیابی باشد. (مثلاً: افزایش ۱۰۰ درصدی نرخ تبدیل در فرآیند تسهیلات آنلاین).

* مشخص و دقیق: باید به صورت کاملاً واضح تعریف شود.

* بلندپروازانه: باید چالش برانگیز باشد اما غیرممکن نباشد.

* نتیجه محور، نه فعالیت محور: باید نتیجه نهایی را بسنجد، نه صرفاً انجام یک کار را. (مثلاً: «افزایش تعداد تراکنش های آنلاین به ۲۰۰ هزار تراکنش در ماه» یک نتیجه کلیدی خوب است، اما «راه اندازی کمپین تبلیغاتی برای اپلیکیشن «سپینو»» یک نتیجه کلیدی ضعیف است).

مثال هایی از نتایج کلیدی (برای هدف: تجربه کاربری نرم افزار «سپینو» را به سطحی عالی برسانیم):

* نتیجه کلیدی ۱: میانگین زمان بارگذاری صفحه در نرم افزار «سپینو» را از ۳ ثانیه به ۱.۵ ثانیه کاهش دهیم.

* نتیجه کلیدی ۲: نرخ ترک فرآیند افتتاح حساب دیجیتال را از ۶۰٪ به ۴۰٪ برسانیم.

* نتیجه کلیدی ۳: تعداد شکایات کاربران از پشتیبانی در خصوص خدمات آنلاین را ۲۰٪ کاهش دهیم.

نکته مهم این است که برای هر هدف، باید ۲ تا ۵ نتیجه کلیدی تعریف شود تا بتوان به طور جامع پیشرفت را سنجید.

OKR در برابر سایر سیستم های مدیریتی

برای درک بهتر سیستم OKR، بد نیست آن را با سیستم های سنتی مدیریتی مثل «مدیریت بر مبنای اهداف» (MBO) مقایسه کنیم.

MBO (مدیریت بر مبنای اهداف)

* ماهیت: بر اساس تعیین اهداف فردی و سپس بررسی عملکرد کارکنان در دستیابی به آن ها تمرکز دارد.

* جهت گیری: معمولاً از بالا به پایین (Top-Down) است، یعنی مدیران اهداف را تعیین می کنند و به زیردستان محول می کنند.

* شفافیت: کمتر است و اهداف فردی اغلب محرمانه هستند.

* ارتباط با پاداش: به شدت به پاداش ها و حقوق کارکنان وابسته است. این وابستگی گاهی باعث می شود کارکنان اهداف آسان تری را انتخاب کنند تا مطمئن شوند به پاداش می رسند.

OKR (اهداف و نتایج کلیدی)

* ماهیت: بر تمرکز بر نتایج قابل اندازه گیری و بهبود مداوم تاکید دارد.

* جهت گیری: ترکیبی از بالا به پایین و پایین به بالا (Bottom-Up) است. اهداف اصلی از سوی رهبران تعیین می شود، اما تیم ها و افراد خودشان نتایج کلیدی را پیشنهاد می دهند که باعث افزایش تعهد آن ها می شود.

* شفافیت: یکی از اصول کلیدی آن است. OKR های سازمان، تیم ها و افراد برای همه قابل مشاهده است. این شفافیت باعث هماهنگی و همسویی بیشتر می شود.

* ارتباط با پاداش: به طور مستقیم به پاداش ها و ارزیابی عملکرد وابسته نیست. این استقلال به کارکنان اجازه می دهد که اهداف بلندپروازانه و چالش برانگیزی را بدون ترس از دست دادن پاداش انتخاب کنند.

در واقع، OKR یک رویکرد چابک تر و انعطاف پذیرتر از MBO است که به سازمان ها کمک می کند تا با سرعت بیشتری با

تغییرات بازار هماهنگ شوند.

مزایای پیاده‌سازی OKR

استفاده از سیستم OKR مزایای زیادی برای سازمان‌ها در هر اندازه‌ای دارد:

* افزایش تمرکز: با داشتن اهداف محدود و مشخص، تیم‌ها و افراد دقیقاً می‌دانند که چه چیزی مهم است و باید روی آن تمرکز کنند. این کار از پراکندگی و هدر رفتن انرژی جلوگیری می‌کند.

* افزایش هماهنگی و همسویی: OKRهای شفاف و عمومی باعث می‌شوند که هر تیم و فردی درک کند که چگونه کارش به اهداف بزرگ‌تر سازمان کمک می‌کند. این همسویی، همکاری بین بخش‌ها را بهبود می‌بخشد.

* افزایش مسئولیت‌پذیری: چون هر فرد و تیمی نتایج کلیدی خود را مشخص می‌کند، احساس مالکیت و مسئولیت‌پذیری بیشتری نسبت به نتایج نهایی پیدا می‌کند.

* افزایش شفافیت: انتشار عمومی OKRها در سازمان باعث می‌شود همه از اهداف و پیشرفت دیگران باخبر باشند. این شفافیت اعتماد را بالا برده و به حل مشکلات احتمالی کمک می‌کند.

* بهبود عملکرد: OKRها بر نتایج قابل اندازه‌گیری تمرکز دارند و به جای اینکه صرفاً به کار کردن بپردازند، بر رسیدن به نتیجه نهایی تأکید می‌کنند. این رویکرد به مرور زمان عملکرد کلی سازمان را بهبود می‌بخشد.

* افزایش انگیزه و چابکی: تعریف اهداف بلندپروازانه، تیم‌ها را به چالش می‌کشد و انگیزه آن‌ها را برای خلاقیت و نوآوری افزایش می‌دهد. همچنین چرخه‌های کوتاه‌مدت OKR (معمولاً فصلی) به سازمان اجازه می‌دهد تا به سرعت با شرایط متغیر بازار سازگار شود.

چالش‌ها و نکات مهم در پیاده‌سازی OKR

با وجود تمام مزایا، پیاده‌سازی موفق OKR چالش‌هایی نیز به همراه دارد.

* انتخاب اهداف و نتایج کلیدی نامناسب: اگر اهداف بیش از حد کلی یا نتایج کلیدی غیرقابل اندازه‌گیری باشند، کل سیستم بی‌اثر خواهد بود.

* عدم حمایت مدیریت ارشد: اگر رهبران سازمان به OKR اعتقاد نداشته باشند و آن را جدی نگیرند، کارکنان نیز انگیزه لازم برای پیاده‌سازی آن را نخواهند داشت.

* تبدیل OKR به سیستم ارزیابی عملکرد: یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات این است که OKR به ابزاری برای ارزیابی عملکرد و تعیین حقوق تبدیل شود. این کار باعث می‌شود کارکنان اهداف آسان‌تری را انتخاب کنند و از بلندپروازی دوری کنند. OKR باید ابزاری برای رشد باشد، نه تنبیه.

* نظارت ضعیف و عدم پیگیری: OKR یک فرآیند مداوم است و نه یک کار یک‌بار مصرف. باید جلسات منظم هفتگی یا دوهفتگی برای بررسی پیشرفت برگزار شود.

* تمرکز بر فعالیت‌ها به جای نتایج: تیم‌ها ممکن است به جای تعریف نتایج کلیدی، صرفاً کارهای روزمره خود را فهرست کنند. این رویکرد با روح OKR در تضاد است.

نحوه پیاده‌سازی OKR در یک سازمان

پیاده‌سازی OKR باید به صورت یک فرآیند گام به گام و با دقت انجام شود:

۱. آموزش و آشنایی:

* مدیریت ارشد باید به طور کامل با فلسفه و اصول OKR آشنا شده و از آن حمایت کند.

* یک یا چند نفر مسئول پیاده‌سازی و آموزش OKR در

سازمان شوند.

* تمامی کارکنان با مفهوم OKR، اهمیت آن و نحوه کار با آن آشنا شوند.

۲. تعریف OKRهای سازمان:

* ابتدا رهبران سازمان باید ۳ تا ۵ هدف بلندپروازانه و الهام‌بخش برای کل سازمان در یک دوره زمانی مشخص (معمولاً یک سال) تعیین کنند. مثلاً: افزایش سهم بازار در حوزه خدمات بانکداری دیجیتال.

* برای هر هدف، نتایج کلیدی مرتبط و قابل اندازه‌گیری مشخص شود. مثلاً: افزایش ۱۰۰ درصدی تعداد کاربران فعال ماهانه اپلیکیشن «سپینو» و کاهش زمان پاسخگویی به درخواست‌های مشتریان در سیستم ارتباط با مشتریان سپهر.

۳. تعریف OKRهای تیم و فردی:

* پس از تعریف OKRهای سازمانی، هر تیم باید OKRهای خود را برای یک دوره کوتاه‌تر (مثلاً یک فصل) تعریف کند.

* نکته کلیدی: OKRهای هر تیم باید با OKRهای سازمانی همسو باشد و مستقیماً به دستیابی به آن‌ها کمک کند. مثلاً: تیم توسعه «سپینو» (نئوبانک صادرات) می‌تواند هدف ارتقاء کیفیت خدمات و تجربه کاربری «سپینو» را داشته باشد.

* روش تلفیقی: اهداف تیم از بالا تعیین می‌شود اما نتایج کلیدی با همکاری و پیشنهاد اعضای تیم از پایین تعریف می‌گردد. مثلاً تیم توسعه «سپینو» می‌تواند نتیجه کلیدی کاهش نرخ ترک فرآیند ثبت‌نام در «سپینو» از ۲۵٪ به ۱۰٪ را تعیین کند.

* هر فرد در تیم می‌تواند OKRهای شخصی خود را داشته باشد که در راستای OKRهای تیم است. (این بخش اختیاری است اما بسیار به افزایش مسئولیت‌پذیری کمک می‌کند).

۴. رصد و پیگیری منظم:

* OKR یک فرآیند زنده است و باید به طور مداوم پیگیری شود.



* جلسات هفتگی: تیم‌ها باید جلسات کوتاه هفتگی (Weekly Check-in) داشته باشند تا وضعیت OKRها را بررسی کرده، مشکلات را مطرح کنند و در صورت نیاز اهداف را به‌روزرسانی نمایند

* نمره دهی: در پایان هر دوره، به هر نتیجه کلیدی یک نمره بین ۰ تا ۱۰ داده می‌شود. این نمره نشان می‌دهد که چقدر به نتیجه مورد نظر نزدیک شده‌ایم. نمره ۰.۷ به معنای موفقیت است، زیرا نشان می‌دهد هدف به اندازه کافی بلندپروازانه بوده است.

۵. ارزیابی و بازنگری:

* در پایان هر دوره (مثلاً هر فصل)، جلسه‌ای برای ارزیابی OKRهای گذشته برگزار می‌شود.

* در این جلسه، تیم‌ها نتایج را بررسی کرده، از موفقیت‌ها و شکست‌ها درس می‌گیرند و برای دوره بعدی برنامه‌ریزی می‌کنند. این بازنگری مستمر، بخشی جدایی‌ناپذیر از فرهنگ OKR است.

سیستم OKR بیش از یک ابزار ساده، یک چارچوب فکری است که به سازمان‌ها کمک می‌کند تا به شکلی هوشمندانه و با انگیزه، به اهداف بزرگ خود دست پیدا کنند. با تمرکز بر شفافیت، مسئولیت‌پذیری و نتایج قابل اندازه‌گیری، OKR نه تنها به بهبود عملکرد سازمان کمک می‌کند، بلکه یک فرهنگ سازمانی پویا و رشد محور را نیز پرورش می‌دهد.

پایاده‌سازی موفق OKR نیازمند صبر، تعهد و تغییر نگرش در همه سطوح سازمان است. اگر به درستی اجرا شود، می‌تواند به کاتالیزوری برای نوآوری و موفقیت‌های بزرگ تبدیل شود.

نقش و ارتباط OKR با مأموریت، چشم‌انداز و امور روزانه
علاوه بر اهداف و نتایج کلیدی (OKR) که به رشد و اهداف

دیجیتال برای خلق ارزش پایدار برای مشتریان.)
* چشم‌انداز (Vision): این یک تصویر بلندمدت و الهام‌بخش از آینده است که سازمان می‌خواهد به آن دست یابد. (مثال: تبدیل شدن به رهبر بلامنازع فین‌تک در ایران و الگوی بانکداری دیجیتال در منطقه.)

* OKR (Objectives & Key Results): این‌ها اهداف بلندپروازانه و کوتاه‌مدتی (معمولاً فصلی) هستند که سازمان را به سمت Vision و Mission حرکت می‌دهند. OKRها به

بلندپروازانه می‌پردازند، سازمان‌ها دارای فعالیت‌های روزمره و جاری نیز هستند که نقشی حیاتی در بقای کسب‌وکار دارند. این فعالیت‌ها اصطلاحات و جایگاه مخصوص به خود را دارند که در ادامه به تفصیل به آن‌ها می‌پردازیم.

* مأموریت (Mission): این جمله، دلیل وجودی سازمان و هدف نهایی آن را بیان می‌کند. مأموریت به این سوال پاسخ می‌دهد: چرا ما وجود داریم؟ (مثال برای شرکت یا هلدینگ فناوری: ارائه خدمات مالی نوآورانه و تحول در بانکداری

این سوال پاسخ می‌دهند: در این فصل، چطور می‌خواهیم یک گام بزرگ به سمت Vision خود برداریم؟

* امور جاری (Business as Usual یا BAU): این‌ها فعالیت‌های روزمره و حیاتی هستند که برای حفظ عملکرد عادی و پایدار سازمان انجام می‌شوند. این امور به این سوال پاسخ می‌دهند: ما هر روز چه کارهایی برای زنده نگه داشتن کسبوکار انجام می‌دهیم؟

امور جاری BAU در مقابل OKR

اصطلاح BAU (Business as Usual) یا همان امور جاری، به تمامی فعالیت‌های روتین و روزمره‌ای اطلاق می‌شود که برای نگهداری از وضعیت فعلی و اطمینان از عملکرد صحیح سیستم‌ها انجام می‌گیرند. این امور ستون فقرات سازمان هستند و بدون آن‌ها، هیچ پیشرفتی ممکن نیست.

تفاوت کلیدی بین OKR و BAU:

* هدف: هدف OKR، رشد و تحول است. این سیستم به دنبال رسیدن به اهداف بلندپروازانه‌ای است که سازمان را از وضعیت فعلی به یک وضعیت جدید و بهتر منتقل می‌کند. هدف BAU، نگهداری و پایداری است. این امور به دنبال حفظ وضعیت موجود و جلوگیری از پس‌رفت هستند.

* ماهیت: OKR ماهیتی بلندپروازانه و غیرعادی دارد. نتایج کلیدی آن باید قابل اندازه‌گیری و چالش‌برانگیز باشند. BAU ماهیتی روتین، پیش‌بینی‌پذیر و عملیاتی دارد.

* مدت زمان: OKRها معمولاً در دوره‌های کوتاه‌مدت (فصلی) تعریف می‌شوند. BAU فعالیت‌های دائمی و مستمر است که هر روز، هفته و ماه انجام می‌شود.

مثال‌هایی از امور جاری (BAU) در خانواده بزرگ هلدینگ صاد:

* تیم پشتیبانی: پاسخگویی روزانه به تماس‌ها و تیکت‌های

پشتیبانی مشتریان بانک صادرات.

* تیم فنی: رفع باگ‌های فوری و نگهداری از سرور اپلیکیشن‌های مختلف

* تیم مالی: پرداخت حقوق کارکنان و تسویه حساب‌های روزانه با بانک.

* تیم منابع انسانی: انجام فرآیند استخدام‌های روتین و برگزاری جلسات هفتگی تیم‌ها.

ارتباط و هماهنگی امور جاری (BAU) با OKR

اگرچه BAU به صورت مستقیم در سیستم OKR قرار نمی‌گیرد، اما این دو کاملاً از یکدیگر جدا نیستند و ارتباط نزدیکی با هم دارند:

۱. BAU پایه‌ای برای OKR است:

انجام صحیح و کارآمد امور جاری، زیرساخت لازم برای پیگیری اهداف OKR را فراهم می‌کند. اگر تیم فنی دائماً درگیر رفع باگ‌های حیاتی باشد، فرصت و زمان کافی برای کار روی اهداف بلندپروازانه‌ای مانند افزایش سرعت اپلیکیشن (که یک OKR است) نخواهد داشت. به عبارت دیگر، شما ابتدا باید مطمئن شوید که کشتی شما سوراخ نیست، سپس به فکر سرعت گرفتن باشید.

۲. OKR می‌تواند به بهبود BAU منجر شود:

گاهی اوقات، یک OKR برای بهبود یک فرآیند BAU تعریف می‌شود. به عنوان مثال، اگر تیم پشتیبانی حجم زیادی از تیکت‌ها را دریافت می‌کند، یک OKR می‌تواند این باشد:

* هدف: تجربه کاربری را به گونه‌ای بهبود بخشیم که نیاز به پشتیبانی کاهش یابد.

* نتیجه کلیدی: تعداد تیکت‌های پشتیبانی را ۲۰٪ کاهش دهیم.

دستیابی به این OKR، باعث می‌شود امور جاری (BAU) در آینده با کارایی بیشتری انجام شوند.

۳. اولویت‌بندی صحیح:

مدیران باید هوشمندانه عمل کنند و تعادل بین OKR و BAU را برقرار نمایند. اگر تمامی زمان و انرژی تیم صرف امور روزمره و BAU شود، هیچ رشدی اتفاق نمی‌افتد. از سوی دیگر، اگر تیم‌ها صرفاً بر روی اهداف بلندپروازانه تمرکز کنند و امور جاری را نادیده بگیرند، سازمان دچار هرج و مرج و بی‌نظمی خواهد شد. مدیر باید بتواند درصد مشخصی از زمان تیم را به فعالیت‌های OKR اختصاص دهد (معمولاً بین ۲۰ تا ۴۰ درصد).

در نهایت، امور جاری (BAU) و اهداف و نتایج کلیدی (OKR) دو روی یک سکه هستند. BAU ستون فقرات سازمان است و OKR موتور رشد آن. برای موفقیت، یک سازمان باید بتواند به طور همزمان هر دوی این جنبه‌ها را به شکلی کارآمد مدیریت کند.

چرا مدیران واحدها OKR را جدی نمی‌گیرند؟

با وجود حمایت کامل مدیرعامل از سیستم اهداف و نتایج کلیدی (OKR)، اغلب مشاهده می‌شود که مدیران میانی و واحدهای مختلف سازمان، این سیستم را به طور کامل جدی نمی‌گیرند و اجرای آن با شکست یا حداقل عدم موفقیت کامل روبرو می‌شود. این پدیده دلایل عمیق و ریشه‌ای دارد که صرفاً به عدم تمایل یا مقاومت در برابر تغییر محدود نمی‌شود. درک این دلایل، اولین قدم برای حل این مشکل است.

۱. درک ناقص و آموزش ناکافی:

بزرگ‌ترین چالش، عدم درک صحیح از فلسفه OKR است. بسیاری از مدیران، OKR را با سیستم‌های سنتی مدیریت عملکرد (مانند MBO) یا صرفاً فهرستی از وظایف روزمره اشتباه می‌گیرند. آن‌ها نمی‌دانند که OKR یک ابزار فرهنگی



برای تعیین اهداف بلندپروازانه و همسویی است، نه یک چکلیست برای کارهای روتین. در نتیجه، اهداف و نتایج کلیدی‌شان فاقد روح بلندپروازی و قابل اندازه‌گیری بودن است. آموزش‌های اولیه معمولاً کلی هستند و به نیازهای عملی و واقعی مدیران پاسخ نمی‌دهند.

۲. عدم شفافیت و ارتباط با استراتژی کلان:

اگرچه OKR باید شفاف باشد، اما اغلب مدیران میانی ارتباط مستقیم OKRهای تیم خود را با استراتژی‌های کلان سازمان درک نمی‌کنند. آن‌ها اهداف سازمان را می‌شنوند اما نمی‌دانند چطور باید نتایج کلیدی تیمشان را به گونه‌ای تعریف کنند که به آن اهداف بزرگ کمک کند. این نبود ارتباط باعث می‌شود OKR به یک کار اضافی تبدیل شود و از اهمیت آن کاسته شود.

۳. فشار عملیاتی و کمبود منابع:

مدیران میانی معمولاً تحت فشار شدید کارهای روزمره (Firefighting) هستند. آن‌ها باید به ده‌ها موضوع فوری رسیدگی کنند و منابع (چه نیروی انسانی و چه بودجه) همیشه محدود است. در چنین شرایطی، تعیین اهداف بلندپروازانه OKR و اختصاص زمان به آن، به یک اولویت ثانویه تبدیل می‌شود. آن‌ها احساس می‌کنند OKR یک تئوری مدیریتی است که در دنیای واقعی و پرفشار آن‌ها کاربردی ندارد.

۴. ترس از شکست و مسئولیت‌پذیری:

یکی از اصول OKR، تعیین اهداف بلندپروازانه است؛ اهدافی که رسیدن به ۱۰۰ درصد آن‌ها بعید است. اما در بسیاری از سازمان‌ها، فرهنگ کاری به گونه‌ای است که شکست در دستیابی به هدف، ولو بلندپروازانه، به عنوان یک نقطه ضعف تلقی می‌شود. مدیران می‌ترسند که عدم دستیابی به اهداف OKR، منجر به ارزیابی عملکرد منفی یا از دست دادن فرصت‌های ارتقاء شود. این ترس باعث می‌شود آن‌ها اهداف محافظه‌کارانه و آسان را انتخاب کنند تا شکست نخورند.

۵. نبود فرآیندهای حمایتی و نظارت مداوم:

پیاده‌سازی OKR فقط به معنی تعریف هدف در ابتدای فصل نیست. این سیستم نیازمند فرآیندهای منظم هفتگی (Weekly Check-

in)، بازنگری‌های فصلی و فرهنگ بازخورد مستمر است. اگر مدیرعامل صرفاً دستور اجرای OKR را صادر کند اما ابزارها، زمان و فرآیندهای لازم برای نظارت و پشتیبانی را فراهم نکند، سیستم به سرعت از کار می‌افتد. مدیران احساس می‌کنند که باید به تنهایی سیستم را مدیریت کنند و از پشتیبانی کافی برخوردار نیستند.

۶. ارتباط OKR با سیستم پاداش و ارزیابی عملکرد:

همانطور که قبلاً اشاره شد، یکی از اصول کلیدی OKR، جدا بودن آن از سیستم ارزیابی عملکرد و پاداش است. اما در عمل، بسیاری از سازمان‌ها این دو را با هم ادغام می‌کنند. این کار به سرعت روح بلندپروازی را از OKR می‌گیرد و مدیران و کارکنان را به سمت انتخاب اهداف آسان سوق می‌دهد. وقتی OKR به یک ابزار نظارتی تبدیل می‌شود، مقاومت و عدم جدیت در اجرای آن افزایش می‌یابد.

راهکارهای طلایی برای هماهنگی و همسویی با OKR

برای حل مشکلات فوق و تضمین موفقیت‌آمیز بودن سیستم OKR، رویکردهای زیر حیاتی هستند:

۱. ایجاد فرهنگ شفافیت و اعتماد:

* رهبری با مثال: مدیرعامل و مدیران ارشد باید اولین کسانی باشند که OKR خود را با جدیت تعریف کرده و به صورت عمومی به اشتراک بگذارند. آن‌ها باید نتایج خود را به نمایش بگذارند، حتی اگر به ۱۰۰ درصد اهدافشان نرسیده‌اند. این کار به مدیران میانی نشان می‌دهد که ترس از شکست بی‌مورد است.

* جلسات منظم ارتباطی: جلسات منظم هفتگی (Weekly OKR Check-in) و جلسات فصلی برای ارزیابی و بازنگری، باید به یک اصل در سازمان تبدیل شوند. این جلسات فرصتی برای حل مشکلات، ارائه بازخورد و تقویت همسویی ایجاد

می‌کنند.

* سیستم‌های نرم‌افزاری متمرکز: استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت OKR به جای فایل‌های اکسل، شفافیت را به شدت افزایش می‌دهد و امکان رصد و پیگیری پیشرفت را برای همه فراهم می‌کند.

۲. آموزش عملی و متناسب با هر واحد:

* کارگاه‌های هدف‌محور: آموزش‌ها نباید فقط نظری باشند. کارگاه‌های عملی باید به مدیران کمک کنند تا OKRهای خود را با کمک مربی OKR (Coach) تعریف کنند.

* آموزش‌های تخصصی: آموزش‌ها باید متناسب با نیاز هر واحد باشد. مثلاً یک کارگاه برای تیم توسعه محصول و یک کارگاه جداگانه برای تیم بازاریابی. این کار باعث می‌شود مدیران ارتباط OKR را با وظایف روزمره خود بهتر درک کنند.

* نقش «قهرمان OKR»: در هر واحد، یک نفر به عنوان قهرمان یا مربی داخلی انتخاب شود که مسئولیت پیگیری، آموزش و پشتیبانی از سایر اعضای تیم را بر عهده دارد.

۳. ارتباط مستقیم با استراتژی و اهداف کلان:

* روش آبشار: فرآیند تعیین OKR باید از بالا به پایین شروع شود. ابتدا OKRهای کلان سازمان تعریف شوند، سپس تیم‌ها بر اساس آن، OKRهای خود را تعیین کنند.

* ارتباط پایین به بالا: در عین حال، تیم‌ها باید در فرآیند تعیین OKRهای سازمانی مشارکت داشته باشند و بازخوردهای خود را ارائه دهند. این تعامل دوطرفه باعث ایجاد حس مالکیت و تعهد می‌شود.

* نقش «نقشه راه استراتژی»: یک نقشه راه بصری که نشان می‌دهد چگونه OKRهای هر تیم به اهداف کلان سازمان کمک می‌کند، می‌تواند به همسویی کمک کند.

۴. جداسازی کامل OKR از سیستم پاداش و ارزیابی:

* تأکید بر رشد و یادگیری: باید به طور مداوم تأکید شود که

هدف OKR، رشد، یادگیری و رسیدن به پتانسیل کامل است، نه تنبیه.

* پاداش برای فرآیند، نه صرفاً نتیجه: می‌توان پاداش‌ها را بر اساس تلاش، نوآوری و همکاری در راستای OKRها تعیین کرد، نه صرفاً بر اساس نمره نهایی.

* ارزیابی عملکرد جداگانه: ارزیابی عملکرد باید بر اساس مجموعه‌ای از معیارها (مانند توانایی‌های فردی، همکاری تیمی و...) انجام شود و نه صرفاً بر اساس نمره OKR.

۵. کاهش فشار و تمرکز بر اولویت‌ها:

* تعیین تعداد محدود OKR: سازمان نباید بیش از ۳ تا ۵ هدف در هر دوره داشته باشد. این کار از پراکندگی تمرکز جلوگیری می‌کند.

* مدیریت زمان: مدیران باید زمان مشخصی را در طول هفته به فرآیند OKR اختصاص دهند.

* تسهیل فرآیند: استفاده از ابزارهای ساده و کارآمد، فرآیند را برای مدیران آسان‌تر می‌کند و نیاز به کارهای اداری دست‌وپاگیر را کاهش می‌دهد.

۶. ارزیابی و بازنگری مداوم:

* ارزیابی فصلی: در پایان هر فصل، جلسه‌ای برای ارزیابی OKRها برگزار شود. این جلسه فرصتی برای جشن گرفتن موفقیت‌ها، درس گرفتن از شکست‌ها و برنامه‌ریزی برای آینده است.

* فرهنگ بازخورد مستمر: بازخوردها باید به صورت مستمر و از همه سطوح سازمان ارائه شود.

با اجرای این راهکارهای طلایی، سازمان می‌تواند بر مقاومت مدیران میانی غلبه کند و OKR را از یک ایده مدیریتی به یک موتور رشد و نوآوری در تمام سطوح تبدیل کند. این امر نیازمند تعهد بلندمدت و ایجاد یک فرهنگ سازمانی است که در آن، اعتماد، شفافیت و بلندپروازی ارج نهاده می‌شود.



راهکارهای متکی به هوش مصنوعی و فناوری‌های دیجیتال
برای کاهش هزینه شرکت‌ها در حوزه تدارکات

در دنیای پرقاب‌ت امروزی، کاهش هزینه‌های امور مختلف مثل امور مربوط به تدارکات که سهم زیادی در هزینه‌های سربار سازمان‌ها و شرکت‌ها دارد، یک الزام مهم و حیاتی تلقی می‌شود. در عصر کنونی تمام شرکت‌ها و برندها تلاش می‌کنند از مسیر کاهش هزینه‌های خود در بخش‌های متفاوت از جمله تدارکات، قیمت‌های رقابتی‌تری برای محصولات و خدمات خود ایجاد کنند و اکنون فناوری‌های جدید و البته هوش مصنوعی به کمک آنها در این مسیر آمده است.

در این مقاله شما را با راهکارهای تجربه شده‌ی پنج ستاره نوظهور که حوزه تدارکات و امور مالی را متحول ساخته‌اند، آشنا می‌کنیم.

امروزه، تدارکات (Procurement) چیزی فراتر از کاهش هزینه است. رهبران نسل جدید تدارکات در بخش‌هایی از جمله مراقبت‌های بهداشتی، مخابرات، خدمات مالی و لجستیک، در حال شکل‌دهی مجدد به تیم‌هایی هستند که امور مالی، داده و راهبری (governance) را به عنوان ستون‌های اصلی برای ایجاد ارزش بلندمدت می‌بینند.

در ادامه با پنج رهبر تدارکات نخبه که سازمان‌های خود را به سمت آینده‌ای هوشمندتر، یکپارچه‌تر و هدفمندتر هدایت می‌کنند، آشنا می‌شویم.

راب ترنر - Deliveroo : حرکت سریع برای دیجیتالی کردن تدارکات جهانی

راب ترنر، مدیر ارشد تدارکات در Deliveroo، با سرعت و دقت رهبری می‌کند. رویکرد او بر چیزی تمرکز دارد که آن را «برنامه تحول دیجیتال و هزینه عملیاتی (OPEX)» می‌نامد، که به طور مستقیم تدارکات را با سودآوری و بازده سهامداران مرتبط می‌سازد.

با فعالیت قبلی در Tarmac، Amazon Fresh، Diageo، John Lewis Partnership، راب تجربیاتی درخشان و ترکیبی از کنترل عملیات با استفاده از نوآوری حاصل کرده است. در Deliveroo، این تجربه منجر به راه‌اندازی جهانی فناوری با استفاده از سیستم «منبع‌یابی تا پرداخت» (source-to-pay) شرکت Coupa و یک پلتفرم جدید مدیریت ریسک گشته که در هر واحد تجاری تعبیه شده

است.

این تحول در کل بخش تدارکات Deliveroo اجرا شده و از طراحی تا راه‌اندازی، تنها ۱۳ ماه زمان برده است. این سرعت در استقرار فناوری در سطح سازمانی نادر است.

راب این موفقیت را به افراد اطرافش نسبت می‌دهد: «چیزی که این دستاورد را حتی چشمگیرتر می‌کند این است که بسیاری از افراد درگیر قبلاً با هم کار نکرده بودند، با این حال در کنار هم تصمیمات طراحی مهمی می‌گرفتند.» این اجرا تنها بخشی از تصویر است. راب درباره تأثیر بلندمدت تحول در تدارکات شفاف است: «اکنون کار واقعی شروع می‌شود: کمک به کسب‌وکار برای انطباق با شیوه‌های جدید کاری.»

جارود گلاور - Santander: بازنویسی مفهوم ارزش در تدارکات

برای جارود گلاور، مدیر تدارکات Santander انگلستان، کاهش هزینه به شیوه سنتی منسوخ شده است. در عوض، او ارزش را طوری بازتعریف کرده که شامل پایداری، ریسک و راهبری شود.

دوران مدیریت جارود از سال ۲۰۱۴، مدل تدارکات بانک را به سمت چیزی سوق داده که او آن را «حرفه‌ای با دو لenz» می‌نامد و توضیح می‌دهد: «هزینه، خط پایه است. اما ارزش واقعی فراتر از آن است؛ این درباره مسئولیت اجتماعی، تأثیر محیط زیستی و راهبری است.»

تحت رهبری او، Santander برنامه‌ای را برای بهبود زندگی ۲۰۰۰ نفر از طریق نفوذ تدارکاتی خود راه‌اندازی کرد که شامل همکاری با تأمین‌کنندگان و شرکای آموزشی بود، این امر به عنوان بخشی از استراتژی بانک برای حرکت به سمت آینده‌ای فراگیرتر انجام شد.

این بانک همچنین رویکردی مبتنی بر داده برای مدیریت تأمین‌کنندگان دارد و معیارهای پایداری را نسبت به حجم هزینه اولویت می‌دهد. استراتژی‌های تدارکات بر اساس عملکرد تأمین‌کننده تنظیم می‌شود و از طریق نشست‌های تأمین‌کنندگان و همکاری‌های بلندمدت که برای ارتقاء استانداردها در تمام زمینه‌ها طراحی شده‌اند، پشتیبانی می‌شود.

شرکت FTSE ۱۰۰ اداره کرده، می‌داند که چگونه تدارکات می‌تواند از طریق ساختار، افراد و عملکرد، ارزش را آزاد کند.

کار فعلی او در Royal Mail با هدف دور کردن تدارکات از یک طرز فکر معاملاتی و سوق دادن آن به سمت یکپارچگی استراتژیک است. این به معنای ایجاد اتحادهای داخلی قوی‌تر و همسو کردن تدارکات با اهداف گسترده‌تر کسب‌وکار، از جمله کنترل هزینه، پایداری و تاب‌آوری عملیاتی است.

سبک ربکا مبتنی بر رهبری افراد و عملکرد است که با یک مدل مبتنی بر داده‌های سنگین پشتیبانی می‌شود. او همچنین بر چابکی تمرکز دارد، کیفیتی که معمولاً با سازمان‌های بزرگ و کند مانند Royal Mail مرتبط نیست.

با ایجاد همسویی بین تدارکات و اولویت‌های تجاری گسترده‌تر، ربکا این بخش را به یک بخش اصلی در تصمیم‌گیری‌ها در سراسر کسب‌وکار تبدیل می‌کند

جین اسکدینگ - Bupa: تمرکز تدارکات بر هدف و سلامت

جین اسکدینگ، مدیر ارشد تدارکات در Bupa، دیدگاه متمایزی دارد که از نقش‌های قبلی در مخابرات، داروسازی و لجستیک و همچنین عضویت در هیئت مدیره یک بیمارستان بزرگ NHS شکل گرفته است. او از این تجربه متنوع برای مرتبط کردن مستقیم تدارکات با مأموریت سلامت Bupa استفاده می‌کند.

در Bupa، تدارکات فقط بهینه‌سازی تجاری نیست. جین تضمین می‌کند که هر رابطه با تأمین‌کننده، از هدف گسترده‌تر سازمان پشتیبانی کند: کمک به مردم برای زندگی طولانی‌تر و سالم‌تر.

تمرکز او بر تبدیل هدف به فرآیند است. راهبری، همکاری با تأمین‌کننده و پایداری در هر تصمیم تدارکاتی تعبیه شده است. جین همچنین به شدت در توانمندی تیم سرمایه‌گذاری می‌کند تا مطمئن شود استراتژی به اجرا منجر می‌شود.

نتیجه، یک بخش تدارکات است که نظم عملیاتی را با تأثیر اجتماعی متعادل می‌کند.

همچنان که رهبران تدارکات مسئولیت‌های مالی، زیست‌محیطی و اخلاقی

این نمونه روشنی از تدارکاتی است که هم ارزش مالی و هم تأثیر غیرمالی ارائه می‌دهد.

میهایلا آمبروزی - Vodafone: استفاده از هوش مصنوعی برای همسو کردن پایداری با تصمیم‌گیری

میهایلا آمبروزی، رئیس عملیات در Vodafone لوکزامبورگ، دیدگاهی جهانی دارد که از تجربه او در مخابرات شکل گرفته است. در Vodafone، او از هوش مصنوعی برای مقابله با یکی از سخت‌ترین چالش‌های تدارکات استفاده می‌کند: داده‌های پراکنده.

میهایلا در سخنرانی خود در Procurement & Supply Chain LIVE: Sustainability، دیدگاه خود را درباره هوش مصنوعی مولد (Gen AI) به اشتراک گذاشت: «هوش مصنوعی مولد به ما امکان می‌دهد مجموعه داده‌های عظیم و پراکنده را به روشی که قبلاً نمی‌توانستیم، تحلیل کنیم. این فناوری ابزاری برای کشف شیوه‌های تأمین‌کنندگان است که به عمق زنجیره تأمین رسوخ کرده است.»

برای Vodafone، این بینش مستقیماً به تصمیم‌گیری‌های تدارکات منتقل می‌شود. میهایلا تلاش‌هایی را رهبری می‌کند تا اطمینان حاصل شود که استانداردهای زیست‌محیطی و اخلاقی نه تنها اندازه‌گیری می‌شوند، بلکه در مدیریت تأمین‌کننده و مذاکرات تجاری نیز ادغام می‌شوند. تمرکز او بر این است که این شیوه‌ها به بخشی از عملیات روزمره تبدیل شوند، نه فقط پروژه‌های مستقل ESG.

با هوش مصنوعی، او به Vodafone کمک می‌کند تا داده‌ها را از یک عملکرد گزارش‌دهی، به یک مزیت استراتژیک تبدیل کند.

ربکا سیمپسون - Royal Mail: تبدیل تدارکات قدیمی به رهبری استراتژیک

ربکا سیمپسون، مدیر ارشد تدارکات در Royal Mail، بیش از ۲۵ سال تجربه در زمینه تدارکات دارد. او که یک بخش جهانی ۵ میلیارد دلاری را در یک



گسترده‌تری را بر عهده می‌گیرند، یک چیز روشن می‌شود: موفقیت فقط به قراردادهای مربوط نیست. بلکه به افراد، سیستم‌ها و حس هدفمندی وابسته است.

چرا اغلب بانک‌ها در برابر تحول دیجیتال مقاومت می‌کنند؟

بانکداری متمرکز تغییرناپذیر، چالش بزرگ بانک‌ها

در شرایط کنونی، تحول دیجیتال و حرکت به سمت بانکداری هوشمند، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است که ایستادگی در برابر آن چیزی جز زیان‌های سنگین و حتی ورشکستگی را برای بانک‌ها و موسسات مالی در بر ندارد. اما برخلاف انتظار، تقریباً اغلب بانک‌های بزرگ در کشورهای مختلف ناخواسته در برابر این فرایند مقاومت می‌کنند. دلیل اصلی آن، برخورداری بانک‌ها از سیستم‌های بانکداری متمرکز (Core Banking) قدیمی و غیرقابل تغییر است.

بانک‌ها با یک چالش بزرگ در حوزه نوآوری روبرو هستند. رهبران مالی، به‌رغم مواجهه با فشار فزاینده برای تحول دیجیتال، به دلیل سیستم‌های بانکداری متمرکز (Core Banking) قدیمی و غیرقابل تغییر، مقاومت فرهنگی ریشه‌دار در برابر ریسک و فرآیندهای پیچیده و طولانی تدارکات، با چالش‌های زیادی در مسیر پیاده‌سازی این تحول مواجه‌اند.

نتیجه این چالش‌های متعدد کاملاً واقعی است. طبق یک گزارش اخیر از SaaScada (یک موتور بانکداری متمرکز نسل جدید مبتنی بر داده)، ۸۰٪ از رهبران بانکداری بریتانیا اذعان می‌کنند که موانع نوآوری، کسب‌وکار آن‌ها را در ابعاد وسیعی از جمله جذب و حفظ استعداد، مزیت رقابتی و از دست دادن سهم از درآمد مشتری تحت تأثیر قرار داده است.

تحقیق SaaScada، که ۱۵۰ رهبر نوآوری در بانکداری بریتانیا را پوشش می‌دهد، گستردگی این مشکل را نشان می‌دهد.

این تحقیق تصریح می‌کند که با وجود تمایل به نوآوری و همگام شدن با صنعت (بیش از دو سوم از پاسخ‌دهندگان می‌گویند فشار برای تحول و راه‌اندازی محصولات جدید در سال گذشته افزایش یافته است)، بانک‌ها به‌ویژه در مورد مهاجرت سیستم‌های بانکداری متمرکز و آزمایش محصولات جدید، در وضعیت دشواری قرار دارند.

نلسون ووتن، مدیرعامل و هم‌بنیانگذار SaaScada بر این باور است که این‌ها چالش‌های جدیدی نیستند؛ بلکه آن‌ها در قلب دلیلی قرار دارند که او و استیو راوند، هم‌بنیانگذار، این کسب‌وکار را راه‌اندازی کردند.

او می‌گوید: «ما احساس کردیم که معماری یا ارائه خدمات بانکداری متمرکز، مناسب و کاربردی نیست. بانک‌ها معمولاً ماه‌ها برای ارائه محصولات و خدمات جدید به مشتریان فعلی یا جدید صرف می‌کنند و این خوب نیست؛ در بخشی مانند امور مالی، ماه‌ها به اندازه یک عمر است.

ما در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است زندگی می‌کنیم، جایی که سازمان‌ها نیاز دارند به سرعت و به طور موثر به شرایط متغیر اطرافشان پاسخ دهند. انجام این کار با استفاده از فناوری‌های قدیمی و داشتن یک طرز فکر محتاط در برابر تغییر آن، تقریباً غیرممکن است.»

بانکداری متمرکز به عنوان یک مانع

طبق SaaScada، ۶۲٪ از رهبران می‌گویند که نرم‌افزار بانکداری متمرکز (فناوری‌ها و پلتفرم‌های بنیادی که عملیات ضروری از مدیریت حساب و تراکنش‌ها تا داده‌های مشتری را مدیریت می‌کنند) مانعی برای توانایی آن‌ها در نوآوری است.

نلسون می‌گوید: «بانک‌ها حجم عظیمی از نرم‌افزار دارند. مشتریان بخشی از آن را در بانکداری موبایلی یا آنلاین می‌بینند، اما حجم زیادی از فناوری در لایه‌های زیرین قرار دارد. در زیر سطح، شما سیستم‌های CRM برای سوابق مشتری، مدیریت اسناد، فرآیندهای شناسایی مشتری و مبارزه با پولشویی و موارد دیگر را خواهید داشت.

زیر این‌ها، لایه‌های متعددی از جمله نرم‌افزار تصمیم‌گیری ریسک و اعتبارسنجی برای فرآیندهای اعطای اعتبار، یک موتور محصول که به طور موثر همه محصولات را به مشتریان

دلیل هزینه و ریسک نگران هستند، در حالی که ۸۲٪ خواهان یک راه ایمن تر و کارآمدتر برای آزمایش و تست محصولات هستند.

نلسون می گوید که نرم افزار بانکداری متمرکز موجود، از یک مدل معماری «سیلویی» استفاده می کند که در آن هر محصول مجموعه کد مخصوص به خود را دارد. «این ممکن است منطقی به نظر برسد. اما چالش این است که شما یک پشته نرم افزاری عظیم دارید که تمام محصولات شما در این پایگاه کد در حال اجرا هستند.

اگر نیاز به یک تغییر کوچک در یک پایگاه کد خاص داشته باشید، باید تمام محصولات درون آن را آزمایش کنید تا مطمئن شوید هیچ کدام خراب نشده اند. فرقی نمی کند کجای یکی از پشته های شما قرار دارد، شما باید به معنای واقعی کلمه هر محصول اعتباری، هر محصول وام و غیره را آزمایش کنید. این کار زمان و پول می برد.»

SaaScaDa به بانک ها رویکردی منحصربه فرد و نوآورانه برای آزاد کردن نوآوری ارائه می دهد. این شرکت یک سرویس بانکداری متمرکز بومی - ابری و مبتنی بر داده فراهم می کند که از فناوری های مدرن، و نه قدیمی، استفاده کرده و داده های بلادرنگ و چابکی واقعی محصول را به بانک ها ارائه می دهد. بانک های ایرانی و فین تک های ایرانی نیز باید به همین سمت حرکت کنند.

نلسون توضیح می دهد: «ما چالش آزمایش و توسعه را با شکستن همه چیز به بلوک های جداگانه در پلتفرم خود حل می کنیم. سپس به مشتریان اجازه می دهیم آن بلوک ها را کنار هم قرار دهند تا هر نوع محصولی را راه اندازی کنند. برای هر محصول یا ویژگی جدیدی که نیاز به ورود به موتور محصول دارد، ما یک بلوک ایجاد می کنیم و به سادگی آن را به پلتفرم اضافه می کنیم. این کار دو یا سه روز طول می کشد و از زمان و هزینه قابل توجه آزمایش جلوگیری می کند.»

از آنجایی که استقرار سیستم های بانکداری متمرکز برای فروشندگان قدیمی اغلب به پروژه های چندساله تبدیل می شود، SaaScaDa در حال آزمایش روشی است که به مشتریان اجازه می دهد خدمات بانکداری متمرکز را به همان شیوه ای که یک شرکت از خدمات AWS یا Azure استفاده می کند، خریداری کنند.

نلسون می گوید: «این یک راه بسیار کم خطرتر و قابل مدیریت تر برای انتقال کسب و کار شما است. در غیر این صورت، جایگزینی سیستم بانکداری متمرکز شبیه به جراحی قلب باز است

بانک ارائه می دهد، دفترکل ها و ابزارهای یکپارچه ساز با سیستم های پرداخت محلی، و سپس یکپارچه سازی های دیگری که به فعالیت ها بستگی دارند - معمولاً مواردی برای پرداخت های بین المللی، پردازش کارت یا صرافی هایی که دارایی های دیگر را به سیستم بانکداری متمرکز می آورند، وجود دارد.»

سه مانع برای نوآوری در بانکداری:

- تأخیر در آزمایش و سرکوب آزمایش گری: ۸۲٪ مدیران بانکی خواهان یک راه ایمن و مقرون به صرفه برای آزمایش محصولات هستند.
- موانع اداری و فرهنگ ریسک پذیر: ۷۱٪ مدیران بانکی معتقدند که نوآوری غیرممکن است وقتی فرهنگ ریسک پذیر و بوروکراسی جلوی آزمایش گری را می گیرد.
- فناوری محدودکننده بانکداری متمرکز: ۶۵٪ مدیران بانکی تصریح می کنند که فناوری بانکداری متمرکز منسوخ شده آن ها، یک مانع رقابتی بزرگ است.

نلسون تأکید می کند، پیچیدگی و گستره این فناوری منجر به دو مشکل اصلی می شود. «اولین مشکل مربوط به گزارش دهی است. معمولاً شش تا هشت هفته طول می کشد تا داده ها از سیستم های اصلی خارج شوند تا گزارش هایی تولید شود که مبنای تصمیم گیری و نوآوری هستند. این به این معنی است که عملاً یک ماه از واقعیت عقب هستید. بانک ها ذاتاً در برابر ریسک محتاط هستند، که نوآوری را کند می کند، اما در نهایت مشکل اصلی، فناوری زیرساختی است.»

او می گوید: «زمانی که گزارش خود را دریافت می کنید، یک مشکل را شناسایی کرده و نیاز به تغییراتی در سیستم بانکداری متمرکز دارید، انجام آن می تواند تا نه ماه طول بکشد تا زمانی که با فروشنده نرم افزار اصلی هماهنگی کنید، سپس تغییر را اعمال و آزمایش کنید. بانک ها نیازمند شرکت های فین تکی هستند که قادرند یک محیط چابک تر برای اتخاذ این نوع تصمیمات را برای بانک ها فراهم آورند.»

نوآوری و ریسک

معماری نرم افزار بانکداری متمرکز، آزمایش را دست و پاگیر و کند می کند، به طوری که بانک ها با توانایی محدود برای آزمایش، محیط های پیچیده Sandbox و فرآیندهای پرهزینه RFP روبرو هستند. تحقیق SaaScaDa نشان می دهد که ۶۳٪ از تغییرات به



در حالی که بیمار در حال راه رفتن است.»

داده و آینده

داده‌های بلادرنگ، که بخش کلیدی از خدمات SaaS/Scada است، همچنین می‌تواند به بانک‌ها کمک کند تا چابک‌تر باشند. نلسون می‌گوید: «برخلاف برخی دیگر، ما چیزهایی مانند تراکنش‌ها را به عنوان داده‌های غیرساختاریافته پردازش و ذخیره می‌کنیم، و با ورود به عصر هوش مصنوعی عامل‌گرا (Agentic AI)، بانکداری عامل‌گرا و یادگیری ماشین، یک ثروت واقعی از دانش در آنجا وجود دارد.»

او اضافه می‌کند: «APIهایی که ما به مشتریان خود ارائه می‌دهیم بر اساس آن داده‌های غیرساختاریافته ساخته شده‌اند، اما ما همچنین می‌توانیم چیزهایی مانند گزارش‌های مدیریتی و نظارتی را بر اساس داده‌ها ایجاد کنیم. این برای بانک‌ها فوق‌العاده قدرتمند است و همچنین یک محرک بزرگ برای نوآوری است. هر کسی که کار هیجان‌انگیز یا جدیدی انجام می‌دهد، همه چیز مبتنی بر داده است.»

نیاز به نوآوری برای بانک‌ها کند نخواهد شد. تحقیق SaaS/Scada نشان می‌دهد که این فشار به دلیل تقاضای مشتریان، تهدیدهای رقابتی از سوی بازیگران جدید، عدم قطعیت اقتصادی و چالش‌های حفظ مشتری، در حال افزایش است.

نلسون می‌گوید: «چند کار وجود دارد که بانک‌ها می‌توانند انجام دهند. از نظر فرهنگی، باید حرکتی به سمت دوری از ساختارهای داخلی سیلویی برای چابک‌تر و نوآورتر شدن صورت گیرد. تشکیل تیم‌های چندوظیفه‌ای به این امر کمک خواهد کرد. بخش فناوری نمی‌تواند یک شبه برطرف شود، اما من همه بانک‌ها و سازمان‌های مالی را تشویق می‌کنم که به دنبال شرکت‌هایی مانند ما باشند که رویکردهای جدیدی ارائه می‌دهند و شروع به ساخت، آزمایش و امتحان کردن کنند. این کار را انجام دهید تا ببینید کسب‌وکار شما واقعاً چقدر می‌تواند چابک باشد.»

اقتصاد دیجیتال در پرتو انقلاب صنعتی چهارم؛ فرصتی نو برای ایران؟



به خوبی تأکید می‌کند که هیچ کشوری نمی‌تواند بدون سرمایه‌گذاری در آموزش، نوآوری و حکمرانی داده، از مواهب این انقلاب بهره‌مند شود. او تأکید دارد که توسعه پایدار در اقتصاد دیجیتال، تنها از مسیر همکاری جهانی، اعتماد اجتماعی و سیاست‌گذاری هوشمندانه می‌گذرد. اکنون که ایران در آستانه بازتعریف مسیر توسعه خویش قرار دارد، اقتصاد دیجیتال می‌تواند همچون چراغی در تاریکی، راه آینده را روشن سازد؛ اگر اراده‌ای برای عبور از چالش‌های امروز وجود داشته باشد.

چالش‌های تنظیم‌گری، محدودیت دسترسی به بازارهای جهانی و کمبود سرمایه خطرپذیر از جمله موانعی هستند که حرکت ایران در مسیر اقتصاد دیجیتال را کند کرده‌اند.

می‌توان گفت آینده اقتصاد دیجیتال در ایران، در گرو سه عامل کلیدی است نخست توسعه زیرساخت‌های فناورانه و ارتباطی فراگیر، دوم سرمایه‌گذاری گسترده در آموزش مهارت‌های دیجیتال و سوم تدوین مقرراتی پویا، رقابت‌پذیر و همراه با نوآوری. در صورتی‌که این سه ضلع به شکل هم‌افزا توسعه یابند، ایران می‌تواند از یک مصرف‌کننده منفعل به یک بازیگر تأثیرگذار منطقه‌ای در اقتصاد دیجیتال بدل شود. اما بزرگ‌ترین معضل اقتصاد دیجیتال ایران، نبود «حاکمیت داده‌ای» کارآمد است. دسترسی محدود به داده‌های باکیفیت، نگرانی‌های امنیتی و نبود چارچوب‌های تنظیم‌گرانه منسجم، موجب بی‌اعتمادی عمومی و اختلال در شکل‌گیری اکوسیستم‌های دیجیتال شده‌است. از سوی دیگر، شکاف دیجیتال در مناطق کمتر توسعه‌یافته، تهدیدی جدی برای عدالت فناورانه به‌شمار می‌آید.

توجه به مسائلی چون ایجاد «نظام ملی حاکمیت داده»، با محوریت شفافیت، امنیت و مشارکت شهروندان، گسترش دسترسی به اینترنت پرسرعت ارزان در سراسر کشور، تسهیل دسترسی استارت‌آپ‌ها به منابع مالی و بازارهای جهانی و بازنگری در نظام آموزش رسمی به نفع مهارت‌های نرم دیجیتال می‌تواند نقش به‌سزایی در حل این چالش‌ها داشته باشد. کلاوس شواب در کتاب معروف خود، «انقلاب صنعتی چهارم»،

انقلاب صنعتی چهارم، با تلفیق فناوری‌های دیجیتال، فیزیکی و زیستی، نقطه عطفی در تحول ساختارهای اقتصادی و صنعتی جهان پدید آورده‌است. آنچه این انقلاب را از تحولات گذشته متمایز می‌سازد، نه صرفاً ورود فناوری‌های نوین، بلکه دگرگونی ماهوی در شیوه تولید، توزیع، مصرف و حتی تنظیم‌گری اقتصادی است. مرز میان صنایع سنتی و نوین، فیزیکی و مجازی، انسان و ماشین به تدریج رنگ باخته و اقتصاد جهانی به‌سوی یک ساختار شبکه‌ای، پلتفرمی و داده‌محور در حرکت است.

شتاب‌گیری زندگی شهری، نیاز به تصمیم‌گیری‌های دقیق و آنی، کمبود منابع طبیعی و تقاضای روزافزون برای خدمات شخصی‌سازی شده، از جمله عواملی بودند که به‌ظهور راه‌حل‌های فناورانه دامن زدند. فناوری‌هایی همچون هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، بلاک‌چین و رایانش ابری، پاسخی کارآمد به این نیازها ارائه دادند؛ پاسخ‌هایی که نه تنها بهره‌وری اقتصادی را افزایش داد، بلکه ماهیت رقابت، اشتغال و حکمرانی را نیز متحول کرد.

اقتصاد ایران نیز در مواجهه با این تحولات، بی‌تحرك نمانده‌است. ظهور استارت‌آپ‌هایی در حوزه فین‌تک، تجارت الکترونیک، سلامت دیجیتال و حمل‌ونقل هوشمند، نشانه‌هایی از تمایل به هم‌سویی با اقتصاد دیجیتال است. پلتفرم‌هایی نظیر دیجی کالا، اسنپ، تپسی و شبکه پرداخت شاپرک، نمونه‌هایی از بومی‌سازی کسب‌وکارهای دیجیتال در شرایطی نسبتاً دشوار هستند. با این حال، نبود زیرساخت‌های پرسرعت ارتباطی در برخی مناطق،

پیام و یادداشت دکتر قرایی در آستانه سالروز تاسیس شرکت داده‌پردازی خوارزمی: داده‌پردازی خوارزمی وارد مرحله جدیدی از توسعه و تحول شده است

نوآوری، ارتقای کیفیت خدمات و پاسخگویی به نیازهای رو به تحول نظام بانکی و مالی کشور را شتاب بخشیم.

آنچه امروز بیش از هر چیز اهمیت دارد، نگاه به آینده است؛ آینده‌ای که در آن با سرمایه‌گذاری بر منابع انسانی، توسعه زیرساخت‌های فناورانه و تقویت همکاری‌های راهبردی، می‌توانیم جایگاه شرکت داده‌پردازی خوارزمی را بیش از پیش تثبیت کرده و به خلق ارزش پایدار برای مشتریان و ذی‌نفعان بپردازیم.

در آستانه بیست و هشتمین سالگرد تاسیس شرکت، این روز فرخنده را به همه همکاران و خانواده بزرگ داده‌پردازی خوارزمی تبریک می‌گویم و امیدوارم با اتکا به توانمندی‌های شما و همدلی جمعی، شاهد دستاوردهای درخشان‌تری در سال‌های پیش‌رو باشیم.

متن یادداشت مدیرعامل خوارزمی که در لینکدین منتشر شده است:

بانک صادرات در مسیر تحول دیجیتال؛ تجربه خوارزمی در ساخت اکوسیستم هوشمند تحول دیجیتال در بانکداری صرفاً به تغییر ابزار یا دیجیتالی کردن خدمات سنتی محدود نمی‌شود؛ بلکه بازتعریف تجربه مشتری و طراحی اکوسیستم‌های هوشمند مالی است. بانک صادرات ایران با گستره وسیع مشتریان حقیقی و حقوقی، امروز در موقعیتی قرار دارد که حرکت به سمت بانکداری دیجیتال ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

شرکت داده‌پردازی خوارزمی، به‌عنوان بازوی فناوری بانک و عضو هلدینگ صاد، مسئولیت دارد این تحول را به شکلی پایدار و آینده‌نگر هدایت کند. نمونه بارز آن، سامانه پورتال مشتریان حقوقی (LCP) است که فرآیند ثبت و مدیریت تسهیلات سازمانی را دیجیتال کرده و مراجعه حضوری را به حداقل رسانده است. اما مسیر پیش‌رو تنها به این دستاوردها ختم نمی‌شود. استفاده از هوش مصنوعی در اعتبارسنجی و کشف تقلب، تحلیل کلان‌داده برای طراحی محصولات متناسب با نیاز مشتریان، و حرکت به سمت بانکداری باز و API محور، فرصت‌هایی هستند که آینده بانک صادرات را شکل می‌دهند.

این یادداشت در آستانه سالگرد تأسیس داده‌پردازی خوارزمی منتشر می‌شود؛ یادآور تجربه‌ای که پشت سر گذاشته‌ایم و مسئولیتی که در ادامه راه بر عهده داریم: ایجاد ارزش پایدار برای بانک صادرات و مشتریان آن.



مدیرعامل شرکت داده‌پردازی خوارزمی، از خانواده هلدینگ صاد، بازوی اجرایی بانک صادرات ایران در حوزه تحول دیجیتال و بانکداری هوشمند، در آستانه سالروز تاسیس این شرکت، پیام و یادداشتی را منتشر کرد. دکتر قرایی در این دو مطلب، ضمن تأکید بر ظرفیت‌های برجسته شرکت داده‌پردازی خوارزمی مخصوصاً در حوزه سرمایه‌های انسانی، از تجربه و نقش این شرکت در ایجاد اکوسیستم هوشمند سخن گفته و تصریح کرده است که این شرکت وارد مرحله و فاز جدیدی از توسعه و تحول شده است.

متن پیام مدیرعامل خوارزمی برای همکاران و همراهان این شرکت:

سالروز تأسیس شرکت داده‌پردازی خوارزمی فرصتی مغتنم است تا ضمن مرور دستاوردهای گذشته، افق‌های تازه پیش‌رو را نیز ترسیم کنیم. شرکتی که با پشتوانه تلاش مدیران و همکاران ارزشمند در سال‌های گذشته توانسته جایگاهی ارزشمند در حوزه فناوری اطلاعات بانکی و پرداخت الکترونیکی به دست آورد، امروز وارد مرحله‌ای جدید از مسیر توسعه و تحول خود شده است.

در سالی که با همراهی شما افتخار خدمت در جایگاه مدیریت این مجموعه را داشته‌ام، بیش از هر زمان دیگری به ظرفیت‌ها، توانمندی‌ها و استعدادهای ارزشمند خانواده خوارزمی ایمان آورده‌ام. باور دارم که با همدلی و تلاش جمعی می‌توانیم در این برهه حساس، حرکت به سمت

احمد پیشگاهزاده در یادداشت اختصاصی ایران فین تک:

نظارت مالی با فناوری‌های نوین رگ تک متحول می‌شود

فرآیندها می‌تواند سکوی پرتابی برای رشد این حوزه در کشور باشد و انتظار می‌رود با گسترش فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی تفسیرپذیر (Explainable AI) و زیرساخت‌های ابری امن (Secure Cloud)، رگ تک به بخشی جدایی‌ناپذیر از اکوسیستم مالی تبدیل شود. مؤسساتی که زودتر این فناوری‌ها را بپذیرند، نه تنها از جریمه‌های نظارتی در امان خواهند بود، بلکه در رقابت بازار نیز دست بالا را خواهند داشت.

مخلص کلام رگ تک تنها یک فناوری کمکی نیست، بلکه یک استراتژی تحول‌آفرین است که می‌تواند تهدیدهای نظارتی را به فرصت‌های رقابتی تبدیل کند. برای ایران، سرمایه‌گذاری در رگ تک به معنای گامی مهم در جهت شفافیت مالی، کاهش ریسک‌های سیستماتیک و ایجاد اعتماد بیشتر در بازار مالی خواهد بود.



در سال‌های اخیر صنعت مالی با پدیده‌ای نو به نام رگ تک روبه‌رو شده است؛ مفهومی که با تکیه بر فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، کلان‌داده‌ها و بلاکچین موجب شده است فرآیندهای نظارت و انطباق با مقررات دستخوش دگرگون شود. رگ تک پاسخی است به پیچیدگی‌ها و هزینه‌های بالای نظارت در عصر دیجیتال و به مؤسسات مالی امکان می‌دهد تا با دقت بیشتر، سرعت بالاتر و هزینه کمتر الزامات قانونی را رعایت کنند.

پس از بحران مالی ۲۰۰۸ شاهد افزایش حجم و پیچیدگی مقررات هستیم. تغییر چارچوب‌ها و پیچیده‌تر شدن لایه‌های نظارتی در صنعت مالی نمونه‌ای از این تغییرات است. رگ تک با اتکا به اتوماسیون و تحلیل هوشمند داده‌ها مسیر انطباق با این قوانین را ساده‌تر می‌کند.

موضوع دیگری که رگ تک را بدل به یک ضرورت می‌کند هزینه بالای انطباق با قوانین است. مطالعات نشان می‌دهد بانک‌ها و مؤسسات مالی بین ۱۰ تا ۱۵ درصد از درآمد خود را صرف تطبیق با مقررات می‌کنند. رگ تک می‌تواند این هزینه را به شکل قابل توجهی کاهش دهد. رگ تک همچنین می‌تواند نقش به‌سزایی در مبارزه با جرائم مالی بازی کند. به کمک فناوری‌هایی مثل تحلیل رفتاری (Behavioral Analytics) و پردازش زبان طبیعی (NLP)، کشف پولشویی، تقلب‌ها و فعالیت‌های مشکوک با سرعت و دقت بیشتری انجام خواهد شد.

بدین ترتیب کاربردهای کلیدی رگ تک را می‌توان چنین برشمرد: احراز هویت و مبارزه با پولشویی که مبتنی بر شناسایی سریع و دقیق مشتری با الگوریتم‌های هوش مصنوعی است. گزارش‌دهی خودکار که امکان تولید گزارش‌های نظارتی در لحظه و بدون خطاهای انسانی را فراهم می‌کند. مانیتورینگ تراکنش‌ها که با تحلیل بلادرنگ تراکنش‌ها جهت کشف الگوهای غیرعادی و پیشگیری از جرائم مالی را در پی دارد.

در ایران اما به رغم وجود ظرفیت‌های قابل توجه، توسعه رگ تک با موانعی روبه‌روست. در این میان می‌توان به نبود زیرساخت داده‌های یکپارچه، محدودیت‌های فناوری و دسترسی به تکنولوژی‌های پیشرفته و فاصله میان چارچوب‌های مقرراتی داخلی و استانداردهای جهانی اشاره کرد. با این حال، حرکت بانک مرکزی و نهادهای نظارتی به سمت دیجیتالی‌سازی

امنیت سایبری از فرهنگ کاربران آغاز می‌شود، نه از فایروال‌ها

به عنوان مثال، شرکتی که به‌عنوان ارائه خدمات پرداخت (PSP) فعالیت می‌کند، مسئول مدیریت تراکنش‌های مالی کاربران و اتصال به درگاه‌های بانکی است. حتی اگر این شرکت تحت نظارت و تدابیر شدید امنیت سایبری شاپرک باشد و از سیستم‌های پیشرفته تشخیص نفوذ و احراز هویت چندعاملی بهره‌برد، یک ایمیل فیشینگ ساده یا یک درخواست جعلی می‌تواند کافی باشد تا در اثر خطای انسانی کارکنان، مهاجم به اطلاعات حساس دسترسی پیدا کند.

نکته‌ی اصلی ماجرا اینجا است که حملات مهندسی اجتماعی معمولاً از نقاط ضعف روان‌شناختی ما استفاده می‌کنند: اعتماد بیش از حد، ترس، طمع، کنجکاوی و حتی ویژگی‌های مثبت مانند مهربانی و حس هم‌نوع دوستی. مهاجمین حرفه‌ای، با تحلیل داده‌های موجود آنلاین، ایمیل‌ها و رفتار کاربران، حملاتی طراحی می‌کنند که بسیار شخصی‌سازی شده و دقیق هستند و در برابر دفاع‌های سنتی تقریباً غیرقابل شناسایی‌اند.

مهندسی اجتماعی و ضعف حلقه انسانی در امنیت سایبری مهندسی اجتماعی، هنر یا علم فریب دادن افراد برای کسب اطلاعات حساس یا انجام اقدامات غیرمجاز است. برخلاف تصور رایج، هدف مهاجمان تنها سیستم‌ها نیستند؛ آن‌ها مستقیماً به ذهن و رفتار کاربران حمله می‌کنند. تحقیقات نشان می‌دهد که حدود ۹۵٪ از نقص‌های امنیتی و راه‌های نفوذ به واسطه‌ی خطای انسانی صورت می‌پذیرد و مهندسی اجتماعی در رأس این تهدیدها قرار دارد. معمولاً یک هکر برای دسترسی به اطلاعات از طریق مهندسی اجتماعی از روش‌های متنوعی بهره می‌برد:

- **فیشینگ:** مهاجمان با استفاده از ایمیل‌ها و پیام‌های جعلی، کاربران را به ارائه اطلاعات حساس ترغیب می‌کنند. تصور کنید ایمیلی به مدیر پروژه یکی از سرویس‌های بانکی ارسال می‌شود که ظاهراً از طرف ادمین واحد امنیت است و می‌گوید: «بلافاصله وارد لینک زیر شود و رمز عبور خود را تغییر دهد». لینک به صفحه‌ای جعلی می‌رود و دسترسی مهاجم به سیستم را ممکن می‌کند.
- **استفاده از اطلاعات دیجیتال:** جمع‌آوری ردپای آنلاین کاربران در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به مهاجمان امکان می‌دهد حملاتی بسیار شخصی‌سازی شده را طراحی کنند.
- **ترکیب اصول روان‌شناسی:** تحقیقات روان‌شناسی نشان داده مهاجمان از شش اصل

به رغم تمام پیشرفت‌های روزافزونی که از نظر زیرساختی، تجهیزاتی و فناوریانه برای بهبود امنیت اطلاعات در عصر دیجیتال ظهور می‌کنند، همچنان انواع تهدیدات و خطرات داده‌ها و اطلاعات حساس افراد، سازمان‌ها و حکومت‌ها را تهدید می‌کنند و روزانه شاهد انواع آسیب‌ها در این حوزه هستیم. این واقعیت تلخ حاصل این نکته است که اغلب کلاهبرداری‌ها و خرابکاری‌ها از مسیر مهندسی اجتماعی و اثرگذاری روانشناختی بر کارکنان و متکی به خطاهای انسانی رخ می‌دهند. بنابراین نقش سرمایه‌های انسانی در حفظ و تقویت امنیت سایبری بسیار حساس و مهم است و تقویت فرهنگ امنیت سایبری، آموزش مستمر کارکنان و نهادینه کردن رفتارهای امن، یک ضرورت استراتژیک برای هر دستگاه و سازمانی محسوب می‌شود.

اهمیت فرهنگ امنیت سایبری در شرکت‌های فناوریانه

امروزه با گسترش سریع فناوری‌های متنوع در اکوسیستم بانکداری و همه‌گیری سرویس‌های ابری، امنیت سایبری دیگر محدود به افزایش تجهیزات امنیت فناوری از جمله نصب فایروال‌ها یا استفاده از سیستم‌های ضد نفوذ نیست. اهمیت کسب آمادگی پیش‌دستانه زیرساختی برای ایجاد بستر دورکاری که با هدف ایجاد امکان تداوم کسب‌وکار در شرایط بحرانی صورت می‌پذیرد نیز تایید دیگری بر همین نکته است. امروزه حتی سازمان‌هایی با زیرساخت‌های پیشرفته و ابزارهای امنیتی قدرتمند، همچنان در برابر بزرگ‌ترین تهدید، یعنی ضعف انسانی و کمبود آگاهی کاربران داخلی، آسیب‌پذیرند.

در واقع، هرچقدر هم که فناوری پیشرفته باشد، اگر کارکنان با اصول اولیه امنیت سایبری آشنا نباشند، مهاجمین می‌توانند با استفاده از روش‌های مهندسی اجتماعی به اطلاعات حساس دسترسی پیدا کنند. اما راهکار آگاه‌سازی سرمایه‌های انسانی نسبت به این اصول و البته خطرات و تهدیدات موجود و حساس کردن و مسئولیت‌پذیر کردن آنها نسبت به رعایت این اصول چیست؟ مقاله اخیر پاسخی برای همین سوال است.

این مقاله بر اساس آخرین تحقیقات علمی و مقالات بین‌رشته‌ای در حوزه روانشناسی، امنیت سایبری، مهندسی اجتماعی و هوش مصنوعی تدوین شده است تا بتواند تصویری جامع از نقاط ضعف انسانی و راهکارهای مقابله با تهدیدات پیچیده در یک سازمان را ارائه دهد.

وسیع‌تر و با درجه شخصی‌سازی بی‌سابقه‌ای انجام دهند. این فناوری به آن‌ها کمک میکند تا اهداف را انتخاب کنند، محتوای فریبنده‌تری تولید کرده و حتی هویت افراد را به طور متقاعدکننده‌ای جعل کنند. این تکامل تهدیدات، نیاز به یک رویکرد دفاعی مبتنی بر فرهنگ را بیش از پیش ضروری می‌سازد، زیرا تشخیص این حملات پیشرفته توسط کاربران آموزش‌ندیده، به مراتب دشوارتر خواهد شد چرا که این فناوری می‌تواند محتوای صوتی/ویدیویی جعلی بسیار واقعی از مدیران تولید کرده و با تحلیل رفتارها و ردپاهای دیجیتال کاربران، نقاط ضعف مناسب برای حمله را شناسایی کند.



فرا‌تر از فناوری: استراتژی جامع برای افزایش ضریب تاب‌آوری سایبری

با توجه به پیچیدگی فزاینده تهدیدات سایبری و نقش محوری عنصر انسانی، تنها اتکا به راه‌حل‌های فناوریانه برای امنیت دیگر کافی نیست. سازمان‌ها باید یک استراتژی جامع برای تاب‌آوری سایبری اتخاذ کنند که در آن فرهنگ، آموزش و فناوری به طور هم‌افزا با یکدیگر عمل کنند.

تاب‌آوری سایبری به معنای توانایی یک سازمان برای مقاومت در برابر حملات، تشخیص سریع آن‌ها، بازیابی از آسیب‌ها و یادگیری از تجربیات برای بهبود مستمر است. در این مسیر، عامل انسانی از یک عنصر آسیب‌پذیر به یک دارایی قدرتمند برای دفاع تبدیل می‌شود، به شرط آنکه به‌درستی آموزش دیده و آگاه و توانمند شود. سرمایه‌گذاری بر روی افراد، در کنار سرمایه‌گذاری در فناوری، یک استراتژی بلندمدت و پایدار برای مقابله با چشم‌انداز تهدیدات متغیر امروز است. در پیاده‌سازی این استراتژی این موارد باید مورد توجه قرار گیرد:

متقاعدسازی رابرت چالدینی (Robert Cialdini)، شامل اقتدار، کمیابی، تایید اجتماعی، علاقه و شباهت، تعهد به ثبات قدم و جبران محبت استفاده می‌کنند تا کاربران را فریب دهند:

- **اقتدار:** پیامی که ظاهراً از سوی یک مدیر ارشد ارسال شده است.
 - **کمیابی (فوریت):** ایجاد حس نگرانی و ترس از دست دادن فرصت در کاربر: مثلاً تا پایان وقت اداری امروز فرصت دارید رمزعبور خود را تغییر دهید.
 - **تایید اجتماعی:** در موقعیت‌های نامطمئن، افراد تمایل دارند از رفتار دیگران پیروی کنند؛ برای مثال، اگر همه کارکنان یک واحد، فرم جدید امنیتی را تکمیل کرده باشند و تنها شما مانده باشید، احتمال دارد تحت تأثیر این رفتار جمعی قرار بگیرید و اقدام مشابه انجام دهید.
 - **علاقه و شباهت:** مهاجم ممکن است خود را فردی با سمت یا تجربه‌ای مشابه شما در یک سازمان دیگر معرفی کند و با ایجاد حس دوستی و اشتراک علایق، تلاش کند اطلاعات سازمانی شما را به دست آورد.
 - **تعهد به ثبات قدم:** مهاجم با درخواست‌های کوچک و کم‌ریسک، اعتماد کاربر را جلب کرده و به تدریج اطلاعات حیاتی را به دست می‌آورد.
 - **عمل متقابل (جبران محبت):** وقتی کسی به ما لطفی می‌کند یا کمکی ارائه می‌دهد، ناخودآگاه احساس می‌کنیم باید در مقابل جبران کنیم.
- هزینه‌های تحمیلی ناشی از حملات مهندسی اجتماعی بسیار بالا است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد مع خسارات مستقیم و غیرمستقیم ناشی از این حملات می‌تواند تریلیون‌ها دلار (سالانه) در سطح جهانی باشد. مثال‌های واقعی در منابع شامل حملات هدفمند به سیستم‌های PSP و بانک‌های دیجیتال در نقاط مختلف جهان است که حتی با وجود زیرساخت‌های امنیتی پیشرفته، موفق به دسترسی به داده‌های حساس شده‌اند.

هوش مصنوعی؛ در خدمت مهندسی اجتماعی

با پیشرفت‌های اخیر در زمینه هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی، چشم‌انداز تهدیدات سایبری نیز دستخوش تحولات عمیقی شده است. در حالی که هوش مصنوعی می‌تواند به عنوان یک ابزار قدرتمند برای تقویت سیستم دفاعی سایبری مورد استفاده قرار گیرد، متأسفانه مهاجمان نیز به سرعت در حال بهره‌برداری از قابلیت‌های آن برای افزایش پیچیدگی و اثربخشی حملات خود هستند. این امر به ویژه در حوزه مهندسی اجتماعی کارکرد ویژه‌ای یافته است، جایی که هوش مصنوعی می‌تواند ظرفیت مهاجمان را برای فریب دادن افراد به طرز چشمگیری افزایش دهد. هوش مصنوعی به مهاجمان این امکان را می‌دهد که حملات مهندسی اجتماعی را در مقیاس

رهبری و الگوبرداری از بالا

تعهد و حمایت رهبر سازمان در ایجاد فرهنگ امنیتی بسیار حیاتی است. زمانی که مدیران ارشد خود به اصول امنیتی پایبند باشند و آن را به عنوان یک اولویت نشان دهند، این پیام به تمام سطوح سازمان منتقل می‌شود. رهبران باید علاوه بر کلام، با عمل خود، اهمیت امنیت را به نمایش بگذارند، از سیاست‌های امنیتی پیروی کنند، در آموزش‌ها شرکت نمایند و منابع لازم را برای تقویت فرهنگ امنیتی اختصاص دهند. این الگوبرداری از بالا، تأثیر قابل توجهی بر پذیرش و نهادینه شدن رفتارهای امنیتی در میان کارکنان خواهد داشت.

آموزش و آگاهی‌بخشی مستمر

یکی از ارکان اصلی ایجاد فرهنگ امنیتی، آموزش و آگاهی‌بخشی مستمر است. این آموزش‌ها نباید فقط به جلسات سالانه محدود شوند، بلکه باید به صورت مداوم و با استفاده از روش‌های متنوع (مانند شبیه‌سازی حملات فیشینگ، برگزاری کارگاه‌های تعاملی، ارائه محتوای آموزشی جذاب نظیر ویدیوی کوتاه، اینفوگرافیک، پوستر و ...) انجام شوند. هدف این است که کارکنان با جدیدترین تهدیدات آشنا شوند، علائم هشداردهنده مهندسی اجتماعی را بشناسند و بدانند در صورت مواجهه با یک موقعیت مشکوک، چه اقدامی باید انجام دهند.

نهادینه‌سازی گزارش‌دهی

یک فرهنگ امنیتی سالم، کارکنان را تشویق می‌کند تا بدون ترس از سرزنش، هرگونه فعالیت مشکوک یا حادثه امنیتی را گزارش دهند. بسیاری از کارکنان ممکن است از ترس عواقب منفی، اشتباهات یا موارد مشکوک را پنهان کنند، که این امر می‌تواند منجر به گسترش نفوذ و آسیب‌های جدی‌تر شود. ایجاد یک کانال گزارش‌دهی آسان و محرمانه، همراه با اطمینان‌بخشی از عدم مجازات برای اشتباهات ناخواسته، می‌تواند به شناسایی سریع‌تر و مهار مؤثرتر تهدیدات کمک کند.

سیاست‌گذاری‌های هوشمندانه

به نظر می‌رسد پیاده‌سازی مؤثر سیستم مدیریت امنیت اطلاعات بر پایه استاندارد ISO ۲۷۰۰۱ با یک چالش جدی مواجه است و آن اجرای مستمر سیاست‌های تدوین شده به دلیل تفاوت سطوح آگاهی، انگیزه و رفتار کاربران در مواجهه با الزامات امنیتی است. سیاست‌های امنیتی باید فراتر از دستورالعمل‌های خشک و بی‌روح باشند؛ آن‌ها باید عملی، قابل درک و قابل اجرا برای تمام کارکنان باشند. سیاست‌ها باید به وضوح انتظارات را مشخص کنند، اما در عین حال انعطاف‌پذیری لازم را برای سازگاری با محیط‌های کاری مختلف فراهم آورند. مشارکت کارکنان در تدوین این سیاست‌ها می‌تواند به پذیرش بهتر و اجرای مؤثرتر آن‌ها کمک کند. همچنین، سیاست‌ها باید به طور منظم بازبینی و به‌روزرسانی شوند تا با تهدیدات جدید و تغییرات فناوری همگام بوده و در عین حال مانعی

در جهت دستیابی به اهداف کسب و کاری سازمان نباشد.

شبیه‌سازی حملات و ترمیم نقاط ضعف

برگزاری منظم شبیه‌سازی حملات فیشینگ و سایر اشکال مهندسی اجتماعی می‌تواند به کارکنان کمک کند تا مهارت‌های شناسایی و هوشیاری خود را در یک محیط کنترل‌شده تقویت کنند. این تمرینات نباید با هدف سرزنش، بلکه با هدف آموزش و ارزیابی آمادگی انجام شوند.

نتیجه‌گیری

تلاش برای ارتقای امنیت سایبری یک مأموریت بی‌پایان است که نیازمند رویکردی چندلایه و جامع است. در حالی که فناوری‌های پیشرفته امنیتی نقش حیاتی در حفاظت از زیرساخت‌ها و داده‌ها ایفا می‌کنند، این مقاله به وضوح نشان می‌دهد که بدون توجه به عنصر انسانی، این استحکامات می‌توانند به راحتی دور زده شوند. مهندسی اجتماعی، به عنوان ستون فقرات بسیاری از حملات موفق، ضعف اصلی در هر سیستم امنیتی را نمایان می‌سازد.

بنابراین، سرمایه‌گذاری در ایجاد و تقویت فرهنگ امنیت سایبری، آموزش مستمر کارکنان و نهادینه کردن رفتارهای امن، یک ضرورت استراتژیک است. در مواجهه با تهدیدات روزافزون و پیچیده، به ویژه با ظهور هوش مصنوعی در دستان مهاجمان، سازمان‌ها باید دیدگاه خود را تغییر دهند: امنیت سایبری از فایروال‌ها آغاز نمی‌شود، بلکه از ذهن و رفتار هر یک از کارکنان نشأت می‌گیرد.

منابع:

۱. A Review on Cybersecurity in HR Systems: Protecting Employee Data in the Age of Digital Transformation

بررسی امنیت سایبری سیستم‌های منابع انسانی و حفاظت از داده‌های کارکنان در عصر تحول دیجیتال.

۲. Social Engineering in Cybersecurity: A Domain Ontology and Knowledge Graph Application Examples

بررسی مهندسی اجتماعی در امنیت سایبری با استفاده از کاربردهای دانش‌گراف و هستی‌شناسی حوزه.

۳. A Survey on the Principles of Persuasion as a Social Engineering Strategy in Phishing – Kalam Khadka et al., ۲۰۲۴.

بررسی اصول متقاعدسازی به‌عنوان یک استراتژی مهندسی اجتماعی در حملات فیشینگ



دکتر سیفی به مناسبت ۷۴ امین
سالگرد تاسیس بانک صادرات ایران
عنوان کرد:

بانک صادرات ایران امروز در یکی از درخشان ترین دوره های تاریخی خود قرار دارد

این بانک حاصل شده و امروز برای برداشتن گام های بلندتر و پر شتاب تر در عرصه داخلی و بین المللی آماده تر از همیشه است. یاد شهدای گران قدر و ایثارگر بانک صادرات ایران و دستاوردهای پر افتخار بیش از ۶۰ هزار پیشکسوت و شاغل بانک، برگ برنده و پشتوانه محکمی برای خدمت به مردم است و امروز در آستانه ورود به ۷۴ مین سال فعالیت این بانک معظم، قدمت و خدمت را با شعار «عمری با شما» گره می زنیم تا پیوندهای ناگسستنی مان را با مردم، محکم تر کنیم و برای سربلندی ایران عزیز، چشم به افق های پر فروغ تر داریم و برای نقش آفرینی بیشتر در اقتصاد کشور از هر زمان آماده تریم.

موفقیت های به دست آمده در دو سال اخیر از جمله افزایش سرمایه های صورت گرفته به عنوان اقدام محوری در اصلاح ساختارهای مالی، توام با رشد مناسب سودآوری به ویژه سود عملیاتی و کسب سهم مناسب از بازار، نشانه هایی از بالندگی روزافزون این بانک پر افتخار است که در فراخانی پر فراز و نشیب اقتصاد کشور، همچنان استوار و سربلند ایستاده است و نام بنیانگذارانش هر آینه بر تارک پر افتخار خدماتش می درخشد.

بانک صادرات ایران در کنار مردم به فناوری رسید و این بزرگی تنها در سایه اعتماد مردم به خادمان و خدمتگزاران پر تلاش

مدیرعامل بانک صادرات ایران به مناسبت فرارسیدن ۱۵ شهریور و آغاز ۷۴ مین سال فعالیت این بانک در پیامی با تبریک این روز به مدیران، کارکنان و پیشکسوتان این بانک مردمی، ابراز کرد: امروز بانک صادرات ایران در یکی از درخشان ترین دوره های تاریخی خود قرار دارد.

به گزارش نت صاد، در متن پیام محسن سیفی آمده است: بانک صادرات ایران امروز پس از ۷۳ سال خدمت پرافتخار به مردم و کشور، درختی تنومند در عرصه بانکداری و تامین مالی زیرساخت ها و بنگاه های اقتصادی خرد و کلان کشور به شمار می آید.

بهبود شاخص‌های سودآوری نشان می‌دهد شرایط کنونی بانک نسبت به سال‌های گذشته به مراتب بهتر شده است. مدیرعامل بانک صادرات ایران، افزود: در حوزه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات نیز پیشرفت چشمگیری نسبت به سال‌های گذشته حاصل شده و این دستاوردها تنها با تلاش تک‌تک همکاران صف و ستاد امکان‌پذیر بوده است.

سیفی با قدردانی از همراهی کارکنان، بازنشستگان، سهامداران، دولت، وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازمان بورس و سایر نهادها گفت: بر اساس برنامه‌ریزی‌ها، سال ۱۴۰۴ را به سالی ویژه و ماندگار در تاریخ بانک تبدیل خواهیم کرد. در این سال، بانک صادرات ایران به جایگاه واقعی خود در حوزه برندینگ دست خواهد یافت و اعتماد مشتریان و شرکای بانکی بیش از گذشته تقویت خواهد شد.

وی با اشاره به فرا رسیدن هفته وحدت، تأکید کرد: ما به تاریخ پرافتخار بانک صادرات ایران و همه کسانی که در طول این ۷۳ سال برای پیشرفت آن تلاش کرده‌اند افتخار می‌کنیم. نام بانک صادرات ایران با یاد و تلاش‌های مرحوم مهندس محمدعلی مفرح بنیان‌گذار بانک و همچنین ایثار و فداکاری شهدای گرانقدر این مجموعه گره خورده است.

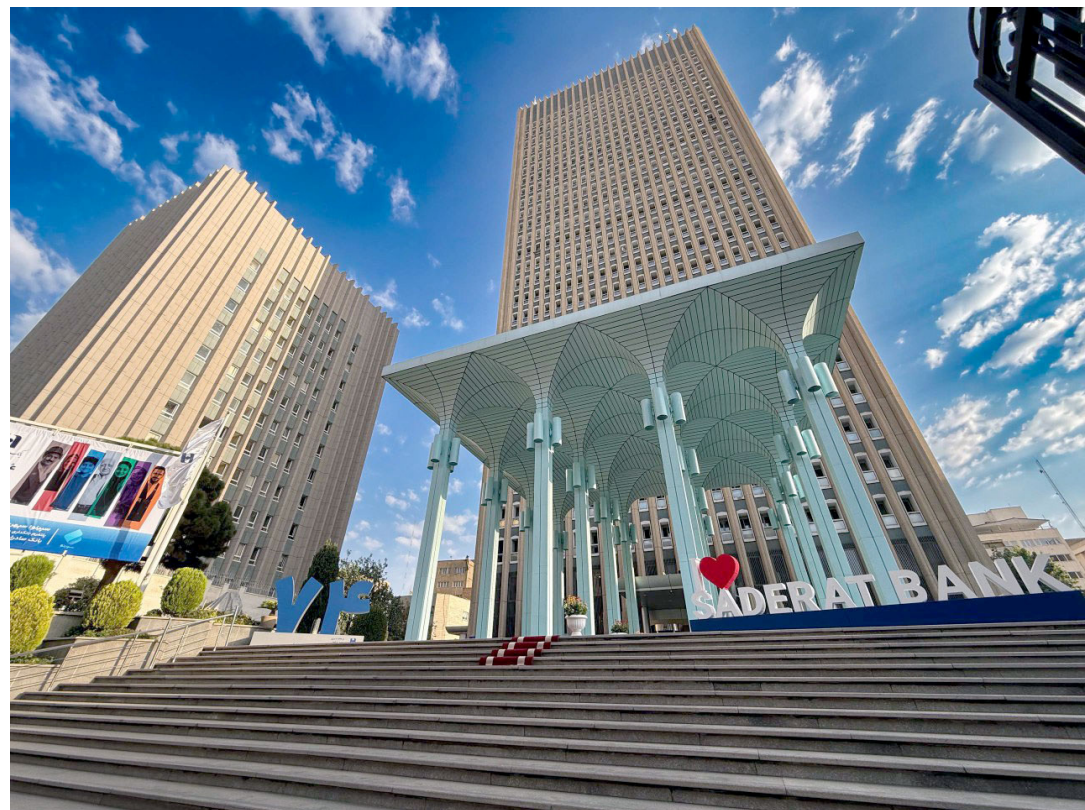
مدیرعامل بانک صادرات ایران در پایان از برنامه‌های در دست اجرا برای تأسیس «موزه بانک صادرات ایران» و برگزاری جشنواره‌ای با عنوان «نشان مفرح» خبر داد و گفت: این نشان به صورت سالانه به تلاشگران، شاغلان و پیشکسوتان شبکه بانکی و بانک صادرات ایران اهدا خواهد شد.

همزمان با این مراسم که با اجرای موسیقی زنده، پخش مستندی از تاریخ شفاهی بانک و اجرای گروه نوجوانان همراه بود، از یادمان شهدای بانک صادرات ایران و سردیس مرحوم مهندس محمدعلی مفرح در محوطه برج سپهر رونمایی شد.

مدیرعامل بانک صادرات ایران در آیین گرامیداشت آغاز ۷۴مین سال فعالیت این بانک، بر تداوم برنامه‌ریزی‌ها و تلاش‌های گسترده برای رسیدن به جایگاه واقعی و شایسته در نظام بانکی کشور تأکید کرد و گفت: امروز با همت همکاران صف و ستاد، بانک صادرات ایران در رتبه سوم شبکه بانکی قرار دارد و با عزم جدی، در مسیر دستیابی به جایگاهی بالاتر و شایسته‌تر گام برمی‌داریم.

به گزارش نت‌صاد، محسن سیفی در این مراسم که با حضور اعضای هیئت مدیره، هیئت عامل، معاونان، مدیران ارشد و کارکنان بانک در برج سپهر برگزار شد، اظهار داشت: همه تلاش‌ها برای تحقق وعده‌ها به کار گرفته شده و یکی از مهم‌ترین عوامل تداوم و موفقیت یک سازمان، بزرگان‌دیشی و حرکت حساب شده است. در طول ۲۵ ماه گذشته اهداف روشنی را دنبال کردیم و امروز می‌توانیم بگوییم که در دو بخش اصلاح ساختار مالی و توسعه فناوری اطلاعات، به بخش زیادی از وعده‌های خود عمل کرده‌ایم.

وی ادامه داد: اصلاح ساختار مالی بانک که مهم‌ترین اقدام استراتژیک برای آینده بانک به شمار می‌رفت، با وجود همه دشواری‌ها به سرانجام رسید و با افزایش‌های متوالی سرمایه، توانستیم ۱۰۰ درصد اهداف تجهیز منابع را محقق کنیم.



دکتر سیفی در آیین بزرگداشت آغاز ۷۴مین سال فعالیت بانک صادرات ایران تأکید کرد:

بانک صادرات ایران در مسیر دستیابی به جایگاه شایسته در نظام بانکی ثابت قدم است



دستاوردهای بانک صادرات ایران
مقارن با سال اول دولت چهاردهم

هفته دولت گرامی باد
ادولت کرام مردم



دومین شرکت در IMI 100

رتبه دوم ✓

بیشترین میزان دارایی
در بیست و هفتمین همایش
رتبه بندی شرکت های برتر کشور

۱۶ هزار و ۴۰۰ هزار میلیارد ریال

۴۱٪ رشد در مجموع دارایی ها

۶۲٪ افزایش نسبت دارایی های
سودآور به مجموع دارایی ها



بانک صادرات ایران

بانک صادرات ایران دومین شرکت برتر ایران شد

بانک صادرات ایران رتبه دوم بیشترین میزان دارایی در میان ۵۰۰ شرکت برتر کشور را در همایش رتبه بندی شرکت های برتر ایران به خود اختصاص داد. به گزارش نت صاد، مزمان با برگزاری بیست و هفتمین همایش رتبه بندی شرکت های برتر ایران (IMI ۱۰۰) با حضور معاون اول رئیس جمهور، وزیر صنعت، معدن و تجارت، مقامات دولتی و مدیران شرکت های بزرگ کشور، بانک صادرات ایران، حائز رتبه دوم بیشترین دارایی اعلام شد.

در این همایش که با سخنرانی محمدرضا عارف معاون اول رئیس جمهور و سید محمد اتابک وزیر صنعت، معدن و تجارت و مدیران سازمان مدیریت صنعتی کشور همراه بود، رتبه شرکت های برتر کشور در شاخص های مختلف فروش، دارایی، سودآوری، اشتغال و سایر شاخص های سال مالی ۱۴۰۲، اعلام شد.

بانک صادرات ایران با ۷۳ سال سابقه و حضور مؤثر در اقتصاد کشور، امروز بزرگترین بانک حاضر از نظر سرمایه در بورس کشور است و نقش برجسته ای در تأمین مالی بنگاه های اقتصادی و مالی کشور دارد.

حمایت ۷ هزار میلیارد ریالی بانک صادرات ایران از شرکت‌های دانش‌بنیان در چهار ماه نخست ۱۴۰۴

در این نشست که در مدیریت شعب منطقه غرب تهران برگزار شد، راهکارهای تسریع و تنوع خدمات مشترک بانک و صندوق برای کارآفرینان و شرکت‌های دانش‌بنیان در سال جاری مورد بحث و بررسی قرار گرفت. همچنین چالش‌های اجرایی و ابعاد مختلف تفاهم‌نامه موجود بررسی و بر گسترش همکاری‌ها، افزایش منابع صندوق و تسهیل پرداخت تسهیلات به برترین تولیدکنندگان دانش‌بنیان کشور توافق شد.

ماهه نخست سال ۱۴۰۴، افزود: در سال گذشته نیز بیش از ۹ هزار میلیارد ریال تسهیلات به ۸۰ شرکت دانش‌بنیان در قالب همکاری با صندوق نوآوری و شکوفایی پرداخت شد.

وی ادامه داد: حوزه‌های تجهیزات پزشکی و داروسازی، صنایع شیمیایی و پالایشگاهی، فناوری اطلاعات، برق و الکترونیک، ماشین‌آلات و صنایع فولاد از مهم‌ترین بخش‌های تحت حمایت این بانک بوده‌اند.

بانک صادرات ایران در ادامه رویکرد حمایتی خود از نخبگان و کارآفرینان کشور، با پرداخت نزدیک به ۷ هزار میلیارد ریال تسهیلات در چهار ماهه ابتدای سال ۱۴۰۴، همکاری‌های خود با صندوق نوآوری و شکوفایی را توسعه داد؛ اقدامی که با هدف تسریع و تنوع خدمات مالی به شرکت‌های دانش‌بنیان و پشتیبانی از تولید و اشتغال انجام شد.

به گزارش روابط عمومی بانک صادرات ایران، در نشستی با حضور سیدکاظم مرتضوی اسکویی معاون شعب بانک صادرات ایران، روح‌اله ذوالفقاری معاون اعتباری صندوق نوآوری و شکوفایی، مجید خلفی مدیر شعب منطقه غرب تهران و غلامرضا طالبیان رئیس اداره کل بانکداری شرکتی بانک صادرات ایران، بر توسعه همکاری‌های دوجانبه و پشتیبانی گسترده‌تر از شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید شد.

سیدکاظم مرتضوی اسکویی در این نشست با اشاره به جایگاه ویژه بانک صادرات ایران در حمایت از نخبگان و کارآفرینان، اظهار کرد: این بانک در طول ۷۴ سال فعالیت خود، یاور مطمئن تولیدکنندگان و کارآفرینان کشور بوده و نقش برجسته‌ای در رشد تولید و اشتغال ایفا کرده است.

غلامرضا طالبیان نیز با اعلام پرداخت نزدیک به ۷ هزار میلیارد ریال تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بنیان در چهار



بحرین به پرداخت ۲۱۴ میلیون یورو غرامت شد که یک موفقیت تاریخی برای بانک صادرات ایران و نظام بانکی کشور محسوب می‌شود.

وی با تأکید بر رویکرد اجتماعی بانک صادرات ایران افزود: در طول یک سال گذشته بیش از ۲۴۳ هزار فقره وام قرض‌الحسنه و حمایتی به ارزش ۶۰۰ هزار میلیارد ریال پرداخت کرده‌ایم. از این میان، بیش از ۸۱ هزار فقره وام ازدواج و جهیزیه و ۵۸ هزار فقره وام فرزندآوری نقش مؤثری در حمایت از خانواده‌ها و جوانی جمعیت داشته است. همچنین برای تأمین ودیعه مسکن، حمایت از ایثارگران، ایجاد مشاغل خرد و آزادی زندانیان نیازمند، تسهیلات ویژه‌ای پرداخت شده است.

مدیرعامل بانک صادرات ایران ادامه داد: بانک صادرات ایران همواره حامی شرکت‌های دانش‌بنیان بوده است. طی یک سال گذشته بیش از ۱۷ هزار میلیارد ریال تسهیلات و ۹ هزار میلیارد ریال ضمانت‌نامه در اختیار این بخش قرار گرفته است.

او با اشاره به خروج بانک از بنگاه‌داری تصریح کرد: عرضه سهام شرکت توسعه نیشکر و صنایع جانبی در فرابورس و رشد ۲۹۰ درصدی فروش املاک مازاد با برگزاری ۱۲۷ مزایده، بخشی از اقدامات بانک در این حوزه بوده است.

سیفی افزود: در اربعین امسال بیش از ۱۴ میلیارد دینار عراق به ۸۰ هزار زائر حسینی عرضه کردیم که نسبت به سال قبل ۳۲ درصد رشد داشت. این خدمت‌رسانی وظیفه‌ای ملی و معنوی برای بانک صادرات ایران است.



برگ «چکنو» (چک امن دیجیتال بانک صادرات ایران) صادر شده و سامانه توثیق الکترونیکی دارایی (ست) امکان توثیق الکترونیک دارایی‌ها و صدور سفته الکترونیک را برای مشتریان فراهم کرده است. پلتفرم بانکداری دیجیتال (سپینو) نیز در نخستین سال فعالیت خود بیش از ۳۰ میلیون تراکنش موفق ثبت کرده که نشانه استقبال گسترده مردم از خدمات دیجیتال بانک است.

سیفی با اشاره به دستاوردهای مهم بانک در حوزه وصول مطالبات گفت: موفق شدیم ۱۳ هزار میلیارد تومان از بزرگ‌ترین بدهکار بانکی را بعد از ۱۵ سال بازپس بگیریم. همچنین ۵ هزار میلیارد تومان از بدهی مؤسسه ثامن‌الائمه، حدود یک میلیارد درهم از شعب خارج کشور و مطالبات چند صد میلیون یورویی از شرکت‌های بزرگ را وصول کردیم. از سوی دیگر، رأی نهایی دیوان لاهه در پرونده فیوچر بانک بحرین منجر به محکومیت دولت

۱۰ دستاورد راهبردی بانک صادرات ایران
در سال نخست دولت چهاردهم

رشد ۲۶۳ درصدی سرمایه و ۹۱ درصدی سود خالص بانک صادرات ایران

محسن سیفی، مدیرعامل بانک صادرات ایران با تشریح عملکرد این بانک در نخستین سال دولت چهاردهم، از تحقق ۱۰ دستاورد کلیدی در حوزه‌های اصلاح ساختار مالی، تحول دیجیتال، وصول مطالبات، حمایت از تولید و خدمات اجتماعی خبر داد و گفت: بانک صادرات ایران امروز بیش از گذشته در مسیر سودآوری پایدار، خدمت به مردم و نقش‌آفرینی در اقتصاد ملی حرکت می‌کند.

به گزارش شبکه اخبار اقتصادی و دارایی ایران (شادا)، مدیرعامل بانک صادرات ایران در گفت‌وگو با این شبکه گزارشی از عملکرد یک‌ساله بانک ارائه داد و گفت: اصلاح ساختار مالی مهم‌ترین محور برنامه‌های بانک صادرات ایران در سال گذشته بود. سرمایه بانک با رشد ۲۶۳ درصدی به ۷۸۲ هزار میلیارد ریال رسید و نسبت کفایت سرمایه به ۲۰۶ درصد بهبود یافت. همچنین شاهد رشد ۴۴ درصدی درآمدهای عملیاتی، ۹۱ درصدی سود خالص و ۶۰ درصدی درآمدهای کارمزدی بودیم. این اصلاحات، ثبات مالی و سودآوری پایدار بانک را تضمین می‌کند. وی افزود: در حوزه فناوری اطلاعات، ابزارهای نوین بانکداری غیرحضوری همچنان پویاتر هستند. بیش از ۸۰۵ میلیون

مردادماه رویایی بانک صادرات ایران رقم خورد؛

رشد ۶۱ درصدی درآمد عملیاتی
وبصادر با تراز مثبت ۲۵

درآمد عملیاتی بانک صادرات ایران از محل سود تسهیلات، کارمزد خدمات به مشتریان، اوراق بدهی، سرمایه‌گذاری و سپرده‌گذاری در ۵ ماه نخست امسال با ۶۱ درصد جهش نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۳ به بیش از ۶۰۱ هزار میلیارد ریال رسید. راز این جهش مستمر درآمدهای عملیاتی بانک، بهبود ترکیب پرتفوی بانک و مدیریت منابع، توسعه درآمدهای کارمزدی و تنوع‌بخشی منابع سپرده‌هاست که تصویر روشنی از ثبات مالی و برنامه‌ریزی بلندمدت نمایش می‌دهد.

به گزارش روابط عمومی بانک صادرات ایران، این بانک با سرمایه ثبت شده بیش از ۷۸۲ هزار میلیارد ریالی در مرداد ۱۴۰۴ تراز مثبت عملیاتی ۲۵ درصد و در ۵ ماه نخست امسال تراز مثبت ۲۴ درصدی را ثبت کرده و حاشیه سود عملیاتی بانک با رشد ۴۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته بالغ بر ۱۱۶ هزار و ۷۳۰ میلیارد ریال برآورد شده است.

کارنامه ۵ ماهه نشان از استمرار روند اصلاح و تحول در بانک به سمت تأمین مالی پایدار برای مشتریان، مدیریت ریسک با سرمایه‌گذاری بهینه و ادامه سودسازی وبصادر دارد و آمارها به وضوح متنوع شدن درآمدها و تقویت منابع پایدار، تلاش برای بهره‌وری منابع و تقویت جایگاه بانک در تأمین مالی اقتصاد ایران را روایت می‌کند.

این گزارش می‌افزاید: درآمد تسهیلات اعطایی بانک در ۵ ماه ابتدای سال جاری با رشد ۵۳ درصدی از ۳۰۵ هزار میلیارد ریال در دوره مشابه سال گذشته به حدود ۴۶۸ هزار میلیارد ریال رسیده است. افزون بر اینکه میزان سپرده‌گذاری بانک با ثبت رقم بیش از ۲۳ هزار میلیارد ریال بیانگر حرکت به سمت مدیریت هوشمندانه نقدینگی و تنوع‌بخشی به پرتفوی است. کالبدشکافی ترکیب درآمد عملیاتی وبصادر در ۵ ماه نخست امسال روی دیگر تغییر ریل را در یکی از بزرگ‌ترین بانک‌های بورسی ارائه می‌دهد.

میزان ارزش اوراق بدهی از ۲.۵ هزار میلیارد ریال در سال گذشته به بیش از ۳۴.۷ هزار میلیارد ریال رسیده و رشدی نزدیک به ۱۳.۵ برابر را به ثبت رسانده که این

تغییر، نشانه‌ای از تمرکز بانک بر ابزارهای مالی مطمئن و کم‌ریسک است.

همچنین، درآمدهای کارمزدی بانک صادرات با رشد ۱۹ درصدی به بیش از ۴۱ هزار میلیارد ریال افزایش یافت که این روند مثبت حاکی از توسعه خدمات نوین بانکی و افزایش تعامل مشتریان با خدمات الکترونیک است.

منابع و مصارف وبصادر در خدمت مردم این گزارش می‌افزاید: مانده تسهیلات این بانک در پایان مردادماه با رشد ۴۰ درصدی نسبت به دوره مشابه سال قبل به بیش از ۹۱۲۲ هزار میلیارد ریال رسیده است؛ این رشد بیشتر به واسطه افزایش چشمگیر در مراحله، تسهیلات قرض‌الحسنه و اعتبارات اسنادی و ارزی رخ داده است. همچنین رشد ۳۵ درصدی تسهیلات قرض‌الحسنه نشان‌دهنده اهتمام بانک در ارائه خدمات مالی به خانوارها و توسعه اهداف بانکداری اجتماعی نظیر تسهیلات ازدواج و فرزندآوری است.

بانک صادرات ایران با رشد کلی ۴۰ درصدی در مانده تسهیلات، نه تنها حجم خدمات اعتباری را به‌طور قابل توجهی افزایش داده، بلکه ترکیب پرتفوی خود را نیز به‌سمت ابزارهای حمایتی، کم‌ریسک و تجارت‌محور سوق داده است؛ رویکردی که نویدبخش تقویت توان بانک برای پاسخگویی به نیازهای اقتصادی مشتریان و توسعه متوازن منابع اعتباری است. عملکرد ۵ ماهه بانک صادرات ایران بیانگر رشد پایدار درآمدی و تنوع‌بخشی به پرتفوی اعتباری است. افزایش تمرکز بر تسهیلات مراحله، فروش اقساطی و خرید دین، در کنار جهش مشارکت مدنی، چشم‌انداز مثبتی از بهبود سودآوری و مدیریت ریسک در سیاست‌های اعتباری بانک ترسیم می‌کند.

تومان از بزرگ‌ترین بدهکار بانکی پس از ۱۵ سال وصول کند و ۵ هزار میلیارد تومان از بدهی مؤسسه ثامن‌الائمه، یک میلیارد درهم از شعب خارج از کشور و مطالبات چند صد میلیون یورویی از شرکت‌های بزرگ دریافت شد.

همچنین رأی نهایی دیوان لاهه در پرونده فیوچر بانک بحرین منجر به محکومیت دولت بحرین به پرداخت ۲۱۴ میلیون یورو شد که موفقیتی تاریخی برای بانک و نظام بانکی کشور محسوب می‌شود.

بانک در ارائه خدمات پایدار است.

در حوزه بانکداری دیجیتال، بیش از ۸.۵ میلیون برگ «چکنو» صادر و سامانه توثیق الکترونیکی دارایی (ست) امکان صدور سفته و توثیق دارایی‌ها را فراهم کرده است. پلتفرم بانکداری دیجیتال «سپینو» نیز بیش از ۳۰ میلیون تراکنش موفق ثبت کرده و استقبال گسترده مشتریان از خدمات دیجیتال بانک را نشان می‌دهد.

در بخش وصول مطالبات، موفق شد ۱۳ هزار میلیارد

تقویت منابع پایدار و سپرده‌ها

بانک صادرات ایران در گزارش عملکرد ۵ ماهه‌اش از رشد ۴۷ درصدی سپرده‌های مشتریان خبر می‌دهد. رشدی که عمدتاً به افزایش سپرده‌های بلندمدت و ارزی و تقویت منابع پایدار بانک مربوط می‌شود. ترکیب سپرده‌های بانک صادرات نشان می‌دهد که بیشترین سهم منابع به قرض‌الحسنه جاری و پس‌انداز (حدود ۴۰ درصد) و سپرده‌های بلندمدت سه ساله و ارزی اختصاص دارد. این ترکیب به بانک امکان می‌دهد هم منابع پایدار داشته باشد و هم انعطاف لازم برای مدیریت نقدینگی کوتاه‌مدت را حفظ کند.

عملکرد پنج ماه ابتدای سال ۱۴۰۴ بانک صادرات در بخش سپرده‌ها، نشانه‌ای از تقویت منابع پایدار، افزایش اعتماد مشتریان و مدیریت هوشمند نقدینگی است. رشد چشمگیر سپرده‌های بلندمدت و ارزی در کنار حفظ سپرده‌های خرد، تصویر روشنی از ثبات مالی و برنامه‌ریزی بلندمدت بانک ارائه می‌دهد.

دستآورد راهبردی بانک صادرات ایران

گفتنی است بانک صادرات ایران در نخستین سال دولت چهاردهم با ثبت مجموعه‌ای از دستاوردهای کلیدی، مسیر سودآوری پایدار، تقویت ساختار مالی و نقش‌آفرینی در اقتصاد ملی را مستحکم کرده است. سرمایه بانک با رشد ۲۶۳ درصدی به ۷۸۲ هزار میلیارد ریال رسید و نسبت کفایت سرمایه به ۲.۶ درصد بهبود یافت.

درآمدهای عملیاتی ۴۴ درصد و سود خالص ۹۱ درصد افزایش یافته و درآمدهای کارمزدی نیز ۶۰ درصد رشد داشته است که نشان‌دهنده ثبات مالی و تقویت ظرفیت



همزمان با روز فناوری اطلاعات رخ داد: افتتاح آکادمی بانکداری هوشمند بانک صادرات ایران در دانشگاه صنعتی امیرکبیر

این دو موجب توسعه زیرساخت‌های فناوری، اقتصادی و صنعتی کشور خواهد بود. سیفی با اعلام آمادگی بانک صادرات ایران برای افزایش همکاری‌ها با دانشگاه‌های مختلف به ویژه دانشگاه صنعتی امیرکبیر، گفت: با توسعه این همکاری، شرکت‌های مختلف زیرمجموعه بانک از جمله هلدینگ صاد می‌توانند به طور جداگانه و اختصاصی با مجموعه دانشگاه صنعتی امیرکبیر همکاری گسترده‌ای داشته باشند که می‌تواند منجر به خلق فرصت‌های مناسب برای توسعه فناوری در مجموعه بانک صادرات ایران شود. فرصت برای بانک به معنی حضور در فضای رقابت بین بانکی است و با محصولات فناورانه و هوشمندسازی از بانکداری دیجیتال به سمت بانکداری هوشمند حرکت خواهد کرد.

وی افزود: انباشت دانش در شبکه دانشگاهی باید به شبکه بانکی در پیشرفت به سمت بانکداری هوشمند کمک کند و بانک صادرات ایران با تجربه ۷۳ ساله خود در کنار دانشگاه صنعتی امیرکبیر از این مسیر استقبال خواهد کرد.

عباس سروش، رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر نیز در آیین مراسم گشایش این آکادمی با قدردانی از دست‌اندرکاران و مسئولان بانک و دانشگاه در راه‌اندازی این مرکز، گفت: نظام بانکداری در کشور ما نسبت به سایر کشورها، از وضعیت مناسبی برخوردار است و جا دارد که به مجموعه نظام بانکی و به ویژه بانک صادرات ایران تبریک بگویم.

وی افزود: دانشگاه صنعتی امیرکبیر همواره در پیوند میان جامعه و صنعت پیش‌قدم بوده و طبیعی است که از هرگونه تعامل و همکاری با بانک صادرات ایران در جهت پیشبرد اهداف بانکداری نوین استقبال خواهد کرد.

سروش اظهار کرد: نتایج و میوه کار و دانش ما از طریق انتشار مقالات و برگزاری سمینارها

با حضور دکتر سیفی، مدیرعامل بانک صادرات ایران، شعبه مرکزی آکادمی دایمی «بانکداری هوشمند» به عنوان رکن آموزشی زیست بوم بانکداری مدرن بانک صادرات ایران، با هدف شناسایی و جذب نخبگان دانشگاهی تیم‌سازی در حوزه فناوری‌های نوین، همزمان با روز فناوری اطلاعات افتتاح شد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، در پی انعقاد تفاهم‌نامه توسعه همکاری‌ها، شعبه مرکزی «آکادمی بانکداری هوشمند» به عنوان رکن آموزشی زیست‌بوم بانکداری هوشمند بانک صادرات ایران و با هدف شناسایی و جذب نخبگان دانشگاهی، اعطای گرنت پژوهشی، تشکیل تیم‌های نوآفرین و پیاده‌سازی خدمات و محصولات در حوزه‌های مرتبط با داده و هوش مصنوعی و همچنین برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی ذیل ۱۲ کلان برنامه آموزشی کاربردی طی مراسمی با حضور محسن سیفی مدیرعامل و یاسر مرادی عضو هیئت‌مدیره این بانک و همچنین عباس سروش رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر و قائم‌مقام، معاونان و مسئولان این دانشگاه به طور رسمی افتتاح شد.

محسن سیفی، مدیرعامل بانک صادرات ایران در این مراسم با تبریک روز بزرگداشت خوارزمی ریاضی‌دان شهیر ایرانی و روز فناوری اطلاعات، گفت: آیین گشایش آکادمی بانکداری هوشمند، شروع همکاری گسترده و جدی بین بانک صادرات ایران و دانشگاه صنعتی امیرکبیر خواهد بود.

وی افزود: بانک در ادامه عملیات بانکداری و مسیر خود، نیازمند کمک‌های علمی و دانشگاهی است. دانشگاه نیز برای انباشت دانش نیازمند تجربیات شبکه بانکی است. در بانک با انباشت سرمایه‌های مردم به رشد سرمایه‌گذاری و توسعه کشور کمک می‌کنیم و انباشت این دانش در دانشگاه‌ها منجر به توسعه، عمران و آبادانی کشور می‌شود و تلفیق

به مراتب بیشتر و گام‌های بلندتری در زمینه توسعه خدمات بانکداری و خدمت به مردم و جامعه دارد و امید است این اقدام گامی مثبت برای حصول نتایج بهتر و ارزشمندتری در تلفیق سوپرمارکت مالی و هوش مصنوعی در بانک صادرات ایران برای جامعه در برداشته باشد.

«آکادمی بانکداری هوشمند»، نهاد آموزشی مشترک بانک صادرات ایران و دانشگاه صنعتی امیرکبیر است که با محوریت آموزش و پژوهش در حوزه‌های مرتبط با بانکداری هوشمند و نو فناوری‌های مالی در محل ساختمان اصلی دانشگاه راه‌اندازی شده است.

و تولید علم، مستقیم به جوامع خواهد رسید و البته جامعه خودمان در اولویت قرار دارد. دانشکده‌های متعدد این دانشگاه می‌توانند به بانک صادرات ایران در زمینه بانکداری نوین کمک کنند و بیشترین لذت برای ما دانشجویان این است که ببینیم نتایج و بیشترین منفعت کارمان به مردم برسد و قطعاً مدیران بانک صادرات ایران نیز در این نگرش با ما شریک هستند.

رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر با بیان خاطره‌ای از زمان کودکی از بانک صادرات ایران، افزود: تفاهم‌نامه منعقد شده بین بانک صادرات ایران و دانشگاه ظرفیت تعامل و همکاری





در بازار کاهشی تراکنش‌های مالی، متاثر از جنگ رخ داد:

رشد شگفت‌انگیز تراکنش‌های پرداخت الکترونیک سپهر در خردادماه

شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، PSP بانک صادرات و خانواده‌ی هلدینگ صاد، در خردادماه سال جاری، به رغم کاهشی بودن بازار، توانست سهم خود از بازار تراکنش‌های پرداخت را در شاخص مبلغ، نیم درصد رشد دهد.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، بر اساس گزارش‌های منتشرشده از سوی شاپرک، سهم سپهر از کل مبلغ تراکنش‌های حوزه پرداخت به ۵.۵۴ درصد رسید که نسبت به ماه قبل (اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۴) حدود نیم درصد رشد را نشان می‌دهد. این رشد در حالی اتفاق افتاده است که حجم کل تراکنش‌های پرداخت در همین دوره با کاهش ۳.۳۱ درصدی روبه‌رو شده‌است.

همچنین، سپهر در شاخص سهم از مبلغ تراکنش‌های پرداخت اینترنتی نیز رشد بیش از ۲ درصدی را نسبت به اردیبهشت‌ماه تجربه کرد. علاوه بر این سپهر در شاخص سهم از تعداد تراکنش نیز با رشد ۰.۰۷ درصدی مواجه بوده‌است.

سپهر اعلام کرده‌است که همواره تلاش می‌کند با بهبود کیفیت و ثبات خدمات خود، نیازهای مشتریان و پذیرندگان بانک صادرات ایران را پاسخ دهد.



امکان نقد کردن غیر حضوری انواع چک به سپینو اضافه شد

نسخه جدید سپینو بانک صادرات ایران با افزودن تعداد بیشتری از خدمات متنوع بانکداری غیرحضوری از جمله امکان نقد کردن چک دیجیتال شبکه بانکی کشور و بیش از ده خدمت متنوع دیگر، به عنوان یک شعبه موبایلی پیشرفته، در دسترس مشتریان قرار گرفت. به گزارش پایگاه خبری نت صاد در نسخه جدید پلتفرم بانکداری دیجیتال (سپینو)، چکنو بانک صادرات ایران به صورت آنی در روز سررسید، نقد شده و به حساب انتخابی کاربر واریز می‌شود. همچنین واگذاری چک‌های دیجیتال سایر بانک‌ها نیز به صورت غیرحضوری انجام و در صورت وصول، در چرخه چکاوک به حساب کاربر واریز می‌شود.

بر اساس این گزارش، در نسخه جدید پلتفرم بانکداری دیجیتال بانک صادرات ایران (سپینو) قابلیت‌های جدید دیگری در اختیار کاربران و مشتریان بانک صادرات ایران قرار گرفته که بر اساس آن خدمات چک صیادی مانند ثبت، تأیید، انتقال، تاریخچه و عودت چک صیادی، استعلام صادرکننده چک، استعلام بر اساس اقلام، چک برگشتی و استعلام وضعیت انتقال چک و همچنین وکالتی کردن حساب برای خرید از خودروسازان و بورس کالا و انتقال وجه از طریق QR code در دسترس کاربران است.

علاوه بر این، افزایش و بهبود فرآیند استفاده از اختیارنامه، تقویت بخش اقتصاد و هنر، تنوع در بخش هدیه دیجیتال، بهبود فرآیندهای احراز هویت، اضافه کردن وام قرض‌الحسنه به مجموع تسهیلات درخواستی، ارتقا و بهبود بخش رتبه‌بندی اعتباری، بهبود و تسهیل فرآیند درخواست صدور

کارت، تسهیل ورود به پلتفرم و عملکرد نوتیفیکیشن‌ها و همچنین امکان تغییر حساب مربوط به سجام و تنوع بیشتر خدمات پیامک حساب‌های کاربران از دیگر خدمات نوین سپینو است.

بنابراین گزارش، انتقال به حساب، پایا، ساتنا، کارت به کارت، پل، افتتاح حساب، خرید شارژ، پرداخت قبض، خرید بسته اینترنتی و فعال‌سازی پیامک به ترتیب مورد استقبال و استفاده کاربران سپینو از ابتدای بهره‌برداری تاکنون بوده است.

بر اساس تازه‌ترین آمار از استقبال کاربران، روند استفاده کاربران سپینو از خدمات آن از جمله خرید بسته اینترنتی، پرداخت قبض، کارت به کارت و سامانه پل از رشد قابل توجهی برخوردار بوده 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 خدمات غیرحضوری و کاهش نیاز مراجعه به شعب بانک فراهم آورده است.

خدمات متنوعی چون افتتاح حساب غیرحضوری، ثبت آنلاین درخواست تسهیلات، انتقال وجه هوشمند، کارت به کارت از مبدأ سایر بانک‌ها، پرداخت اقساط تسهیلات دریافتی خود و دیگران، خدمات چک صیادی، وکالتی کردن حساب برای طرح‌های فروش خودرو، خدمات خرید نقدی و اعتباری، پرداخت قبض، خرید شارژ و بسته اینترنتی، نیکوکاری، رتبه‌بندی اعتباری، رهگیری مرسوله پستی و تهیه و ارسال آنلاین هدیه دیجیتال از مهمترین مزیت‌های این پلتفرم برای بیش از ۴۵ میلیون مشتری بانک و کاربران سایر بانک‌ها است.



پیوند فناوری و صنعت در نیروگاه زواره

اجرای پروژه‌های تحول دیجیتال و نوسازی صنعتی شامل سامانه‌های اتوماسیون و مانیتورینگ، انرژی‌های تجدیدپذیر (مانند سلول‌های خورشیدی) و سیستم‌های تحلیل داده و هوشمندسازی از دیگری اهداف این تفاهم‌نامه بود.

توانمندسازی منابع انسانی و انتقال دانش فنی، آموزش‌های تخصصی فناوری اطلاعات و مهندسی برق و مکانیک، طراحی برنامه‌های ارتقاء مهارت و گواهی‌نامه‌های حرفه‌ای و تربیت تیم‌های عملیاتی مشترک در حوزه‌های تخصصی در این همکاری متقابل دیده شده است و بنابر هر دو سوی این تفاهم‌نامه با رویکردی باز، بر اساس نیازها، فرصت‌ها یا تحولات فناوری، پروژه‌ها و زمینه‌های همکاری جدید را تعریف و در قالب قراردادهای مکمل یا مستقل عملیاتی کنند.

شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، به دلیل ضرورت بهینه‌سازی مصرف انرژی، طراحی زیرساخت سبز، پایداری عملیاتی، بهبود بهره‌وری و ارزیابی فناوری‌های نو، در راستای مأموریت‌های خود تلاش دارد تا در رفع ناترازی‌ها و همچنین هم‌راستایی صنعت با محیط زیست که از سرفصل‌های انقلاب صنعتی چهارم است، نقش‌آفرینی کند و این تفاهم‌نامه، گامی مهم در این مسیر است.

شرکت خوارزمی با بیش از ربع قرن فعالیت، به شرکتی با یکی از گسترده‌ترین شبکه‌های پشتیبانی در سطح کشور تبدیل شده که در حال حاضر با همکاری بیش از ۵۰۰ نفر در خانواده خود، وظیفه پشتیبانی تجهیزات فاوی بیش از شش هزار شعبه بانکی و مراکز ستادی متعلق به چندین بانک و سازمان دولتی کشور را برعهده دارد.

شرکت مدیریت انرژی سپهر، مالک نیروگاه سیکل ترکیبی برق زواره اصفهان است. این نیروگاه با توان تولیدی ۴۸۴ مگاوات برق از سال ۱۳۹۰ به عرضه برق جهت تامین نیازها دایر است.

در راستای توسعه همکاری‌های مشترک موثر و ایجاد و ارائه خدمات فن‌آورانه در حوزه‌های مشترک کسب و کاری با بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و هم‌افزایی در شکل‌دهی خدمات نوآورانه و ورود به بازارهای جدید فین‌تک و کسب و کارهای وابسته؛ تفاهم‌نامه همکاری شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی و شرکت مدیریت سپهر انرژی به امضا رسید.

به گزارش پایگاه خبری نت‌صاد، این تفاهم‌نامه با حضور دکتر محمدحسین خروطی مدیرعامل شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی از خانواده هلدینگ فناوری و نوآوری صاد و مهندس رضا شریف مدیرعامل شرکت مدیریت سپهر انرژی صادرات در ۸ ماده به امضاء رسید.

با توجه به سابقه و توانمندی‌های شرکت خوارزمی در حوزه فناوری اطلاعات، پشتیبانی ساخت‌افزار و نرم‌افزار، خدمات زیرساخت شبکه، تجهیزات مراکز داده و پروژه‌های فن‌آورانه، نرم‌افزار، تحلیل داده، هوشمندسازی و با توجه به نیازهای روزافزون نیروگاه زواره در زمینه تحول دیجیتال، توسعه زیرساخت، بهره‌وری انرژی، و ارتقاء تجهیزات، تفاهم‌نامه فوق به امضا رسید. تفاهم‌نامه یاد شده با هدف ایجاد بستر همکاری راهبردی، بلندمدت، منعطف و چندوجهی میان شرکت خوارزمی و نیروگاه زواره تدوین شده است و ارتقاء، توسعه و بهینه‌سازی زیرساخت‌های فن‌آورانه نیروگاه شامل زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، ارتباطات، امنیت سایبری، شبکه‌های داده، سامانه‌های کنترلی و مراکز داده با بهره‌گیری از فناوری‌های روز و تجارب شرکت خوارزمی را دنبال می‌کند.

ارائه خدمات جامع پشتیبانی عملیاتی در زمینه سخت‌افزار، نرم‌افزار، تجهیزات شبکه، سیستم‌های مانیتورینگ، سامانه‌های صنعتی و زیرساختی، متناسب با استانداردهای مورد توافق و مرجع و همچنین مبتنی بر SLA مشخص و همکاری در طراحی و

در نشست تخصصی معرفی خدمات خانواده صادرات برای صنعت پخش مشخص شد:

توان بالای خانواده هلدینگ صاد برای خدمت‌رسانی به صنعت پخش

رفع مشکلات و دغدغه‌های آنها نیز در سال‌های اخیر با ارائه محصولات نوین و راهبردی بانک بیش از گذشته، مورد توجه بوده است.

صالحیان با اشاره به محصول راهبردی «چکنو» بانک صادرات ایران به عنوان نخستین چک امن دیجیتال نظام بانکی، گفت: امروزه بخش لجستیک و تأمین مالی زیرساخت‌ها از مهمترین دغدغه‌های صنعت پخش است و چکنو ظرفیت بسیار مناسبی برای پاسخگویی به مشکلات این صنعت دارد.

وی گفت: چکنو به دلیل فراهم آوردن بستر مناسب و امن برای جابجایی نامحدود مبلغ چک در هر ساعت از شبانه‌روز، راه‌حل مناسبی برای حل مشکلات نقل و انتقال پول و هزینه حمل و نقل کالا در شرایط مختلف از جمله عدم دسترسی به شعب در ساعات تعطیلی و سریع‌تر از ابزار چک کاغذی است و در این زمینه استقبال بخش زیادی از فعالان اقتصادی از این ابزار پیشرو، نشان از تداوم اعتماد مشتریان به بانک صادرات ایران است.

رئیس اداره کل بانکداری خرد و بازاریابی با بیان اینکه تاکنون بیش از ۸.۵ میلیون برگ چکنو توسط بانک صادرات ایران برای مشتریان صادر شده از پیشسازی این ابزار مهم پولی برای حل بسیاری از دغدغه‌ها و مشکلات صنعت پخش و حتی حل مشکل هزینه حمل بار برای رانندگان خودمالک، در ساعات تعطیلی شعب و ارقام بالاتر از سقف مجاز ابزارهای متداول بانکداری الکترونیک، خبر داد و گفت: چکنو بانک صادرات ایران به عنوان نخستین چک امن دیجیتال نظام بانکی همچنان پیشرو و مورد اعتماد است.

در این نشست همچنین رضا غلامعلی‌پور، مدیرعامل شرکت تأمین سرمایه سپهر به بیان گزارشی از توانمندی و قابلیت‌های این شرکت در مجموعه بازار سرمایه برای تأمین مالی شرکت‌های صنعت پخش پرداخت و گفت: صنعت پخش از جایگاه و اهمیت فراوانی در زندگی روزمره شهروندان برخوردار است و به این اهمیت در دو حوزه پخش مواد غذایی

در نشست معرفی ظرفیت‌ها، خدمات و محصولات بانک صادرات ایران و شرکت‌های تابعه آن، اعضای خانواده بزرگ هلدینگ صاد نیز در کنار دیگر شرکت‌های تابعه بانک، نسبت به معرفی توانمندی‌ها و خدمات خود در راستای توسعه صنعت پخش و حمایت از فعالان این حوزه اقدام کردند. در این نشست مشخص شد که خانواده صاد به عنوان بازوی اجرایی بانک صادرات ایران در حوزه بانکداری هوشمند و تحول دیجیتال از ظرفیت بالایی برای خدمت‌رسانی به صنایع مختلف از جمله صنعت پخش برخوردار هستند.

به گزارش پایگاه خبری نت صاد، نشست مذکور در حاشیه هفدمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت پخش برگزار شد و طی آن مدیران برخی از شرکت‌های تابعه بانک صادرات ایران از جمله شرکت تأمین سرمایه سپهر، بیمه سرمد، شرکت واسپاری سپهر و برخی از شرکت‌های تابعه هلدینگ صاد، نسبت به تبیین خدماتی که می‌توانند به صنعت پخش ارائه کنند، اقدام نمودند. از جمله شرکت‌های تابعه هلدینگ صاد که در این نشست نسبت به معرفی توانمندی‌ها و خدمات خود اقدام کردند، می‌توان به خود هلدینگ به صورت کلی، شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی، شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، شرکت فناوری و راه‌حل‌های هوشمند سپهر و شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین صاد اشاره کرد.

فریدون صالحیان رئیس اداره کل بانکداری خرد و بازاریابی در این نشست با اشاره به سهم ۹ درصدی صنعت پخش در اقتصاد کشور، بزرگی و اهمیت آن را خاطرنشان کرد و افزود: بانک صادرات ایران با ۷۳ سال سابقه، اثرگذاری در اقتصاد و گستردگی خدمات، نقش ارزنده‌ای در صنعت پخش دارد و تعامل و مراوده بانکی و مالی بیش از ۸۰ درصد شرکت‌های بزرگ این صنعت از دهه‌های گذشته تاکنون با بانک صادرات ایران مؤید همین مطلب است.

او افزود: مشتریان و فعالان صنعت پخش کشور همواره مورد توجه بانک بوده و کمک به

و دارویی به مراتب بیشتر است. اما مهمترین چالش‌های این صنعت در مقایسه با سایر صنایع، تأمین مالی خرید دارایی‌های ثابت از جمله ناوگان حمل و نقل، ساختمان، انبار و خرید سامانه‌های انبارداری و حسابداری و سامانه‌های برنامه‌ریزی است.

وی افزود: بهبود و بهسازی دارایی‌های ثابت یا بعضاً جایگزینی دارایی‌ها ممکن است نیاز به تأمین منابع داشته که بخشی از آن از طریق بازار پول قابل تهیه است اما برای بخش عمده آنها که دوره بازگشت بیشتری هست، نیاز به تعریف ابزارهای تأمین مالی دیگری از جمله انتشار اوراق است که توسط تأمین سرمایه سپهر بانک صادرات ایران قابل ارائه است.

غلامعلی‌پور از انتشار ۵۰۰۰ میلیارد تومان اوراق برای صنایع مختلف در تأمین سرمایه سپهر در شش ماه گذشته خبر داد و برای استفاده از ظرفیت‌های صندوق این شرکت برای کمک به شرکت‌های صنعت پخش اعلام آمادگی کرد.

محمد رحمانی، مدیرعامل کارگزاری بانک صادرات ایران نیز در این نشست به استفاده از ظرفیت تجميع منابع خرد و کراند فاندینگ برای توسعه کسب و کارهای نوین اشاره کرد و گفت: بر اساس پلتفرم‌های آنلاینی که تحت نظر نهادهای ناظر در بازار سرمایه هستند منابع خرد از سرمایه‌گذاران جمع می‌شود و این منابع به صورت سرمایه‌گذاری در

طرح‌هایی که روی این پلتفرم‌ها ارائه شده تجهیز می‌شود و در کارگزاری بانک صادرات ایران علاوه بر ارائه خدمات عمومی بازار سرمایه و معاملات سهام از این ظرفیت‌ها نیز می‌توان برای تأمین مالی کوتاه‌مدت در صنعت پخش استفاده کرد و کارگزاری بانک صادرات ایران برای ارائه این خدمات آمادگی کامل دارد و ارائه خدمات ویژه زنجیره‌ای بین شبکه پخش و بورس کالا یا بورس انرژی را از دیگر امکانات این کارگزاری برای صنعت پخش عنوان کرد.

اسماعیل کریمیان، مدیرعامل واسپاری سپهر نیز در این نشست با تشریح وضعیت صنعت پخش در اقتصاد کشور گفت: از ۳۰۰ شرکت فعال در صنعت واسپاری، تنها ۳۶ شرکت مجوز به فعالیت از بانک مرکزی دارند که سرآمد آنها شرکت واسپاری سپهر صادرات است. با حمایت‌های بانک صادرات ایران و پشتیبانی‌هایی که انجام می‌دهد و ظرفیت‌هایی که دارد، شرکت واسپاری صادرات به جرات در تمامی بخش‌های اقتصادی حوزه‌های بازرگانی توزیعی صنعت معدن کشاورزی فعال است و در صنعت پخش و ناوگان حمل و نقل نیز از خودروهای سبک تا خودروهای سنگین مشمول خدمات این شرکت هستند

حسن پورکاظمی، قائم‌مقام بیمه سرمد نیز در این پنل گفت: بانک صادرات ایران با قدمت ۷۲ ساله یکی از ارکان اقتصادی کشور است که در تکمیل زنجیره تأمین مالی خود، محصولات بیمه را نیز در مجموعه شرکت بیمه سرمد گنجانده و این شرکت طی ۱۱ سال قدمت تمامی خدمات عمومی صنعت بیمه را ارائه کرده و در این شرکت این توانایی وجود دارد تا در شعب سراسر کشور خدمات قابل توجهی به فعالان صنعت حمل و نقل داشته باشد.

وی افزایش سرمایه و سوددهی و رتبه قابل قبول توانگری مالی این شرکت در صنعت را نقطه قوت این شرکت در کنار حمایت بانک صادرات ایران برای خدمت به صنعت پخش عنوان کرد.

امیر وصالی، معاون کسب و کار هلدینگ صاد نیز اداره شدن سنتی و سیستم‌های اطلاعاتی جزیره‌ای و قدیمی و عدم امکان پایش لحظه‌ای ناوگان و همچنین سیستم‌های مالی و پرداخت در این صنعت را مشکل اصلی آن عنوان کرد و گفت: حضور فناوری و دیجیتال شدن فرآیندها مطمئناً می‌تواند گام‌های مناسبی را رقم بزند. از سیستم‌های سفارش‌گیری آنلاین گرفته تا ردیابی لحظه‌ای ناوگان‌ها و تحلیل داده‌های فروش و روش‌های نوین تعاملات مالی و پرداخت، فرصتی برای شرکت‌های زیر مجموعه بانک





صادرات ایران است که بتوانند این فضا را بهبود ببخشند. وی توسعه روش‌های پرداخت هوشمند و ارائه سرویس‌های مدیریت امنیت اطلاعات و سیاست زیرساخت‌های مورد نیاز توام با لایه‌های مختلف امنیتی را از مهمترین راهکارهای این هلدینگ برای صنعت پخش پیشنهاد کرد. احمد پیشگاه‌زاده، مدیرعامل شرکت پرداخت الکترونیک سپهر نیز با بیان اینکه این شرکت هم به عنوان یکی از شرکت‌های زیرمجموعه هلدینگ صاد با افتخار خدمات متنوعی را در قالب شبکه شاپرک در سطح کشور به کسب و کارهای مختلف ارائه می‌کند، گفت: شرکت‌های psp به همه دارندگان حساب‌های بانکی، خدمات حوزه پرداخت ارائه می‌کنند. در شرکت پرداخت الکترونیک سپهر علاوه بر ارائه خدمات دستگاه‌های پایانه فروش، امکان ارائه خدمات پرداخت اینترنتی و IPG وجود دارد و این خدمت در غیاب اسکناس و مسکوک که متأسفانه حجم آن در کشور به زیر یک درصد رسیده، می‌تواند کمک فراوانی به صنعت پخش داشته باشد.



وی با اشاره به اینکه صنعت پخش در سال ۱۴۰۳ تقریباً گردش مالی ۹۵۰ هزار میلیارد تومان را تجربه کرده، افزود: صنعت پخش، حجم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده و هم در بخش دارویی و غذایی دامنه وسیعی دارد و با اشتغال مستقیم و غیرمستقیم ۳۰۰ هزار نفری، سهمی مهم در اقتصاد کشور دارد که سهم ارزشمندی است و شرکت پرداخت الکترونیک سپهر با ۶ درصد سهم از بازار، شرایط مناسب‌تری برای خدمت به BNPL ها و لندتک‌ها را نیز به این صنعت دارد.

محمدحسین خروطی، مدیرعامل شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی نیز با ارائه گزارشی از سابقه ۳۰ ساله این شرکت گفت: شرکت خوارزمی در ۳۱ استان کشور و حتی در قشم خدمات زیرساخت و آی تی ارائه می‌کند و برای خدمت و کمک به صنعت پخش نیز آمادگی کامل دارد.

وی افزود: امروز فناوری اطلاعات یک انتخاب نیست بلکه یک الزام هست و صنعت پخش برای پیشرو بودن و تحول‌آفرین بودن، نیازمند حضور در بخش‌های فناورانه است و این امکان برای ما مهیاست و ما می‌توانیم این امکانات را در اختیار شما قرار دهیم.



رعیت‌نیا، عضو هیات مدیره شرکت فناوری و راه‌حل‌های هوشمند سپهر نیز در این نشست گفت: این شرکت با هدف ارائه خدمات نرم‌افزاری و بانکی به مشتریان نهایی بانک ایجاد شد. این شرکت نرم‌افزار سپینو را توسعه داد و امروز با بیش از دو میلیون کاربر و بازار مشتریان بانک صادرات ایران، می‌توان به حداقل ۵۰ میلیون مشتری این بانک با این نرم‌افزار خدمت ارائه کرد.

وی سامانه توثیق الکترونیکی دارایی با عنوان ست را از دیگر خدمات توسعه‌یافته این شرکت عنوان کرد که دارایی‌های دیجیتال به عنوان ضامن وام به وثیقه‌گذارده می‌شوند. سامانه سپهریار هم محصول دیگر این شرکت است که می‌توان نرم افزارهای مالی و نرم‌افزار مدیریت چک را به آن متصل کرد که در نوع خودش از زمره اولین‌های این فناوری است.

محسن نیک‌نفس، معاون شرکت پیشگامان فناوری‌های نوین مهمترین محصول ویژه برای صنعت پخش را خدمات BNPL و برات‌کارت الکترونیک عنوان و برای ارائه خدمات نوین فناورانه به صنعت پخش اعلام آمادگی کرد.

شایان ذکر است، از جمله خدماتی که اعضای خانواده‌ی صاد می‌توانند به صنعت پخش (و دیگر صنایع) ارائه کنند، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ارائه انواع راهکارها و خدمات پرداخت و مدیریت مالی و ارائه درگاه‌های پرداخت الکترونیکی و دیجیتالی

- ارائه خدمات تحول دیجیتال سیستمی در شرکت‌های پخش و سیستماتیک کردن فرایندهای کاری و مالی این شرکت‌ها با کمک فناوری‌های جدید از جمله هوش مصنوعی

- ارائه خدمات بانکداری هوشمند و دیجیتال در قالب نئوبانک سپینو و دیگر نرم‌افزارهای بانکداری هوشمند بانک صادرات مثل چکنو (چک الکترونیکی بانک صادرات ایران) و ست (سامانه توثیق الکترونیکی دارایی)

- ارائه انواع تجهیزات نرم افزاری و سخت‌افزاری

- ارائه وام از طریق سامانه‌های دیجیتال مثل وام‌پی (لندتک بانک صادرات ایران و شرکت پرداخت الکترونیک سپهر)

- ارائه خدمات رفاهی به کارکنان سازمان‌ها و شرکت‌های فعال در صنعت پخش.

