

## اپ استورهای وطنی همچنان می تازند

۷

# عصر ارتباط

شنبه ۱۱ مرداد ۱۳۹۹ ■ سال هجدهم ■ شماره ۹۵۸ ■ ۸ صفحه ■ ۳۰۰۰ تومان ASREERTEBAT.COM Sat. 1 Aug 2020 ■ Vol.18 ■ No.958

## جای خالی نهاد ملی در پروژه «ایران دیجیتال»

۳

### ورود

تحویل هزینه سالانه  
۲ میلیارد دلار  
با حذف سکه



محمد رضا جمالی

در عصر تراکنش و پرداخت های الکترونیکی و آنلاین و در دوران گذار از بانکداری الکترونیکی به دیجیتال که دستگاه های کارت خوان، درگاه های اینترنتی و کارت های بانکی، به ویژه در ایام کرونا، رایج ترین ابزار تبادلات مالی محسوب می شوند، سخن گفتن از اهمیت پول نقد، سکه و اسکناس در نظام اقتصادی کشور، شاید از دیدگاه رگولاتور، فعالان بانکی، PSP ها، فین تک ها و دیگر بازیگران اکوسیستم بانکداری دیجیتال به یک شوخی شبیه باشد و یا حس نوستالژیک مردم عادی را برانگیزد و از سکه های پنج تومانی تا ۵۰۰ تومانی یاد کنند. این ها اما تمام واقعیت نیست!

پروژه «مدل ساز شبکه پرداخت نقد و الکترونیک» محصول شرکت نبض افزار با مشارکت دانشگاه تهران که قریب به یک سال ونیم است از اجرای آن می گذرد، نشان می دهد تقویت پول نقد، اسکناس و مسکوکات، زوایای آشکار و پنهانی دارد که در هیاهوی بانکداری دیجیتال گم شده است. شاید هم دست هایی در کار است تا به بهانه ورود فناوری های نوین، سکه و اسکناس را از رونق بیندازند و از نمد بازار پرسود پرداخت الکترونیکی، کلاهی برای خود بدوزند...

ادامه در صفحه ۲



حسین حبیب اله



مهدی آجانی



مهدی علی پنهانی زاده

در میزگرد آنلاین با حضور مدیران بانکی و ارتباطات کشور بررسی شد

## پیش نویس کیف الکترونیکی پول تسهیل کننده یا محدود کننده؟

۴

### مدیر ارشد اجرایی اپراتور شبکه علمی کشور مخابرات به صنایع پایین دستی ورود نکند

هفته گذشته خبری منتشر شد مبنی بر اینکه پروژه شبکه علمی کشور متوقف شده است که گروه سیمرغ سامانه به عنوان مجری این پروژه آن را تکذیب و اعلام کرد این پروژه متوقف نشده و با قدرت تمام به فعالیت خود ادامه می دهد. به منظور بررسی این موضوع و ابهامات مطرح شده در این خصوص گفت و گویی با محمد حسن مقدم فر، سیاست گذار، سرمایه گذار و مدیر اجرایی اپراتوری شبکه علمی کشور انجام داده ایم که در پی می آید.

۱

### بررسی نقش منابع انسانی در تغییر رویه بانکداری به سمت دیجیتال دوست یا دشمن؟

۸

### مقررات بانکی در برابر نوآوری بانکداری دیجیتال

بسیاری از صاحب نظران در مورد چگونگی مواجهه با یک چالش عظیم (برخورد با نوآوری دیجیتال در بانکداری) اظهار نظر کرده و دغدغه اصلی شان این است که چگونه نوآوری دیجیتال با مقررات مقابله می کند؟...

۸

## با کدپرداز به راحتی پرداز



پرداخت کن

اسکن کن

نصب کن

صاحبان محترم کسب و کار، لطفا جهت دریافت  
برچسب «کدپرداز» به وبسایت code-pardaz.ir  
مراجعه و یا با شماره ۰۲۱-۲۳۱۸ تماس بگیرید.



نصب تاپ از طریق [www.top.ir](http://www.top.ir) ارتباط با مشتریان ۰۲۱-۲۳۱۸

neuronta.official



تنهانشبکه  
ارایه دهنده  
**SLA**  
End to End  
Service level Agreement  
مشاوره و فروش  
۴۵۶۶۷۰۰۰



## هک نمیشود

شبکه نورونتا با استفاده از تجهیزات منحصر بفرد شبکه های اختصاصی و غیر اشتراکی و با تکنیک های حفاظتی نوین بستری امن برای ارتباطات سازمانی فراهم نموده است.



# حذف سکه سالانه ۲ میلیارد دلار هزینه بر کشور تحمیل می‌کند

اسکناس است، بنابراین وقتی استفاده از اسکناس و سکه تا این حد ارزان است، چرا از آن استفاده نکنیم. آمار اشتباه دیگری که بانک مرکزی منتشر می‌کند و آقای همتی هم در صحن علنی مجلس به آن اشاره کرد، این است که ما ۸ میلیارد اسکناس داریم که ۵ میلیارد آن، زیر ۲ هزار تومان است در حالی که این آمار، تجمیع شده است و از همان گذشته وجود داشته و مستهلک آن که خارج شده، محاسبه نمی‌شود.

**\*آقای دکتر! آیا شما استدلال‌ها و پیشنهادهای خود را با رگولاتور مطرح کرده‌اید، نتیجه چه بوده است؟**

**جمالی:** ما همه این صحبت‌ها را با بانک مرکزی انجام داده‌ایم. بانک مرکزی قبول ندارد! معاونت فناوری‌های نوین و اداره نظام‌های پرداخت کشور قبول ندارد. البته آقای همتی قبول دارد که سکه و اسکناس باید احیا شود اما بیشتر به حذف چهار صفر پرداخته است. این مسایل که درباره سکه و اسکناس مطرح می‌کنیم، ربطی به حذف صفر ندارد و همین الان باید انجام شود و با حذف چهار صفر و آمدن قران، در حال حاضر که یک قران معادل ۱۰ تومان است، باید ضرب شود. همچنین ما در مجموع، ۱۱ محور را به بانک مرکزی پیشنهاد دادیم که اصلاح شود. یکی از آنها تقویت سکه و اسکناس بود. موارد دیگری مانند روش‌های تسویه و حذف سود سپرده‌های دولتی نیز بوده که از زمان حضور آقای همتی، فقط یک مورد، لحاظ شده است. این مورد، حذف روزشمار کردن سود حساب‌های کوتاه‌مدت بوده که حدود ۳ تا ۴ درصد هزینه تمام‌شده پول را برای بانک‌ها کاهش داده است.

**\*سرانجام پروژه مدل‌ساز شبکه پرداخت نقد و الکترونیکی چیست، آیا بانک مرکزی از آن استقبال می‌کند؟**

**جمالی:** پروژه شبیه‌ساز از نظر ما در این مقطع، تمام است و می‌تواند در ادامه در خصوص تصمیم‌گیری در حوزه حذف چهار صفر از سوی بانک مرکزی مورد توجه قرار گیرد. این پروژه، با دانشگاه تهران کار شده است. آنها مدل همکاری با صنعت به صورت مشارکتی یا مدل‌های دیگر دارند، البته ممکن است رگولاتوری داخل کشور این محصول را از ما خریداری نکند اما کشورهای دیگر این کار را انجام دهند! ما به عنوان شرکت فعال در این حوزه، در لایه‌های مختلف، یک سری اهداف داریم از جمله اینکه به ۴۰۰ تراکنش، یک تراکنش خطا برسیم که این موضوع در همه ابزارها اعم از پول نقد، سکه و اسکناس تا تراکنش‌های الکترونیکی در نظر گرفته شده است. هدف دوم، کاهش هزینه تمام‌شده پول به کمتر از ۳ درصد است. روزی که شروع کردیم هر ۱۰ تراکنش یک خطا بود و در زمان واریز یارانه‌ها تا ۵۰ درصد خطا هم وجود داشت. الان ۱۵۰ تراکنش یک خطا داریم و در بدترین حالت، خطای شبکه به ۴۰ تراکنش یک خطا می‌رسد.

**\*چشم‌انداز حذف یارونق سکه و اسکناس در سال‌های آینده از نظر شما چیست؟**

**جمالی:** تا سال ۲۰۵۰، هیچ ابزاری پیش‌بینی نمی‌شود که به اندازه سکه و اسکناس حداقل در مبالغ خرد به کار رود. البته اسکناس هزار یوروبی نخواهیم داشت، اسکناس ۱۰ هزار دلاری وجود دارد اما دست مردم نیست بلکه بین بانک‌های آمریکا جابه‌جا می‌شود اما در بازار بیش از ۱۰۰ دلار نمی‌بینید. آنها در حال کاهش دادن اسکناس‌های درشت هستند. اتحادیه اروپا قصد دارد ۵۰۰ یوروبی را نیز حذف کند و به ۲۰۰ یورو برساند ولی در پرداخت‌های خرد، حذف سکه و اسکناس سال‌ها طول می‌کشد و ابزار دیگری وجود ندارد که با هزینه پایین‌تر کار کند.

**\*برای جمع‌بندی موضوع اگر نکته خاصی مدنظر تان است، بفرمایید.**

**جمالی:** همیشه باید هزینه -فایده درست انجام دهیم. ابزاری که طی ۱۰ هزار سال در تمدن بشری شکل گرفته، حتما قدرت بالایی دارد. چطور می‌شود که بانک مرکزی به خودش اجازه می‌دهد آن را حذف کند؟ چطور Best Practice های دنیا را لحاظ نمی‌کنیم و با راه‌حل‌های وطنی، حال اقتصاد کشور را بدتر می‌کنیم؟ ما باید ریشه‌های افزایش نقدینگی را بررسی کنیم. الان حجم نقدینگی ما به ۲۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. این عدد، بسیار نگران‌کننده است و هر یک درصد پول که به شبه‌پول تبدیل شود با سود علی‌الحساب ۱۰ درصد، حدود ۲۶۰۰ میلیارد تومان به بانک‌ها فشار وارد می‌کند، بنابراین لازم است سیستم‌های پرداخت یکپارچه شود، یعنی ابزارهای سنتی و مدرن کنار هم باشند. در حالی که ما نظام‌های پرداخت را به صورت یک اداره زیر نظر معاونت فناوری‌های نوین در آورده‌ایم.



است؛ به تعبیر دیگر، حدود ۴۷۰ میلیارد تومانی که بابت تراکنش‌های زیر ۵ هزار تومان پرداخت شده، ۳۱۵ میلیارد تومان به شتاب و شاپرک تعلق دارد. وقتی بانک مرکزی خودش ذی‌نفع است و سود می‌برد، در برابر تقویت پول نقد و ضرب سکه و چاپ اسکناس، مقاومت می‌کند. **جمالی:** رگولاتور بانکی هم به خاطر منفعت و هم به دلیل عدم آگاهی لازم درباره مزیت‌های ضرب سکه و چاپ اسکناس، فکر می‌کند با گسترش کارت‌های بانکی و کارت‌خوان‌ها کاری نو انجام داده و در خاور میانه و شاخ آفریقا، بهترین است! در وضعیت کنونی، شاپرک و شتاب بیش از ۲ هزار میلیارد تومان در آمد دارند و بخش زیادی از درآمدها به شرکت‌های حاکمیتی مانند شرکت خدمات انفورماتیک می‌رسد. درآمدها آنقدر بالاست که بی‌زینس مدل‌هایی مانند کیف پول هم قابل رقابت با شاپرک نیست. اگر کیف پول راه‌اندازی شود آن ۸۰ درصد تراکنش‌هایی که زیر ۵۰ هزار تومان است، هر ۱۰ یا ۲۰ مورد تبدیل به یک تراکنش شارژ کیف پول می‌شود. رگولاتور حاضر نیست کاهش درآمد را تحمل کند.

**\*نظر تان درباره آمار با اظهاراتی که مسوولان بانک مرکزی در خصوص هزینه‌های ناشی از ضرب سکه و چاپ اسکناس مطرح می‌کنند، چیست؟**

**جمالی:** آماری که شاپرک درباره پول نقد و پرداخت‌ها می‌دهد، اشتباه است. به‌طور مثال می‌گوید ۳ درصد کل تراکنش‌های کشور، مبتنی بر سکه و اسکناس است. این سخن، درست نیست. ۳ درصد نقدینگی ما از سکه و اسکناس است. اینکه هر سکه و اسکناس چقدر گردش دارد، محاسبه نمی‌کند و پرداخت‌های خود را با معیار غلط مطرح می‌کند. در حالی که بسیاری از تراکنش‌های شاپرک خرید نیست، همچنین نزدیک ۶۰ هزار خودپرداز در کشور داریم که به‌طور متوسط هفته‌ای ۵۰ میلیون تومان داخل آنها قرار داده می‌شود. وقتی گردش آنها را حساب می‌کنید، ۴۱ هزار میلیارد تومان کل پول نقد در گردش است که اگر یک مرتبه در هفته این مقدار پول نقد گردش کند، ۲۲۰۰ هزار میلیارد تومان گردش سالانه پول نقد می‌شود. مجموع گردش سالانه تراکنش‌های شاپرکی، ۳۲۰۰ هزار میلیارد تومان است؛ یعنی ۴۱ درصد گردش با پول نقد و ۵۹ درصد با شاپرک است. ضمن اینکه بسیاری از تراکنش‌های شاپرک، خرید واقعی نیست و جزو تولید ناخالص داخلی محسوب نمی‌شود.

**حیدر یان:** اتفاقاً مساله اول درباره آمار و ارقام نادرستی است که بانک مرکزی درباره آن صحبت می‌کند. در بحث حذف چهار صفر، آقای همتی در مجلس اعلام کردند ضرب سکه برای ما صرفه اقتصادی ندارد. طبق آمار بانک مرکزی، هزینه سکه ۱۰۰ تومانی ۳۰۰ تومان، ۲۰۰ تومانی ۵۰۰ تومان و ۵۰۰ تومانی ۸۰۰ تومان است. به گفته ایشان، یکی از دلایل حذف چهار صفر، مقرون به صرفه شدن ضرب سکه و احیای آن است. شما در نظر بگیرید تراکنشی که مبلغ آن ۵ هزار تومان است، در بدترین حالت با ۱۰ سکه ۵۰۰ تومانی پرداخت شود، با توجه به اینکه بر اساس تحلیل‌های شرکت نبض‌افزار هزینه هر بار استفاده از یک سکه در پرداخت نقد حداکثر برابر سه ریال است، هزینه آن، ۳۰ ریال خواهد بود اما همین مبلغ اگر به صورت الکترونیکی پرداخت شود، کارمزد آن ۷۵ تومان (۲۵ برابر) است. وقتی یک ابزار پرداخت تا این حد، ارزان است چرا از آن استفاده نشود؟ در حال حاضر، ۲۷۵ تومان بیشترین مبلغی است که بابت کارمزد در تراکنش‌های خرید توسط بانک‌ها پرداخت می‌شود. این هزینه، با توجه به اینکه طبق تحلیل‌های شرکت نبض‌افزار هزینه هر بار استفاده از اسکناس حدود ۶ ریال است، معادل استفاده از ۴۵۰



کالا، حدود ۲ دلار یا یورو است اما آمریکا سکه یک سنتی می‌زند. با دلار ۲۰ هزار تومانی، یک سنت معادل ۲۰۰ تومان می‌شود. در سال ۲۰۱۸ وزارت خزانه‌داری آمریکا، ۷٫۵ میلیارد سکه یک سنتی زده و ضرب و توزیع کرده است که هر کدام ۲ سنت هزینه داشته است. نباید فقط هزینه ضرب را در نظر بگیریم. وقتی هزینه ضرب را نمی‌دهیم، در عوض باید دلار در جامعه توزیع کنیم. ارزیابی ما این است که هزینه ضرب سکه و اسکناس در ایران، حدود ۱۲۰۰ میلیارد تومان بیشتر نیست. در سکه‌های خرد و اسکناس‌های ریز، کمتر از ۶۵۰ میلیارد تومان لازم است.

**\*هزینه‌های تراکنش‌های خرد و عدم تقویت سکه و اسکناس، چگونه به اقتصاد بانک‌ها لطمه می‌زند؟**

**جمالی:** در حال حاضر، یک تراکنش ۵ هزار تومانی که از طریق شتاب و شاپرک انجام می‌شود، ۷۵ تومان کارمزد به آن تعلق می‌گیرد. فشاری که به بانک وارد می‌شود و تراکنش‌هایی که هر سال اضافه می‌شود از ۳۰ تا ۴۰ درصد و همین‌طور به بالا، به اقتصاد کشور ضربه می‌زند. افزایش تراکنش‌ها، مفهومش این نیست که لزوماً فرهنگ این قضیه ارتقا پیدا کرده، چون تراکنش‌ها خردتر شده است. علی‌رغم تورم بالا، باز هم رقم تراکنش‌های خرد بسیار زیاد است. همین الان، ۵۰ درصد تراکنش‌های شاپرک، زیر ۱۰ هزار تومان است و این ابزار برای چنین پرداخت‌هایی نیست. به عنوان مثال، بانک اقتصاد نوین اعلام کرده است ۳۶ میلیارد تومان در سال گذشته سود کرده که جزو معدود بانک‌های سودآور محسوب می‌شود اما اگر صورت‌های مالی این بانک را نگاه کنید، بیش از ۲۰۰ میلیارد تومان، به شرکت‌های ارایه‌دهنده خدمات پرداخت، شتاب و شاپرک، کارمزد داده است؛ یعنی در آمد این بانک می‌توانست پنج برابر شود.

**حیدر یان:** براساس اطلاعاتی که در تراکنش‌های پرداختی شاپرک مشاهده می‌کنیم، حدود ۹۳ درصد تراکنش‌ها، زیر ۱۰۰ هزار تومان هستند. با این وجود، اگر ما سکه و اسکناس برای پرداخت این مبالغ چاپ کنیم، حدود ۴٫۵ میلیارد قطعه سکه و اسکناس می‌شود و نزدیک ۱۲۰۰ میلیارد تومان نیز هزینه ضرب و چاپ دارد. یعنی با حدود ۴٫۵ میلیارد قطعه سکه و اسکناس می‌توانیم پرداخت نقدی زیر ۱۰۰ هزار تومان را پوشش دهیم که ۹۳ درصد پرداخت‌ها از طریق کارت‌خوان یا سایر پایانه‌های الکترونیکی است.

**\*چرا بانک مرکزی زیر بار موضوع چاپ اسکناس و ضرب سکه نمی‌رود، دلایل رگولاتور بانکی در این زمینه چیست؟**

**حیدر یان:** اینکه بانک مرکزی و شاپرک این موضوع را مدنظر قرار نمی‌دهند، حداقل دو دلیل دارد؛ یکی اینکه معتقدند به صرفه نیست و دوم اینکه خودشان در این قضیه، ذی‌نفع هستند. ۳۳ درصد تراکنش‌ها در سال ۹۷، زیر ۵ هزار تومان بوده است. هر تراکنش زیر ۵ هزار تومان، ۷۵ تومان کارمزد دارد که از این ۷۵ تومان، ۲۵ تومان سهم سوییچ شتاب و ۲۵ تومان سهم سوییچ شاپرک است. یعنی دوسوم هزینه کارمزد به جیب این دو شرکت می‌رود که زیر نظر بانک مرکزی

اقداماتی که نتیجه‌اش لطمه به اقتصاد کشور است و البته بانک مرکزی به عنوان رگولاتور بانکی و شاپرک به عنوان نهاد ناظر در این ماجرا، سهم عمده‌ای دارند. به همین مناسبت، عصر ارتباط در گفت‌وگو با دکتر محمدرضا جمالی مدیرعامل شرکت نبض‌افزار و مهندس محمدجواد حیدریان عضو تیم تحقیق و توسعه این شرکت، نقش پول خرد، سکه و اسکناس را در نظام پرداخت الکترونیکی از زاویه‌ای متفاوت، جویا شده است. گزیده این گفت‌وگو، پیش‌روی شماست.

**\*با وجود گسترش نظام‌های پرداخت الکترونیکی در کشور در سال‌های اخیر، ضرورت اجرای پروژه مدل‌ساز شبکه پرداخت نقد و الکترونیکی با تاکید بر نقش سکه و اسکناس در اقتصاد کشور از کجا ناشی می‌شود؟ درباره شروع و روند اجرای این پروژه هم توضیح بفرمایید.**

**جمالی:** واقعیت این است ما دچار توسعه نامتوازن در نظام‌های پرداخت کشور هستیم و حاکمیت با دخالت نامناسب و برنامه‌ریزی نادرست، موجب شده آسیب‌های زیادی به اقتصاد کشور تحمیل شود. نقطه صفر، یعنی سکه و اسکناس که در تمام دنیا به خوبی کار می‌کند، در کشور تضعیف شده است. کاری که با قیمت ارزان و هزینه پایین قابل انجام بود، اکنون بر عهده بانک‌ها گذاشته شده است. ما با مدل‌سازی و شبیه‌سازی وضعیت را بررسی کرده‌ایم که با داده‌های موجود، چقدر از داشتن سکه و اسکناس ضرر یا سود می‌کنیم. در این خصوص، بیش از ۹۰ درصد تراکنش‌هایی که در نظام پرداخت و صنعت ما به صورت الکترونیکی انجام می‌شود، توجیه ندارد و می‌تواند با سکه و اسکناس انجام شود.

حیدریان: حدود یک سال و نیم از طراحی پروژه «مدل‌ساز شبکه پرداخت نقد و الکترونیکی» گذشته است و مراحل پایانی را طی می‌کند. در این شبیه‌ساز، بر مبنای داده‌های بانکی و الگوی تراکنش‌ها، شاخص‌هایی نظیر حجم مورد نیاز از سکه و اسکناس، خطای کمی‌سازی و هزینه شبکه پرداخت محاسبه می‌شود. حامی این پروژه، شرکت نبض‌افزار است. ماحصل این پروژه، مدل‌سازی است که بانک مرکزی می‌تواند از آن استفاده کند تا میزان سکه و اسکناسی را که باید چاپ شود، مشخص کند. بانک مرکزی هیچ ابزار مدل‌سازی ندارد و آمار اعلام‌شده تارقم واقعی فاصله دارد. در این مدل‌ساز، توزیع آماری پرداخت‌های الکترونیکی استخراج می‌شود و مبالغ بر اساس آن توزیع، شبیه‌سازی شده و بر اساس الگوریتم‌های استفاده‌شده، شاخص‌های مورد بررسی به عنوان خروجی نمایش داده می‌شود. این شاخص‌ها عبارتند از: حجم سکه و اسکناس مورد نیاز در گردش، سرعت گردش روزانه سکه و اسکناس، هزینه شبکه پرداخت، حجم سالانه مورد نیاز از سکه و اسکناس (چون ممکن است تعدادی مستهلک شود)، خطای گردش‌دن که بر اثر حذف واحدهای پولی خرد ایجاد می‌شود و نقدینگی مورد نیاز از سکه و اسکناس.

**\*بسیاری از فعالان حوزه بانکی، نظام پرداخت و نیز بانک مرکزی معتقدند دوران سکه و اسکناس به سر آمده و این ابزارها، در حال منسوخ شدن هستند. رییس کل بانک مرکزی هم در مردادماه سال گذشته، گفته بود مسکوکات در کشور، از رده خارج شده و با توجه به ۸ میلیارد قطعه اسکناس در کشور، باید از چاپ بیش از اندازه اسکناس پرهیز کرد. با این حال شما همچنان بر حضور پررنگ سکه و اسکناس**

**در تبادلات مالی تاکید دارید؟ در دنیا، وضعیت، چگونه است؟ جمالی:** اگر رگولاتور در جایگاه خودش قرار داشت، در عمل سکه و اسکناس را تقویت می‌کرد تا این همه هزینه کشور تحمیل نشود. به بهانه تورم و ذوب سکه‌ها و بی‌ارزش بودن اسکناس و سکه‌های ریز، چاپ نمی‌شود. عدم توجه به این اقدامات تورم‌زا است. نبود این سکه‌ها، مصرف را بالا می‌برد و از طرف دیگر باعث می‌شود مبالغ به بالا گرد شوند. در اتحادیه اروپا، حدود ۸۰ درصد تراکنش‌ها از نظر تعداد در سال ۲۰۱۷، با پول نقد انجام شده است. از نظر مبلغ، ۵۴ درصد کل تراکنش‌هایی که در اروپا انجام می‌شود، با پول نقد است. مدل‌سازی ما نشان می‌دهد وقتی سکه ۱۰۰ تومانی، ۲۰۰ تومانی و ۵۰۰ تومانی را از اقتصاد کشور حذف می‌کنیم، در عمل، مردم ۳۰ هزار میلیارد تومان به خاطر گردش مبالغ به بالا، بیشتر پرداخت می‌کنند که با احتساب قیمت دلار حداقل ۱۵ هزار تومان، این رقم، معادل ۲ میلیارد دلار خواهد شد.

**\*هزینه ضرب سکه و چاپ اسکناس در دنیا و ایران، چقدر است؟**

**جمالی:** الان در آمریکا یا اروپا یک آب معدنی، به عنوان ارزان‌ترین



# جای خالی نهاد ملی در پروژه «ایران دیجیتال»



عباس پورخصالبیان

اندیشه برگزاری روزی ملی به نام «روز دیجیتال» (Digital Day) (به انگلیسی) یا Digitaltag (به زبان آلمانی) [برای اولین بار در سال ۲۰۱۳ به ذهن مارک والد (Marc Walden)، روزنامه‌نگار و ورزشکار حرفه‌ای سوئیس (در رشته تنیس)] رسید. وی سال هدف برای تبدیل سوئیس به کشور «تمام دیجیتالی» را ۲۰۲۵ در نظر گرفت.

برای درک جنبه‌های این روز، او از خود پرسید: در سال ۲۰۲۵، ما چگونه فعالیت اقتصادی خود را سامان می‌دهیم، چگونه خرید می‌کنیم، چگونه یاد می‌گیریم، چگونه با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنیم، چگونه مشاوره پزشکی می‌گیریم، چگونه برنامه‌ریزی می‌کنیم، برای تفریح و تعطیلات خود چه برنامه‌ای می‌ریزیم، چه استفاده‌ای از خدمات مدیریت دولتی می‌بریم، زندگی روزمره و زندگی حرفه‌ای ما نسبت به گذشته چگونه متفاوت می‌شود؟ احساس کرده بود که افرادی خاص و بسیاری از شرکت‌های کوچک، دیگر نمی‌توانند پیشرفت به‌سوی اقتصاد دیجیتالی را به راحتی دنبال کنند. پس بهتر است در «روز دیجیتال» یا روزهای دیجیتال، جنبه‌های مختلف دیجیتالی‌سازی زندگی مورد بررسی و بحث قرار گیرند؛ دیجیتالی شدن عملاً تجربه شود و از این طریق قابل فهم شود؛ پس به اینجا رسید که شهروندان باید برای مباحثه در مورد موضوعات دیجیتالی جمع و بسیج شوند. مارک والد، پروژه «دیجیتال‌زوریخ ۲۰۲۵» را در سال ۲۰۱۳ آغاز کرد. او به همراه نمایندگان شهر زوریخ، کانتون و مدیران کسب و کارهای کوچک و بزرگ کوشید زوریخ را به پایتخت دیجیتالی اروپا تبدیل کند.

## پیشینه «روز دیجیتال»

- در سال ۲۰۱۶، طرح «روز دیجیتال» به منظور استفاده هر چه بیشتر از مزیت‌های محلی اقتصاد دیجیتالی در کل سوئیس گسترش یافت. در همین زمان، پروژه «دیجیتال‌زوریخ ۲۰۲۵» به برنامه «دیجیتال سوئیس» تغییر نام داد.

- یک سال بعد، در سال ۲۰۱۷، مارک والد، مراسم اولین روز «دیجیتال سوئیس» را در روز ۲۱ نوامبر برگزار کرد.

- سپس در ۲۵ اکتبر ۲۰۱۸، «گاشت دوم دیجیتال سوئیس با شعار «تجربه دیجیتالی باهم» برگزار شد.

- «گاشت سوم دیجیتال سوئیس» روز سوم سپتامبر ۲۰۱۹ تحت شعار «گفت‌وگو و بحث درباره دیجیتالی شدن» برپا شد.

هدف جانبی مارک والد با ابتکار عمل «روز دیجیتال»، این است که شهروندان سوئیس را به یادگیری مادام‌العمر تشویق کند.

## ● برگزاری نخستین اجلاس دیجیتالی جهانی سوئیس

یک روز قبل از برگزاری مراسم سومین روز دیجیتال در سوئیس، در تاریخ دوم سپتامبر ۲۰۱۹، اولین Swiss Global Digital Summit برگزار شد. مارک والد و رئیس‌جمهور فدرال سوئیس، اولی مار Ueli Maurer میزبانان نمایندگان پیشرو از کشورهای جهان در عرصه‌های تجارت و علم در ژنو بودند. هدف از این اجلاس سران، راه‌اندازی ابتکار عمل سوئیس دیجیتالی (Swiss Digital Initiative: SDI) بود. مارک والد به عنوان رئیس کمیته راهبر و در مقام عضوی از کمیته اجرایی پروژه دیجیتال سوئیس فعالیت می‌کند.

## ● تقدیر اروپای واحد: ورود هماهنگ به عصر اقتصاد دیجیتالی

اقتصاد دیجیتالی یک کشور (مثل کشور سوئیس) و یک قاره (مثل اروپا)، مرزهای داخلی نمی‌شناسد؛ تقدیر همه سامانه‌های دستی و نیمه‌الکترونیکی در دولت، در بخش خصوصی و در جامعه مدنی یک کشور و در کشورهای قاره اروپا، این است که به مرور زمان دیجیتالی شوند. همچنین، تقدیر همه



انسان‌ها، از صاحبان مشاغل و کسب‌وکارها، کارکنان، کارگران و مشتریان آنها این است که در اقتصاد دیجیتالی زندگی کنند؛ پس اگر (به قول سعدی: چه دانند مردم که در خانه کیست؟- نویسنده داند که در نامه چیست) عموم مردم حق دارند بدانند در «خانه اقتصاد دیجیتالی» چه خبر است؟- و تا آنجا که مقدور است- نویسندگان «نامه» یا «برنامه اقتصاد دیجیتالی» خود شوند؛ یعنی:

- از ماهیت اقتصاد دیجیتالی آگاهی یابند و از برآمدن عصر روباتیک نهراسند، در تدوین رنگاشت و راهبردهای گذار به اقتصاد دیجیتالی، مشارکت

جویند؛

- از پیامدهای دیجیتالی‌سازی امور، به‌موقع باخبر شوند؛

- خود را برای استقبال و به‌رومندی از این اقتصاد نو، توانا و آماده کنند؛ و

- در شرایط برآمده زندگی و کار با اقتصاد دیجیتالی، «بار شاطر» باشند و نه «بار خاطر»! تا اروپای واحد بتواند با دست پُر به مصاف رقابت با چین، ژاپن، بریتانیا و آمریکا رود.

ابعاد پروژه «مردمی‌سازی» اقتصاد دیجیتالی و «دیجیتالی‌سازی مردم» به قدری بزرگ است که برای جامعه‌پذیر کردن اقتصادیات دیجیتالی و اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی مردم نباید و نمی‌توان به روزنامه‌نگاری و تبلیغ و شعار اکتفا کرد.

اروپای واحد چند سالی است که برای اقتصاد دیجیتالی اروپا از دانشگاهیان، سیاستمداران، سندیکاهای کارگری و کنشگران جامعه مدنی مدد می‌طلبد. همه این گروه‌ها و جماعت باید در هماهنگی کامل با یکدیگر با پیش‌گذارند و در اقتصاد دیجیتالی اروپا ایفای نقش کنند. این اتفاق نظر و وحدت عمل، در آلمان و سوئیس در حال شکل‌گیری است. آلمانی‌ها و سوئیسی‌ها برای جانداختن هموار و بدون اصطکاک اقتصاد دیجیتالی در کشور هایشان، تدبیر ساده‌ای اندیشیده‌اند: برگزاری روز دیجیتال یا «Digital Tag» در سراسر کشور.

اروپای واحد معتقد است در عصری که داده‌های دیجیتالی به یک عنصر مهم

و حیاتی در تولید دانش، ثروت و قدرت تبدیل می‌شوند، باید کاری کرد که از داده‌های دیجیتالی صرفاً برای افزایش قدرت حاکمان، بیشتر شدن سود سوداگران و ارتقای بیشتر افراد ممتاز جامعه استفاده نشود، بلکه تا آنجا که ممکن است عموم مردم از آن فیض ببرند.

در این رویکرد جدید اروپا به اقتصاد دیجیتالی، نهادهای نو و زمینه‌های تحقیقات بدیع نیز لازم هستند تا اطمینان حاصل شود که اقتصاد سیاسی داده‌های دیجیتالی به عدالت و رفاه مردم و جوامع کمک می‌کند.

برای آنکه موضوع اقتصاد دیجیتالی از سطح به‌اعمای جامعه برده شود و ارزش‌های آن جامعه‌پذیر شوند، امسال در آلمان ابتکار عمل «روز دیجیتال ۲۰۲۰» با شعار «دیجیتال برای همه» در سراسر آلمان به صورت فیزیکی (فیزیکی و دیجیتالی) در ۱۹ ژوئن ۲۰۲۰ برگزار شد و جنبه‌های مختلف دیجیتالی کردن امور در حضور مردم و در تعامل با ایشان مورد بررسی و بحث قرار گرفت و پیشنهادها و نظرات افراد در مورد موضوعات دیجیتالی جمع‌آوری شدند.

## ● برنامه امسال «روزهای دیجیتال» برای رسیدن به سوئیس دیجیتالی

روزهای اول تا سوم نوامبر ۲۰۲۰ (برابر با یکشنبه یازدهم تا سه‌شنبه سیزدهم آبان ماه ۱۳۹۹) را به خاطر بسپارید.

نهاد «دیجیتال سوئیس» روزهای مذکور را در اغلب شهرهای سوئیس با مشارکت آزاد همگان جشن می‌گیرد تا مردم از آینده دیجیتالی کشور و کسب و کارهای آنی خود باخبر شده و اقتصاد دیجیتالی را به کمک همدیگر با کمترین مقاومت و با بیشترین نیرو، شکل دهند.

روزهای دیجیتال سال ۲۰۲۰ در سوئیس نیز به صورت فیزیکی (فیزیکی و دیجیتالی) برگزار می‌شوند؛ یعنی هم در اینترنت و هم در تالارها و اماکن عمومی (با رعایت پروتکل‌های منع شیوع کرونا) از اول تا سوم نوامبر سال ۲۰۲۰، «دیجیتال سوئیس» و شرکای آن، کشور را به یک فضای خلاق برای همکاری مشارکتی تبدیل می‌کنند؛ با سکوهای LIVE دیجیتالی و اجرای میزگردها، سخنرانی‌ها و دوره‌های مربوط به موضوعات به‌روز و همچنین با برگزاری رویدادهای فیزیکی در بیش از ۲۰ مکان در سراسر سوئیس.

به این ترتیب، اروپایی‌ها، اندیشه‌ها و راه‌حل‌هایی را برای توسعه پایدار «اروپای دیجیتالی» تهیه می‌کنند. تنها در کشور کوچک سوئیس (که هنوز به عضویت اتحادیه اروپا در نیامده)، بیش از ۱۵۰ رویداد رایگان، این فرصت و امکان را به مردم می‌دهند تا خود را مطلع کنند، یاد بگیرند، از غنچه‌های خود حرف بزنند و گوش‌هایی شنو برای شنیدن گفته‌هایشان پیدا کنند تا به شکل دادن دیجیتالی زندگی خود، کمک کرده باشند.

## ● روز دیجیتال در خدمت «ایران دیجیتال»

ما جز چند ستاد برای اقتصاد دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتالی در نهاد ریاست جمهوری، نهادهای ملی برای اقتصاد دیجیتالی کشور و پروژه «ایران دیجیتال» نداریم چون فکر بکری درباره آن و مرکزی را برای تاسیس آن مهیا نکرده‌ایم. آنچه فراتر از ستادهای مذکور داریم، عبارتند از: شورای عالی فضای مجازی و شورای اجرایی فناوری اطلاعات؛ اما آنها هم صرفاً به فضای مجازی یا به فناوری اطلاعات می‌پردازند.

آیا این دو شورا اصلاً چشم‌اندازی برای اقتصاد دیجیتالی کشور دارند؟ اگر دارند، آیا اعتقاد به تعریف و مقرراتی کردن برگزاری روز ملی دیجیتال (یا چیزی شبیه آن) دارند؟ اگر دارند، در قبال آن چه کرده‌اند؟

آیا باید از شورای عالی انقلاب فرهنگی یا شورای فرهنگ عمومی درخواست کرد که روز، روزهایی از سال یا یک هفته را برای نکوداشت «ایران دیجیتال» تعریف کنند؟

## همراه اول پنج جایزه جشنواره تبلیغات

### ایران را از آن خود کرد

در پنجمین جشنواره تبلیغات ایران، همراه اول موفق شد پنج شاهین جشنواره را از آن خود کند. به گزارش اداره کل ارتباطات شرکت ارتباطات سیار ایران، پنجمین دوره «جشنواره تبلیغات ایران» هفته گذشته به منظور معرفی برترین آثار و آگهی‌های تبلیغاتی یک سال اخیر برگزار شد و شرکت‌ها و سازمان‌های برتر در بخش‌های مختلف معرفی و با اهدای شاهین‌های طلایی، نقره‌ای و برنزی مورد تقدیر قرار گرفتند. در این جشنواره که با شعار «خلاقیت، اثر بخشی تبلیغات، حق انتخاب مشتری» و با حضور جمعی از اساتید و صاحب‌نظران حوزه تبلیغات کشور برگزار شد، اولین و بزرگ‌ترین اپراتور تلفن همراه کشور موفق شد پنج جایزه از جوایز بخش اصلی جشنواره را به خود اختصاص دهد. آثار ارسالی شرکت ارتباطات سیار ایران پس از ارزیابی توسط کمیته داوران در پنج بخش حائز رتبه و مستحق دریافت شاهین شناخته شد. همراه اول در این جشنواره موفق شد در بخش‌های «تبلیغات دیجیتال» (ویدیوی تبلیغاتی)، «تبلیغات حمایتی» و «ترویج فروش» ضمن کسب رتبه اول، شاهین طلایی این جشنواره را دریافت کند، همچنین این اپراتور در بخش «مسئولیت اجتماعی» رتبه دوم و شاهین نقره‌ای و در بخش تبلیغات چاپی (بروشور و کاتالوگ) رتبه سوم و دیپلم افتخار و شاهین برنزی را از آن خود کرد. در این جشنواره از بین ۲۲۳۵ اثر ارسالی، ۱۵۵۸ اثر به مرحله نهایی راه یافتند و در پایان ۴۶ اثر حائز رتبه و دریافت جایزه شدند.

یادداشت



مهدی قربانی

## کرونا و نمایش کاستی‌ها

اسفند ماه ۹۸ در حال جمع‌آوری رویدادهای صنعت آی‌سی‌تی بودیم که کرونا آمد. با تمام انکارها، کرونا به‌صورت گسترده‌ای در ایران شیوع پیدا کرد و حدود دو ماه تمامی کسب و کارها را به تعطیلی یا نیمه‌تعطیلی کشاند. همه را خانه‌نشین کرد و تا لحظه نگارش این مطلب، فاصله‌گذاری هوشمند در ایران در حال اجرا شدن است. آنچه کرونا در مدت این چند ماه به جای گذاشت را می‌توان کتابی پر ارزش و مستند، از فرصت‌ها و کاستی‌های موجود در تمامی حوزه‌ها دانست.

در حالی که صنعت و اقتصاد جهانی زیر سایه ویروس کرونا با بحران دست و پنجه نرم می‌کند و رکود و شکست را پیش روی خود می‌بیند، مدیریت کلان کشورهای مختلف، سیاست‌ها و راهکارهای متفاوتی برای کاهش این آثار در پیش گرفته‌اند و از ابزارهای حمایتی و بسته‌های توانمندسازی سخن می‌گویند. در کشور ما هم پس از فراز و نشیب در برخورد با این پدیده، از انکار و سکوت گرفته تا وعده‌های حمایت، اخیراً از بسته‌های حمایت برای شهروندان نیازمند سخن می‌رود. در چند روز اخیر، طرح‌هایی برای شاغلان مختلف، کسب و کارها و مجموعه‌های اقتصادی مطرح شده است البته هیچ یک از این‌ها هنوز شفاف نیست، ضمن اینکه گزارشی از اقدامات انجام شده هم ارایه نشده تا صاحبان کسب و کار بتوانند با اطمینان و اتکای به آن، برای آینده خود برنامه‌ریزی کنند.

در حوزه تکنولوژی و فناوری اطلاعات که از بخش‌های آسیب‌پذیر به شمار می‌رود تاکنون در خصوص طرح و بسته شفاف و مشخصی سخن گفته نشده است؛ نه از سوی وزارت صمت و نه وزارت فاوا. البته برخی اقدامات جزئی مانند ارایه اینترنت رایگان، شاید برای کاربر نهایی به صورت مقطعی جذاب باشد، اما هیچ گره‌ای از مشکلات فراوان و فزاینده صنعت باز نمی‌کند. ضروری است که دولت و وزارت خانه‌های مرتبط این موضوع مهم را مدنظر قرار دهند تا این صنعت مهم و البته جوان، شاهد ورشکستگی نباشد.

## ● کاهش سرعت اینترنت در دوران کرونا

با شیوع کرونا بسیاری از کسب و کارها اقدام به دور کاری کردند؛ ایرنسل، همراه اول، اسنپ، کافه‌بازار، تخفیفان، نت‌برگ و غیره از اولین شرکت‌هایی بودند که برای حفظ جان کارکنان خود، دور کاری را در دستور کار قرار دادند. از سوی دیگر مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی نیز کلاس‌های خود را به‌صورت آنلاین برگزار کردند. از سوی دیگر مردم ترجیح دادند که در خانه‌های شان بمانند تا از مبتلا شدن به این بیماری در امان باشند در نتیجه اینترنت به سرگرمی اول مردم تبدیل شد و این عوامل در کنار هم باعث کندی سرعت اینترنت شد که حواشی خود را به همراه داشت.

## ● دولت الکترونیکی و آنچه عیان شد

در روزهای همه‌گیری کرونا، مطمئناً دولت الکترونیکی می‌توانست نقش مهم و اساسی در رفع نیازهای مردم و بالطبع کاهش تردها داشته باشد اما در این سال‌ها عادت کرده‌ایم به شنیدن اینکه دولت الکترونیکی چند درصد دیگر تا پیاده‌سازی فاصله دارد. حال اگر دولت الکترونیکی پیاده‌سازی شده بود در بسیاری از موضوعات که خود دولت در اجرای آن چالش داشت، بسیاری از امور با سرعت بیشتری انجام می‌شد.

به عنوان مثال اگر دولت الکترونیکی در زمینه بهداشت و پیاده‌سازی پرونده سلامت الکترونیکی موفق عمل کرده بود، با الکترونیکی شدن نسخه‌ها دیگر نیازی به جابه‌جا کردن دفتر چه بیمه بین بیمار، دکتر و داروخانه وجود نداشت و جدای از انجام سریع‌تر و دقیق‌تر امور، در شرایط فعلی از انتشار ویروس کرونا نیز جلوگیری می‌شد. در حوزه آموزش الکترونیکی و کلاس آنلاین نیز اگر زیرساخت‌های لازم فراهم می‌شد امروز عملاً امکان برگزاری آنلاین کلاس‌های دانشگاه‌ها و مدارس فراهم بود. وزارت آموزش و پرورش هنوز یک زیرساخت و پلتفرم برای استفاده دانش‌آموزان در اختیار نداشت و والدین میان تلگرام و واتساپ سرگردان بودند تا اینکه بالاخره در رویکا به صورت انحصاری، شادی را به والدین معرفی کرد. این در حالی است که سایر پیام‌سان‌های بومی به انحصار رویکا معترض هستند. در خصوص بانکداری الکترونیکی هم اقداماتی صورت گرفت اما این اقدامات برای تعطیلی بانک‌ها کافی نبود و شبکه بانکی در ایام شیوع، تعدادی از کارکنان خود را از دست داد. این در حالی است که اگر بانکداری الکترونیکی به معنای واقعی کلمه پیاده‌سازی شده بود دیگر شاهد حضور مردم در بانک‌ها نبودیم. خدمات شهری الکترونیکی هم آن‌طور که به نظر می‌رسد الکترونیکی نیست چرا که حداقل ۴۰ درصد از انجام کار را باید به صورت حضوری انجام داد.

## ● پاسارکونا و توسعه تجارت الکترونیکی

آنچه همگان به آن اذعان دارند تغییر رفتار مردم در زمینه خرید پس از پایان دوران شیوع است. تغییر رفتار مردم در امر خرید، آموزش، خدمات از ستنی به آنلاین فرصتی مناسب برای توسعه تجارت الکترونیکی در ایران است، البته اگر زیرساخت‌هایی مثل اینترنت با سرعت مطلوب و دولت الکترونیکی به صورت گسترده در دسترس همگان قرار گیرد.



در میز گرد آنلاین با حضور مدیران بانکی و ارتباطات کشور بررسی شد

# پیش نویس کیف الکترونیکی پول؛ تسهیل کننده یا محدود کننده؟

یکی از رمزهای موفقیت کیف پول، فراگیر شدن آن است و اگر نشود، کیف پول نیست. در این موضوع، هم پذیرندگی، تعامل پذیری و ارتباط راهبران تعامل پذیر با یکدیگر که در این سند به آن اشاره شده، زمینه ساز فراگیر شدن مفهوم کیف پول است و به نظرم فرصت مناسبی برای این صنعت است. متصل شدن سقف خرید در کیف پول و سقف موجودی به شاخص ریزپراخت نیز نکته مهمی است. اینکه نسبت یک برابر کافی است یا نسبت بالاتر باید باشد تا کیف پول، جذابیت بیشتری پیدا کند، موضوع بعدی است. نکته بسیار مهم دیگر که برای اپراتور مخابراتی فرصت تلقی می شود این است که اپراتورها با توجه به شناخت مناسب از کاربران، می توانند نقش آفرینی جدی داشته باشند.

موارد دیگری که آن را تهدید اطلاق نمی کنیم و می توان گفت نکات قابل توجه است، این است که وقتی اشاره مستقیم به مدل تجاری بین راهبر و بانک عامل و پذیرندگان می شود، بازی را مخدوش می کند. در این سند این گونه دیده شده که مدل رسوب و مدل سود برای رسوب پول، درنظر گرفته نشود و سودی به این منابعی که ذخیره می شود، تعلق نگیرد و از طرف دیگر کارمزد اخذ شود. درباره کارمزد، نقاط مثبت و منفی می تواند وجود داشته باشد. اگر رگولاتور دست بانک عامل، راهبر، پذیرنده و کاربر را باز بگذارد که با یکدیگر بتوانند به مدل های خلاقانه تری برسند، موضوع مهمی است. وجود حداکثر سه بانک، برای ما به عنوان اپراتور مخابراتی نیز محدودیت بزرگی محسوب می شود. با این حجم تراکنش که تلاش می شود به سمت کیف پول سوق داده شود، بسته شدن ماجرا به سه بانک، تصمیم مطلوبی نیست و باید در این زمینه تجدیدنظر شود.

نکته دیگر اینکه همین که بانک ها به عنوان راهبر شناخته می شوند، جای تامل دارد. بانک ها، امین شبکه پرداخت کشور هستند و ما هم به صداقت و امانت بانک ها اعتقاد داریم اما صورت مساله این است که این بازی تجاری باید درست پایه گذاری شود. اینکه بانک هم راهبر باشد و هم بانک عامل، موجب می شود به لحاظ تجاری، جلو بیفتند. بانک ها، هم از مواهب رسوب منابع در بانک استفاده می کنند و هم از کارمزدهایی که در صنعت کیف پول دیده شده، برخوردار می شوند. در این زمینه نیز باید تجدیدنظر صورت گیرد.

**\*اگر مهاجرت پرداخت های خرد بر بستر کیف پول رخ دهد، بار سنگینی از روی دوش شاپرک برداشته می شود. در اینجا، اپراتورها چه نقشی برای تحقق این موضوع ایفا می کنند؟**  
**حبیب اله:** باز هم باید اشاره کنم بالغ بر ۹۰ درصد پرداخت های کشور، زیر ۲۰۰ هزار تومان است.

**\*فکر می کنم طبق آمار شاپرک، عدد دقیق آن، ۷۵ تا ۸۰ درصد باشد.**

**حبیب اله:** فکر می کنم شما اعداد زیر ۱۰۰ هزار تومان را می فرمایید اما اعداد زیر ۲۰۰ هزار تومان تا جایی که بنده به خاطر دارم، بالای ۹۰ درصد است. حالا چه ۸۰ باشد و چه ۹۰ درصد، عدد بسیار بزرگی است بنابراین ما داریم درباره بخش بسیار بزرگی از صنعت پرداخت کشور صحبت می کنیم و اتفاقی است که سال ها منتظر رخ دادن آن هستیم. در اینجا به سه نکته کلیدی که موجب موفقیت در شکل گیری صنعت پرداخت بر بستر کیف پول خواهد شد، با توجه به نقش اپراتور، اشاره می کنم.

نکته اول اینکه فراگیر شدن مفهوم کیف پول و استفاده از آن، کلیدی ترین مساله است. کیف پول های جدا از یکدیگر که یک یا دو صنعت را هدف قرار داده اند و بدون اتصال به همدیگر هستند، موجب نمی شود یک کاربر، منابع خود را در کیف پول ذخیره کند. یکی از صورت مساله ها، مشکل تسویه با مرچندایست. اگر راننده تاکسی یا مغازه دار از کیف پول خود استفاده می کند، باید از همان کیف پول، بتواند خریدهای خود را نیز انجام دهد و موضوع تسویه، درجه اهمیت کمتری برای وی داشته باشد. اینکه در صنعت پرداخت، این چرخش درون کیف پول اتفاق بیفتد، نقش کلیدی را برای ترغیب مردم به سمت آن می تواند ایجاد کند. برای اینکه کیف پول به نقطه اصلی خودش برسد، اصلی ترین پیشران موفقیت، استفاده از شبکه موبایل و ارتباطات موبایلی است. همراه اول، بزرگ ترین customer base را در خود دارد که فعال هستند و پرداخت انجام می دهند. حدود ۱۰۰ میلیون سیم کارت همراه اول و بالغ بر ۵۵ میلیون سابسکرایبر یونیک دارد. ایرانسل هم چنین وضعیتی دارد. به نظر می رسد این دو مجموعه، مسوولیت بزرگی دارند و قادرند بزرگ ترین پیشران برای فراگیری و عمومیت کیف پول باشند تا مردم عموم زندگی و پرداخت های خود را بر بستر کیف پول بیاورند.

نکته دوم اصلاح نظام کارمزد است. تا زمانی که اصلاح نظام کارمزد شاپرک، که مدت هاست وعده آن داده شده، صورت نگیرد، احتمال اینکه پرداخت بر بستر کیف پول رسمیت و عمومیت پیدا کند و مردم به سمت آن مهاجرت کنند، زیاد نیست. این دو موضوع همزمان با یکدیگر باید صورت گیرد؛ یعنی هم اصلاح نظام کارمزد که مردم را به سمت کیف پول تشویق کند و از طرف دیگر توسعه کیف پول، ایجاد رگولاتوری، زیر ساخت های آن و ایجاد رابطه



پرداخت های لوکیشن محور که در حال توسعه است و احراز هویت های بیومتریک که اخذ از صنعت پرداخت و بازار سرمایه به شدت مورد استفاده قرار گرفته، بخشی از تاثیرات ارتباطات موبایلی در سال های اخیر بوده است. ابزار های متنوع موبایلی مانند NFC، بلوتوث، QR و نظایر آن، جعبه ابزار مناسبی را در اختیار صنعت پرداخت کشور قرار داده که همگی این ها بیانگر اهمیت اپراتوری در نظام پرداخت کشور است.

مرور برخی آمار در سال ۲۰۱۸ و پیش بینی آن در سال ۲۰۲۵، قابل توجه است. ضریب نفوذ موبایل در سال ۲۰۱۸، حدود ۶۷ درصد بوده که پیش بینی رسیدن آن به ۷۱ درصد در سال ۲۰۲۵ است. ضریب نفوذ استفاده از اینترنت موبایل، ۴۷ درصد بوده که تا ۲۰۲۵، عدد ۶۱ درصد پیش بینی شده، ضریب نفوذ گوشی های هوشمند از ۶۰ درصد به ۷۴ درصد پیش بینی شده و شبکه 4G به ۵۹ درصد و 5G به ۱۵ درصد تا ۲۰۲۵ پیش بینی شده است. نگاهی هم به رشد گذشته صنعت پرداخت موبایلی داشته باشیم. در سال ۲۰۱۰ در دنیا حدود ۵۰ میلیارد دلار پرداخت موبایلی انجام شده اما در سال ۲۰۱۷، این عدد به ۷۵۰ میلیارد دلار رسیده و به طور متوسط سالانه، ۴۷ درصد رشد در این حوزه رخ داده است. این عدد، بی نظیر و بیانگر این است که صنعت تلکام در خدمت صنعت پرداخت است.

با توجه به اینکه موضوع ما، کیف پول و پرداخت خرد است و بازار خرده فروشی، یکی از اهداف کیف پول است، بهتر است از وضعیت خودمان در مقایسه با دنیا مطلع باشیم. در چین با دارا بودن ۱٫۵ تریلیون دلار مارکت خرده فروشی، ۲۵ درصد این عدد به صورت آنلاین انجام می شود. در کره جنوبی، ۲۳ درصد و در ایران بین ۱ تا ۲ درصد این اتفاق، رخ می دهد. این امر، نشان می دهد با استفاده از ظرفیت تلکام در کشور، می توان این عدد را به شدت افزایش داد و به مراتب بیش از آنچه هست، فضایی برای بزرگ تر شدن دارد. نکته دیگر اینکه اگر تعداد تراکنش های آنلاین را طی سال های اخیر مقایسه کنیم از سال ۹۲ تا ۹۸، این عدد، از ۵۷ میلیون تراکنش در یک سال، به ۱٫۵ میلیارد تراکنش در سال رسیده است.

همچنین تعداد کاربران اینترنت موبایل از ۲۱٫۲ میلیون کاربر به ۷۵٫۳ میلیون نفر رسیده است. براساس گزارش عملکرد اخیر شرکت دیجی کالا در سال ۹۸، تعداد کاربران اپلیکیشن موبایلی و موبایل وب، در مجموع ۷۵ درصد تعداد سفارش های این شرکت را به خود اختصاص داده اند. مجموع این آمار نشان می دهد صنعت پرداخت موبایلی چه تاثیری در توسعه صنعت پرداخت کشور و دنیا داشته و چه پیشران مهمی است و چه ظرفیت های بزرگی به خصوص در صنعت پرداخت کشور ما که هنوز بلوغ لازم در آن اتفاق نیفتاده، می تواند ایجاد کند. براساس آخرین گزارش های شاپرک، بالغ بر ۹۰ درصد

پرداخت های کشور، زیر ۲۰۰ هزار تومان است که تقریباً معادل همین عددی است که در این آیین نامه به آن اشاره می شود. پس با بازار بزرگ و باز بزرگ بسیار بزرگی مواجهیم که در صورتی که نقش آفرینی جدی برای آن تعریف شود، به شدت اثر گذار است.

درباره نقش اپراتور مخابراتی در این پیش نویس باید عرض کنم اپراتور موبایل صرفاً بهره بردار مفهوم کیف پول، راهبری کیف پول و آیین نامه نیست. اپراتور موبایل، بخشی از زنجیره ارزش آفرینی در کیف پول است. موضوع احراز هویت و اعتبار سنجی کاربران، اعم از دارندگان کیف پول حقیقی و دارندگان کیف پول تجاری که پذیرندگان هستند، بسیار کلیدی است و برای بانک مرکزی و بانک های عامل، صورت مساله است. اپراتور می تواند با دیتای خوبی که در اختیار دارد، نقش جدی در این عملیات ایفا کند و این ظرفیت کاملاً وجود دارد.

آنچه بنده و همکارانم در این پیش نویس با آن مواجه شدیم، یک فرصت عمومی است که تلاش می شود بستر پولشویی و خلق پول، به طور کامل بسته شود و این امر، نوید بسیار خوبی برای کشور است و ما هم به عنوان اپراتور، در کنار صنعت پرداخت هستیم تا این اتفاق به درستی رخ دهد. نکته مهم دیگر این است که در این قانون، بستر فراگیر شدن کیف پول، فراهم می شود.

**بخشی زاده:** من اطلاع بیشتری ندارم اما فکر نمی کنم شرایط سختی، مطرح شده باشد.

**\*آقای آجدانی، در بند ۱-۲۰-۲ ماده یک اشاره شده، تراکنش دشارژ موردی کیف تجاری به درخواست دارنده کیف تجاری و صرفاً از طریق سامانه های مجاز بین بانکی صورت می گیرد و موجودی کیف و موجودی متناظر در حساب واسط باید کاهش داده شود. به نظر می رسد این بخش از آیین نامه ابهام دارد. آیا واقعاً برای اصناف و پذیرندگان، این امکان وجود نداشت که از طریق حساب به حساب داخل بانک، عملیات درون بانکی به منظور تسویه حساب انجام می شد؟**

**آجدانی:** البته غیر از این بند که اشاره کردید، در ماده ۱۶ هم دوباره به این موضوع اشاره شده که دشارژ کیف تجاری صرفاً از سامانه های ملی پرداخت قابل انجام است. دقیقاً دلیل آن را نمی دانم. شاید دغدغه رصد اطلاعات و مبارزه با پولشویی وجود داشته باشد که البته با توجه به اینکه راهبر و بانک عامل موظفند تمام دیتای تراکنش ها را به سامانه جامع دارندگان و پذیرندگان ارایه کنند، این دغدغه نباید وجود داشت. در ماده ۱۴، درباره دشارژ کیف شخصی اجازه داده شده که غیر از سامانه های ملی پرداخت از طریق سامانه های بانکی نیز انجام شود. این امر، یک مساله کسب و کاری جدی ایجاد می کند و اگر چنین محدودیتی وجود داشته باشد، پذیرنده علاقه مند است که سریع تر پول خود را دریافت کند و اگر حسابش در بانک عامل است این اتفاق، می تواند از طریق حساب به حساب داخلی رخ دهد. با توجه به سامانه جامع دارندگان و پذیرندگان که در مستند وجود دارد، نباید دغدغه گزارش و دیتا وجود داشته باشد.

**\*آلان در حوزه تاکسی های اینترنتی، مساله تسویه حساب مطرح است و رانندگان از این مساله ناراحت هستند و حتی برای اینکه پول به حساب پذیرنده نرود از مسافران تقاضا می کنند که ارایه شان را به صورت کارت به کارت به حساب آنها واریز کنند به جای اینکه از طریق کیف پول انجام شود. اگر این مساله نبود، بهتر می شد عمل کرد. در حوزه کسب و کاری فکر می کنم مقداری در مزیت رقابتی دست برده شود. حالا شاید راهبران دوست داشته باشند سرویس ویژه تری ارایه بدهند. نظر تان در این زمینه چیست؟**

**آجدانی:** با شما موافقم. وجود این امکان که پول از طریق حساب های داخلی، واریز شود، کمک می کند که این کسب و کار نوپا جان بگیرد و نبودنش بسیار صدمه می زند. مثال رانندگان که اشاره کردید، مثال خوبی است چون همه ما با آن درگیر هستیم. اگر دغدغه از جنس دیتا و مسایل مبارزه با پولشویی است، به نظرم نهاد ناظر به اندازه کافی ابزارهایی برای کنترل دارد که از طریق سامانه های بانکی این اتفاق بیفتد و آن نهاد هم بتواند نظارت خودش را داشته باشد.

صدمه می زند. مثال رانندگان که اشاره کردید، مثال خوبی است چون همه ما با آن درگیر هستیم. اگر دغدغه از جنس دیتا و مسایل مبارزه با پولشویی است، به نظرم نهاد ناظر به اندازه کافی ابزارهایی برای کنترل دارد که از طریق سامانه های بانکی این اتفاق بیفتد و آن نهاد هم بتواند نظارت خودش را داشته باشد.

**\*آقای حبیب اله، فرصت ها و تهدید هایی که این مستند برای بهره گیری بهینه اپراتورها از پرداخت خرد مبتنی بر کیف پول ایجاد می کند، چیست؟ آیا این سند، فرصتی برای اپراتورها ایجاد می کند یا به خاطر اینکه هیچ نقشی برای آنها دیده نشده، کلیت این مستند را برای اپراتورها، تهدید، تلقی می کنید؟**

**حبیب اله:** ابتدا اجازه بدهید درباره تاثیر ارتباطات موبایلی در نظام پرداخت، مواردی را عرض کنم. اعتقاد بر این است که یکی از اصلی ترین درایورها برای توسعه سیستم پرداخت به خصوص کیف پول، بستر ارتباط موبایلی و پرداخت موبایلی است. انواع کیف پول های موبایلی که طی سال های گذشته تا کنون در ایران و جهان توسعه پیدا کرده، درگاه های پرداخت موبایلی که به صورت اختصاصی برای پذیرندگان ایجاد شده، مفهوم mobile ordering که با طیف وسیعی از تکنولوژی ها در دسترس است، پرداخت های درون برنامه ای،



عبداله افتاده  
oftadeh@asreertebat.com

نظر به توسعه فضای کسب و کار و شناسایی نیازهای جدید در حوزه پرداخت، نهاد های جدید که در دستورالعمل ضوابط فعالیت های بانک های عامل و راهبران کیف الکترونیکی پول در نظام پرداخت کشور، «راهبران کیف الکترونیکی پول» نامیده می شوند، به منظور تسهیل پرداخت های بسیار خرد و برون خط ظهور کرده اند. بر این اساس، بانک ها می توانند کیف الکترونیکی پول، مبتنی بر حساب را صادر کرده و برخی از خدمات پرداخت را از طریق انعقاد قرارداد با راهبران کیف الکترونیکی پول و انجام تراکنش های برون خط در شبکه پرداخت کشور میسر سازند. به استناد بند الف ماده یک تصویب نامه شماره ۷۸۳۷/ت ۵۴۲۵۱ مورخ ۱۳۹۷/۸/۱۵ هیات وزیران و به منظور توسعه شبکه پرداخت و ساماندهی و پشتیبانی از خرید های با مبالغ بسیار خرد (پرداخت ریز)، خدمات مربوط به کیف پول با تعاریف و شرایط مندرج در دستورالعمل حاضر به رسمیت شناخته شده و صلاحیت متقاضی راهبری کیف الکترونیکی پول، بر مبنای آن مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. بانک ها ملزم به صلاحیت ارزیابی کاربران بر اساس مفاد مندرج در دستورالعملی هستند که اکنون پیش نویس چهارم آن در اختیار ماست و بر اساس آخرین اخبار دریافتی، پیش نویس ششم هم وجود دارد که متأسفانه نتوانستیم به آن دسترسی داشته باشیم.

در این میز گرد آنلاین از سلسله نشست های تخصصی صنعت بانکداری با موضوع بررسی پیش نویس کیف الکترونیکی پول که با حضور محمدعلی بخشی زاده معاون فناوری اطلاعات بانک دی، محمد آجدانی مدیر عامل شرکت سیمرغ تجارت، محسن یوسف پور مدیر کل کسب و کار سازمانی شرکت ایرانسل و حسام حبیب اله، مدیر عامل شرکت جیرینگ برگزار شد، زوایای روشن و پنهان این پیش نویس و موضوعات مرتبط با آن، مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. محاصل این گفت و گو، پیش روی شماست.

**\*آقای بخشی زاده، شما در کار گروه کیف الکترونیکی پول حضور داشتید. در ماده ۱۲ این مستند اشاره شده که لازم است بانک امکان پذیر بودن خدمات به راهبران کیف پول در قالب بانک عامل را از بانک مرکزی استعلام کند. در این زمینه، ابهام وجود دارد؛ مسوولیت و مالک کیف پول که طبق تعریف پیش نویس، بانک است؛ اگر قرار است بانک مسوولیت را بر عهده بگیرد، چرا برای اینکه بخواهد خدمتی را به راهبری بدهد یا وارد قرارداد با آن شود، باز هم باید از بانک مرکزی استعلام کند؟**

**بخشی زاده:** اتفاقاً سوال خوبی مطرح کردید. این ابهام وجود دارد که آیا براساس این ماده، نیاز است که همه راهبران کیف پول نیز از دستگاه ناظر

مجوز بگیرند یا اینکه فقط بانک عامل باید مجوز بگیرد. همان طور که اشاره کردید در این سند، بانک مسوول است و حساب واسط به نام بانک است و در حقیقت صاحبان کیف پول شخصی و سایر همراهان کیف پول الکترونیک در یک بانک افتتاح حساب انجام می دهند. در اینجا نظر رگولاتور این است که بانک عامل، برای اینکه عملیات کیف پول الکترونیک را داشته باشد، یک بار، از رگولاتور برای فعالیت در حوزه کیف الکترونیک پول باید مجوز بگیرد اما این تصور که برای هر راهبری که قرار است با یک بانک عامل تعامل کند، نیاز به مجوز مجدد وجود دارد، درست نیست و خود راهبر با نیز نیاز نیست مجوزی از دستگاه نظارت بگیرند. مشابه فعالیتی که بانک ها در خصوص مباحث ارزی، ساناتا و غیره به صورت موردی از دستگاه ناظر مجوز می گیرند و به فعالیت خود ادامه می دهند.

**\*بانک ها با چه شرطی می توانند راهبر کیف پول باشند؟ آیا این شرایط، مشخص شده است؟**

**بخشی زاده:** خیر! در سند اشاره ای به اینکه بانک باید چه شرایطی داشته باشد، نشده است اما فکر نمی کنم شرایط پیچیده ای باشد. به نظرم دستگاه ناظر فقط به دنبال این است که این کار، چارچوب داشته باشد و مشخص شود بانک هایی که تمایل به فعالیت در این حوزه دارند، کدام بانک ها هستند و اگر این حوزه، اکوسیستم بزرگی شد، نظم و چارچوب مشخصی داشته باشد. البته در بندهای دیگر، به نوع نظارت رگولاتور روی این موضوع، اشاره شده است.

**\*این تاخیر که هنوز چارچوب بانک ها مشخص نیست، منطقی است؟ چون شنیده شده به زودی (تا هفته جاری) پیش نویس ارایه خواهد شد اما اینکه چه شرطی برای عامل شدن یک بانک وجود دارد، هنوز مشخص نیست.**





راهبرها و بانک‌ها باید درباره‌اش تصمیم بگیرند. مواردی هم داشته‌ایم که کارمزدهایی وضع و اعدادی هم مشخص شد، با این حال اما مشکلی را حل نکرد. در جایی پذیرنده از PSP، کارمزد می‌خواهد و جای دیگر، بانکی که با آن PSP کار می‌کند، بخشی از کارمزدی که خودش پرداخت کرده، مطالبه می‌کند بنابراین وضع قوانین به این شکل، کمک چندانی نمی‌کند و باید در اختیار بازیگران این صنعت باشد که تصمیم‌گیری کرده و فضا را رقابتی کنند.

✽در ماده ۱۵ ذکر شده انجام عملیات دشارژ کیف شخصی، مجاز است. برای آن تبصره گذاشته و آورده است: شارژ نقدی و دشارژ نقدی، برای کیف شخصی، حداقل شش ماه پس از ابلاغ این دستورالعمل و با اعلام بانک مرکزی، میسر خواهد بود. دلیل اینکه شش ماه زمان مطرح شده، جای سوال است. شاید یک دلایلش این باشد که بانک‌ها تا آن زمان خودشان را با این آیین‌نامه تطبیق دهند. شاید هم بانکی داشته باشیم که همان لحظه اول، امکان شارژ و دشارژ نقدی را داشته باشد. لطفاً بفرمایید دلیل این تصمیم چه بوده است؟

بخشی‌زاده: این زمان به این خاطر است که بانک‌ها از زمانی که فعالیت کیف پول را شروع می‌کنند، باید برای تهیه زیرساخت‌های لازم در زمینه دشارژ نقدی و غیرنقدی اقدام کنند که زمان خاصی را می‌طلبد. این عملیات چه از طریق شعبه انجام شود و چه از طریق دستگاه‌های ATM و CRS، همه بانک‌ها باید وحدت رویه داشته باشند. با توجه به اینکه در این سند برای تعامل پذیری شش ماه فرصت لحاظ شده، اگر تعامل‌پذیری اتفاق بیفتد، عملیات شارژ و دشارژ نقدی هم متناسب با آن باید رخ دهد. بنابراین هم برای تعامل‌پذیری و هم شارژ و دشارژ نقدی، این شش ماه زمان توسط رگولاتور در نظر گرفته شده است.

✽در ماده ۱۶، اشاره شده که انجام عملیات دشارژ مربوط به کیف تجاری صرفاً از طریق سامانه‌های ملی پرداخت قابل انجام است. اینکه در این مستند، بسیار تکرار شده که از این سامانه‌ها استفاده شود، قابل درک نیست. اگر بانک مرکزی قرار است نظارت فراد و عملیات خرابکارانه را مدنظر قرار دهد، بانک‌ها در این زمینه، چه درون‌بانکی و برون‌بانکی در حال فعالیت هستند. ظاهر بانک مرکزی هم به گزارش بانک‌ها اعتماد دارد اما اگر واقعاً این اعتماد وجود ندارد و بر سامانه‌های ملی پرداخت تاکید دارد، ابهام‌برانگیز است. نظر شما در این زمینه چیست؟

ادامه این میزگرد را در سایت هفته‌نامه عصر ارتباط به نشانی [asreertebat.com](http://asreertebat.com) بخوانید.

هم‌وارد این قضیه نشود، PSPها و شرکت‌های زیرمجموعه آنها ممکن است وارد شوند و به آنها دیتا بدهند. متأسفانه این اتفاق در شبکه پرداخت نیز رخ می‌دهد. با این وجود باز هم فکر می‌کنید بانک‌ها باید به عنوان راهبر باشند؟

بخشی‌زاده: به نظرم بین این دو حوزه، تفاوت وجود دارد. شبکه پرداخت، به شدت رقابتی شده است. اتفاقاً بانک‌ها به سراغ مارکت کردن راهبرانی می‌روند که در این حوزه، مسلط عمل کرده و فضای رقابتی برای مشتریان ایجاد کرده باشند. موضوع مخابرات، متفاوت است. شاید تنوع محصول به اندازه‌ای که الان در حوزه پرداخت وجود دارد، در آنجا وجود ندارد. اگر زمان مشخصی را پس از ابلاغ سند، سپری کنیم، این موارد مشخص می‌شود. اینکه یک بانک به‌طور مشخص راهبری انجام دهد، محتمل نیست.

✽در ماده ۱۱، صدور کیف و انجام هرگونه پذیرش مبتنی بر آن، براساس توافق راهبر با بانک عامل و براساس ضوابط این دستورالعمل، مجاز است. در تبصره این ماده هم آمده است که صدور کیف و صدور مجدد کیف، مستلزم اخذ حداقل کارمزدی معادل صدور کارت مجازی از دارنده کیف پول است. فکر می‌کنم عدد صدور کارت مجازی در شبکه بانکی ۲۳۰۰ تومان باشد. در وضعیت فعلی مشتریان شبکه بانکی، به صورت رایگان سرویس‌های بانکی را دریافت می‌کنند و عملاً هیچ پولی را به عنوان کارمزد برای استفاده از خدمات، پرداخت نمی‌کنند. وقتی یک فرد از طریق کارت بانکی، تمام خریدها را انجام می‌دهد، دادن ۲۳۰۰ تومان به راهبر کیف پول و راه‌اندازی آن چه توجیهی دارد؟ ضمن اینکه در اینجا، رگولاتور، حداقل کارمزدی را نیز در نظر گرفته است. ورود رگولاتور به این بخش، دخالت در حوزه کسب و کار محسوب نمی‌شود؟

آجدانی: بله با شما موافقم. الان مساله این نیست که کارمزد اخذ شود یا خیر یا اینکه عدد آن چقدر باشد. اتفاقاً در مرحله حساسی هستیم و می‌خواهیم یک محصول را در بازار شکل دهیم. اینکه رگولاتور محدودیت‌هایی قرار دهد مانند اینکه برای صدور مجدد، حداقل به میزان کارت مجازی، کارمزد دریافت شود، ممکن است بعداً موضوع را دچار مساله کند. ممکن است هر کسب و کاری اعم از بانک یا راهبر، به این نتیجه برسند که کارمزد دریافت کنند یا به شیوه دیگری درآمد کسب کنند یا مبالغ، کمتر یا بیشتر از این میزان باشد. این امر، به شرایط بازار بستگی دارد، البته اینکه بانک مرکزی در این سند، کارمزد را به رسمیت شناخته، خوب است اما نگاه من این است که تا همین مقدار کافی است و در جزئیات آن مانند کف و سقف و مبلغ آن نباید ورود کند و

بخشی‌زاده: با نظر شما کاملاً موافقم. پیشنهادم این است یا این محدودیت برداشته شود یا تعداد بانک‌ها تا ۱۰ مورد افزایش یابد. البته الان درباره پیش‌نویس صحبت می‌کنیم و سند قطعی و ابلاغ شده وجود ندارد. امیدوارم دستگاه ناظر روی آن تجدیدنظر کند.

✽نکته دیگر اینکه در پیش‌نویس، خود بانک هم می‌تواند راهبر باشد و راهبرانی که با بانک‌ها قرار داد منعقد می‌کنند باید تمام اطلاعات کیف پول شخصی و تجاری خود را که بازاریابی و شناسایی کرده‌اند، صفر تا ۱۰۰ در اختیار بانک قرار دهند تا روی آن نظارت شود. الان این دغدغه را در شبکه پرداخت و PSPها داریم که پذیرنده‌های دارای تراکنش‌های بالا، توسط سایر PSPها شناسایی نشوند و تلاش می‌کنند با روش‌های کارمزددهی، تقسیم سود، اعطای بیمه عمر و غیره این مشتریان را از دست ندهند. در اینجا حضور خود بانک به عنوان یک راهبر می‌تواند برای راهبران دیگر در حوزه کسب و کاری مساله‌ساز و نگران‌کننده باشد؟

بخشی‌زاده: در صنعت بانکی، اشاره شده که مالک کیف پول، بانک است. این امر به این خاطر است که محل تجمع پول باید بانک باشد و در سیاست‌گذاری، نقش بانک‌ها در این سند پررنگ دیده شده است. اینکه تصور کنیم بانک از اطلاعات راهبران برای موضوع شخصی خود سوءاستفاده کند، نمی‌دانم چقدر می‌تواند صحت داشته باشد، چون بهر حال تمام این حساب‌ها در بانک تجمع می‌شود و حتی اگر بانک هم راهبر نباشد، ممکن است به وسیله راهبران دیگر این اتفاق بیفتد. من موافق این موضوع نیستم که محدودیت قائل شویم به اینکه بانک، راهبر نباشد زیرا عملاً اختیارات بانک را به سرویس‌هایی که ارایه می‌دهد، محدود می‌کنیم در صورتی که در بندهای دیگر سند، در برخی موارد نقش بانک را بسیار پررنگ می‌بینیم و نیاز است بانک حضور داشته باشد. الان هم فضای رقابتی بین بانک‌های مختلف وجود دارد و مشتریان بانکی ممکن است از یک بانک به بانک دیگر، منتقل شوند یا براساس بسته‌های محصولاتی بانک‌ها، این اتفاق رخ می‌دهد.

✽ما همین وضعیت را در شبکه مخابرات کشور داریم. در آنجا رگولاتور یک‌سری مجوز به نام FCP داد که آنها با استفاده از شبکه مخابرات، سرویس ارایه کنند و حتی تلفن ثابت بدهند و شرکت‌های PAP هم این مساله را دارند. مخابرات به واسطه قدرت زیرساختی خود، عملاً آنقدر عرصه را بر فعالان این حوزه تنگ کرده که در حال حاضر، هیچ FCP در کشور شکل نگرفته و انحصار شبکه مخابرات باقی مانده است. به همین علت است که عرض کردم اگر خود بانک

تجاری بین بازیگران این صنعت، بسیار مهم است. نکته سوم اعتماد مردم است. برای استفاده از کیف پول و فراگیر شدن آن، مردم باید به این ابزار اعتماد کنند. وقتی مردم هنگام خرید، کارت می‌کشند و رسید دریافت می‌کنند، نشان می‌دهد اعتماد به کاغذ هنوز وجود دارد. معلوم نیست روش‌های دیگر اطلاع‌رسانی به کاربرها، چقدر می‌تواند اعتماد ایجاد کند. از قضا، اپراتور با توجه به اینکه موضوع احراز هویت و دیتای کاربران را در اختیار دارد، می‌تواند این اعتمادبخشی را در خصوص کیف پول ایجاد کند. در نهایت اینکه دوبازیگر اصلی در ساختار کیف پول در کشور، اپراتور و بانک هستند. از اتحاد مبارک این دو، می‌تواند اتفاقات بسیار بزرگی برای صنعت پرداخت کشور رخ دهد و برکات آن در سال‌های بعد به همه برسد.

✽در ماده ۹ آیین‌نامه اشاره شده راهبر در چارچوب این دستورالعمل، مجاز به انعقاد قرارداد با حداقل سه بانک عامل است؛ دلیل این محدودیت از سوی رگولاتور چیست؟

بخشی‌زاده: البته برعکس این موضوع، محدودیت وجود ندارد. یعنی یک بانک می‌تواند با تعداد بی‌شماری راهبر، قرارداد منعقد کند و این امر، این مساله را مقداری سهل می‌کند. احتمالاً دستگاه ناظر برای اینکه اعمال نظارت بهتری داشته باشد این محدودیت را لحاظ کرده است. البته تصور می‌کنم اگر تعداد بانک‌ها زیاد شود، مدیریت مشتریان برای راهبر، مشکل‌ساز است و باید ابزاری وجود داشته باشد تا راهبر و بانک عامل، کنترل ریسک عملیاتی داشته باشند. اصراری روی سه بانک ندارم اما تعداد زیاد بانک‌ها، کار را دشوارتر می‌کند. لازم به ذکر است که تعداد می‌توانست از عدد سه بیشتر باشد. نکته دیگر اینکه با توجه به اینکه در صنعت بانکی بحث تعامل‌پذیری دیده شده تا حد زیادی مشکلات احتمالی این موضوع را حل خواهد کرد.

✽البته نکته‌ای درباره اینکه محدودیت برای راهبر ایجاد کنیم تا فقط با سه بانک کار کند، وجود دارد. اپراتورهای تلفن همراه به واسطه وزنی که در این صنعت دارند، می‌توانند یک بازیگر جدی باشند. این اپراتورها دسته‌بندی مشتریان زیادی را در رده‌های سنی مختلف دارند و قادر هستند براساس دیتایی که از مشترک خود دارند، به صورت صنفی، سنی و جنسیتی، آنها را دسته‌بندی کنند و براساس دیتا ماینینگ خود، هر کدام از مشتریان را به سمت بانکی ببرند که خدمات بهتری به مشتریانش می‌دهد. این محدودیت در کیف پول، کار را سخت می‌کند. در این شرایط بازیگران بزرگ حداقل در حوزه تجاری دچار صدمه نمی‌شوند؟

THE CHOICE OF CHAMPIONS

INTELLIGENT REVOLUTION

ASUS Z490 SERIES

انقلابی هوشمند در طراحی های خلاقانه برای بالاترین عملکرد

**حافظه بهینه شده**

فناوری OptiMem با لایه های مرتبط به واحد های حافظه برای کاهش نویز بهبود یافته که در عمل امکان استفاده از کیت های حافظه با فرکانس های بالا را با پایین ترین زمان تاخیر در دسترس قرار می دهد.

**مدار تغذیه قابل اعتماد**

ساختار مجموعه ای مدار تغذیه مادربردهای Z490 ایسوس تمام قدرت نسل جدید پردازنده های سری Core اینتل را به کار می گیرد. در کنار کیفیت قطعات، VRM مادربرد های ایسوس بالاترین بازدهی را از خود نشان می دهد.

**خنک سازی بی صدا**

فناوری جدید AI Cooling، فن های متصل به مادربرد را مانیتور کرده و به صورت هوشمند و دینامیک سرعت گردش را بر اساس فاکتورهایی نظیر دما، میزان پردازش CPU و عملکرد سیستم بهینه می کند تا میزان نویز تولید شده به حداقل برسد.

**اورکلاکینگ هوشمند**

با فناوری AI Overclocking، مادربرد به صورت هوشمند پیچیده ترین تنظیمات مربوط به اورکلاکینگ را در رده حرفه ای را بر اساس کیفیت تراشه پردازنده و قدرت خنک کننده سیستم پیاده سازی می کند تا از نهایت قدرت پردازنده های نسل جدید لذت ببرید.

The BEST Motherboard Brand – Best-selling | Easy to use | Stable | Trusted

ASUS



مدیر ارشد اجرایی اپراتور شبکه علمی کشور

# مخابرات به صنایع پایین دستی ورود نکند



آسیه فروردین

هفته گذشته خبری منتشر شد مبنی بر اینکه پروژه شبکه علمی کشور متوقف شده است که گروه سیمِ رگ سامانه به عنوان مجری این پروژه آن را تکذیب و اعلام کرد این پروژه متوقف نشده و با قدرت تمام به فعالیت خود ادامه می دهد. به منظور بررسی این موضوع و ابهامات مطرح شده در این خصوص گفت و گویی با محمدحسن مقدم فر، سیاست گذار، سرمایه گذار و مدیر اجرایی اپراتوری شبکه علمی کشور انجام داده ایم که در پی می آید.

**\* هفته گذشته خبری منتشر شد مبنی بر اینکه پروژه شبکه علمی کشور متوقف شده است که باز تاب مناسبی برای گروه سیمِ رگ سامانه به عنوان مجری این اپراتوری نداشت. البته شما با تکذیب این موضوع اعلام کردید که پروژه، متوقف نشده و با قدرت تمام به فعالیت خود ادامه می دهد. با این سوال شروع می کنم که شرکت سیمِ رگ مجوز اپراتوری شبکه علمی را چگونه و با چه شرایطی دریافت کرده است؟**

من امروز به عنوان مدیر ارشد اجرایی این شبکه در خدمت شما هستم. بنابراین نباید از هیچ کدام از طرفین موضوع، حمایت کنم و پاسخگوی هریک از ذی نفعان این ماجرا باشم، بنابراین ابتدا اصلاح کنید که بنده نه از طرف شرکت سیمِ رگ سامانه صحبت می کنم و نه از طرف نهادهای دولتی که در این ماجرا مطرح هستند.

در همین ابتدا، عرض می کنم شرکت سیمِ رگ سامانه به عنوان طرف بخش خصوصی، مجری نیست، سرمایه گذار، ارایه کننده طرح کسب و کار و سپس بهره بردار و ارایه کننده خدمات است اما نه به نام خودش بلکه به نام اپراتور شبکه علمی ایران؛ لذا نام بردن از بخش خصوصی، یک اشتباه استراتژیک است. شرکت سیمِ رگ سامانه طی توافقی سه جانبه با وزارت علوم به نمایندگی سازمان پژوهش ها به عنوان دارنده پروانه و وزارت ارتباطات به نمایندگی سازمان فناوری اطلاعات موظف شده که در قالب مرحله طراحی کسب و کار، تضمین طراحی (که بسیار مهم است) و تامین، راه اندازی، بهره برداری، سرمایه گذاری و ارایه خدمات در قالب اپراتور شبکه علمی، نه به نام خودش، اقدام کند که این قرار از سال ۹۵ گذاشته شده و مجوز داده شده و تا سال ۱۴۰۰ تمدید شده است.

**\* در این قرارداد که به فرمایش شما، دو بخش حاکمیتی نیز وجود دارد و بسیار شفاف است و قرار نیست وارد جزئیات شویم، چون خروجی آن مهم تر از جزئیاتش است، این سوال مطرح می شود که بخش خصوصی به عنوان یکی از پایه های این پروژه، می تواند مشخص کند که تعهدات دقیقش برای زمان بندی پروژه چیست؟**

ابتدا می خواهم نکته ای را روشن کنم. نگوئیم «پروژه» شبکه علمی، بلکه بگوئیم: «اپراتور». اپراتوری، زمان پایان ندارد، بنابراین شبکه ملی اطلاعات یک اپراتور است نه پروژه اما به معنای این نیست که

زمان برنامه ریزی شده ندارد. سازمان تنظیم مقررات مانند دیگر اپراتورهای کشور هنگام واگذاری پروانه، زمان بندی تعریف کرده که در چهار فاز مشخص شده است. در سال ۹۰ تا ۹۵ که دوره اول آن بود، هیچ کدام از فازهای آن اتفاق نیفتاده است. از سال ۹۵ تا امروز که سال چهارم تمدید طرح پروانه است، چهار فاز مطرح است که این فازها، جغرافیایی است چون اپراتور باید توسعه شبکه جغرافیایی را طبق برنامه زمان بندی انجام دهد. این فازها عبارتند از:

فاز اول، شهر تهران به عنوان بزرگ ترین شهر کشور، فاز دوم، کلان شهرها، فاز سوم، مراکز استان و فاز چهارم شهرستان هایی که دانشگاه دارند. معنای این اظهارات این نیست که اپراتور شبکه علمی، زمان بندی ها را رعایت کرده است. متأسفانه از زمان بندی ها، عقب هستیم.

**\* ظاهراً ذی نفعان یعنی مجری اپراتوری، دانشگاه ها و وزارت ارتباطات، به وظایف خود عمل می کنند. جدا از این موارد، روابط دیگری هم برای عملیاتی شدن آن و به مرحله بهره برداری رسیدن، وجود دارد؛ مثلاً مخابرات و شرکت های اینترنتی. نقش این نهادها چگونه بوده و تأثیری در کند شدن اجرای پروژه داشته است یا خیر؟**

هنوز امیدوارم تا پایان این مصاحبه وارد جزئیات رابطه ما با شرکت مخابرات ایران نشویم اما اگر مجبور شوم، نگاه خودم را می گویم! اما درباره FCP ها که همکاران تجاری ما هستند، باید عرض کنم قیاب آنها نیستیم و شبکه علمی، قرار نیست شبکه فروش اینترنتی شود. شبکه جمهوری اسلامی، چند اپراتور فروش اینترنت داشته است، پس چه معنایی دارد که یک اپراتور جدید راه بیندازد. شبکه علمی ایران برای ایجاد یک زیرساخت پرسرعت ویژه مراکز تحقیقاتی و آموزشی راه اندازی شده که شاید اولین خدمت آن، اینترنت باشد. سپس پدیده ای ایجاد

شده که قبل از اپیدمی کرونا بوده و بعد از آن، پیچیده تر شده، مبنی بر اینکه به مراکز تحقیقاتی و دانشگاه ها، اینترنت نیم بها داده می شود. طبیعتاً هدایت این خوراک اینترنت نیم بها به بخشی از جامعه مصرف کنندگان اینترنت، کار دشواری بوده که این مسوولیت به شبکه علمی داده شده است. مفهومش این

نبوده که ما اینترنت بفروشیم، بنابراین ما با FCP ها واقعا رقابت نداریم.

**\* با مخابرات چطور؟**

در این روزها، درباره مخابرات حرف های متفاوتی زده شده و از من سوالات جدی شده است. ضمن اینکه مصاحبه های متعددی انجام داده ام. اجازه بدهید وقتی با یک نشریه تخصصی فناوری ارتباطات و اطلاعات صحبت می کنم، تا جایی که می توانم تبلیغاتی و تجاری صحبت نکنم و تخصصی صحبت کنم. این سوال شما، باید جدی پاسخ داده شود و زمانبر است و شاید اصل مصاحبه به همین منظور باشد! ببینید صنعت نفت ایران، به عنوان صنعت سابقه دار، شکاف های آن طوری تنظیم شده که بین المللی است، صنعتی است که به همه موضوعات، دقیق نگاه کرده است. شکاف آن، بسیار درست است. ما اصرار داریم که بگوئیم صنعت ارتباطات، می تواند بزرگ تر از صنعت نفت باشد لذا باید شکافش شبیه صنعت نفت باشد. صنعت نفت به سه بخش تقسیم می شود: صنایع بالادستی، صنایع میان دستی و صنایع پایین دستی. مشکل اصلی شرکت مخابرات ایران که از زمان دولتی بودن تا دوره فعلی (منظور از دوره، شخص مدیرعامل نیست بلکه نگاه مدیریتی از هیات مدیره تا شکاف فکری است) وجود دارد، این است که متأسفانه مخابرات ایران متوجه نیست که جزو صنایع بالادستی است. مانند این است که پتروشیمی های بالادستی با پالایشگاه ها بگویند بنزین مردم را خودم می خواهم بفروشم!

**\* البته شاید استدلال شان این است که ما هم بخش خصوصی شدیم. اجازه بدهید این موضوع را دقیق توضیح دهم. به عنوان کارشناسی که ۲۷ سال در این حوزه کار کردم، این سوال بسیار مهم است و بهترین جایی که می توانم به آن پاسخ دهم، در یک نشریه تخصصی است. مگر پتروشیمی های ایران، بخش خصوصی نیستند؟ آیا پتروشیمی ها باید کیسه فریزر ما را هم تولید کنند؟** اینکه معنی ندارد. ما صنایع بالادستی و پایین دستی داریم. بزرگ ترین مشکل این است که مخابرات ایران که می توان گفت یکی از دو صنایع بالادستی حوزه صنعت ارتباطات است (یکی شرکت ارتباطات زیرساخت و دیگری شرکت مخابرات ایران)، به جای اینکه خوراک صنایع پایین دستی را بدهد، سرویس های این صنایع را می دهد، یعنی مخابراتی که باید به FCP سرویس بدهد تا FCP به مشترک سرویس بدهد، دغدغه اش این است که ADSL و VDSL بدهد. اصلاً معنی ندارد! وقتی در نشریات غیر تخصصی تاکید می کنم که مدیریت مخابرات، اشتباه می کند، منظورم همین است. چرا شما فکر می کنید اگر صنایع پایین دستی نداشته باشیم، درآمد نداریم. مثل اینکه مخابرات بگوید، بخش خصوصی هستم و باید درآمد داشته باشم. در مدل قراردادی اپراتور شبکه علمی با مخابرات ایران که در دوره مدیریتی قبلی این شرکت منعقد شد، این نگاه در حال پدید آمدن بود که مخابرات ایران، یک شرکت بالادستی است. در یک شرکت بالادستی، یک اپراتور میان دستی فعالیت می کند. در آن قرارداد به مخابرات ایران گفته شد یک سری خدمات به اپراتور بدهید که ما دوباره برای مملکت هزینه ایجاد نکنیم. شما که بین مراکز مخابراتی فیبرها تار یک آزاد دارید و دانشگاه ها به سمت مراکز مخابراتی بیش از دو کر به آن متصل هستند، چرا کشیدن مجدد وارد کنیم. انتظار این است که شرکت مخابرات از آن فیبرها به اپراتور شبکه علمی بدهد و سهم خودش را بگیرد و به سراغ مشترک نهایی نرود. متأسفانه مدیریت مخابرات ایران توجهی ندارد که این شرکت، بالادستی است و باید خدمات به اپراتور پایین دستی بدهد نه اینکه خودش وارد تجارت پایین دستی شود. اولین متضرر این ماجرا مشتری نیست، بلکه صاحبان سهام مخابرات ایران هستند. من روی این نکته تاکید دارم؛ به دلیل اینکه روی این قرارداد آشنایی دارم. با توجه به نوع قراردادی که اپراتور شبکه علمی با مخابرات ایران منعقد کرد، اگر مخابرات به تعهداتش عمل می کرد، رقم بسیار بالایی درآمد داشت اما قاصه مخابرات ایران این گونه شد: «ته خود خوری، نه کس دهی!»

**\* با توجه به اینکه گفتیم خصوصی سازی مخابرات یکی از چالش های**

**کندی این اپراتوری است و در قضا یای دیگر نیز بحث چالش با مخابرات دیده می شود، لطفاً بفرمایید رابطه و تعهد وزارت ارتباطات، زیرساخت، سازمان فناوری اطلاعات و حتی رگولاتوری، سازمان پژوهش های علمی صنعتی و وزارت علوم در این پروژه که باید سال ۹۳ به اتمام**

**می رسید، چگونه بوده است؟ آیا فکر می کنید جایگاه مخابرات را آن زمان نتوانستند مشخص کنند یا نقصی در این رابطه می بینید؟**

این سال ۹۳ را متوجه نمی شوم. هیچ ددلاینی برای این سال نداشتم سال ۸۶ تا ۹۰ قرار بوده که وزارت ارتباطات به نمایندگی وزارت علوم براساس قوانین پنج ساله کشور، اپراتور شبکه علمی را در بخشی از کشور راه اندازی کند. در سال ۹۰، یک افتتاحیه اتفاق افتاده که کاملاً واقعی بوده و صورتی نبوده است.

سال ۹۰، پروانه اپراتور شبکه علمی برای سازمان پژوهش ها صادر شد. بین سال ۹۰ تا ۹۲ چون شکاف سازمان پژوهش ها برای پروانه داری تعریف نشده بود، شرکت سیمِ رگ سامانه با شرکت مخابرات تهران، توافق نامهای را پیش بردند که شبکه علمی را به بهره برداری برساند اما چون آن سال ها در اوج خصوصی سازی مخابرات بودیم، این اتفاق نیفتاد. در سال ۹۲ تا ۹۵، تلاش شد در وزارت ارتباطات این پروژه، مجدداً راه اندازی شود که در سال ۹۵ به توافق نامه بخش خصوصی - دولتی ختم شد. این زمان بندی، خیلی مهم است. چون دانما گفته می شود افتتاحیه در افتتاحیه داریم. اصلاً اپراتور، کارش افتتاحیه است! دو تا سه افتتاحیه از سال ۸۶ اتفاق افتاده است. یکی در سال ۹۰ و دیگری در سال ۹۶ که بحث نسل سوم بود. البته شبکه علمی از حدود سال های ۷۶ شروع شده است. اپراتور شبکه علمی، در حال حاضر می تواند به اندیوزر با سرعت ۱۰ گیگابیت در ثانیه، خدمات بدهد.

**\* از چه زمانی، این امکان، وجود داشته است؟**

از سال ۹۶. اولین نقطه ای که با ما 10G شد، دانشگاه صنعتی شریف بود. این موضوع را آگاهی هم کردیم. اصلاً شعاری وجود نداشت. وقتی یک اپراتوری در کشور، تنها اپراتوری است که می تواند به مشترک خود سرعت 10G بدهد، نباید آن را آگاهی کند؟! لذا اینکه مدام گفته می شود افتتاحیه و تبلیغات صورتی انجام می شود، خیر، تبلیغات صورتی نیست! من، مدیر اجرایی این پروژه ام اما از روند عملیاتی آن راضی نیستم؛ با این حال معنایش این نیست که در آن پدیده خوبی اتفاق نیفتاده است. اگر به پاسخ های هفته های گذشته نگاه کنید، به عنوان یک مدیر اجرایی عرض می کنم اتفاقاتی که در این زمینه افتاده، تخریب نکنیم. نگوئیم همه اش صورتی است. به دانشگاه هایی نگاه کنید که با سرعت 10G به ما متصل هستند یا دانشگاه هایی که به ما با اتصال 1G وصل هستند و ۱۰۰ مگ اینترنت می گیرند اما ۹۰۰ مگ ترافیک علمی ردوبدل می کنند. اگر تعدادشان کم است، مقصر آن، نگاه اشتباه مخابرات ایران است. شرکت مخابرات ایران باید متوجه شود که یک شرکت بالادستی است تا توسعه اقتصادی کشور در حوزه ارتباطات اتفاق بیفتد و نباید این قدر نگران مشترک خانگی و دانشگاهی باشد بلکه باید امکانات لازم را در اختیار اپراتور شبکه علمی به عنوان سرویس دهنده به مشترک دانشگاهی قرار دهد.

من اصرار ندارم نام بیرم اما اصرار دارم یک اسم را

به میان بیاورم. وقتی در دوره قبلی مخابرات، افرادی مانند آقای مهندس قنبری وجود دارند که نگاه بالادستی به پروژه ها دارد، با اپراتور شبکه علمی، یک قرارداد بالادستی منعقد می شود و با بقیه اپراتور ها هم همین اتفاق می افتد؛ یعنی مخابرات می گوید یک سری امکانات دارد که اگر اپراتور پایین دستی بخواهد آن را تهیه کند، در سرمایه گذاری نابود می شود، بنابراین سرویس های بالادستی را به اپراتور می فروشد؛ چون این دغدغه در شبکه علمی بسیار وجود داشته است. هر وقت در پروژه شبکه علمی با مخابرات ایران به مشکل برخوردیم، به این مدل طراحی مهندسی رسیده ایم که مراکز ارایه خدمات به دانشگاه ها از مخابرات تفکیک کرده و در دانشگاه ها قرار دهیم. می دانید این امر، چه هزینه ای را برای مشتریان دیگر پدید می آورد؟ چون سایر دانشگاه ها باید فیبرهای خود را به سمت آن دانشگاهی که ما تجهیز خودمان را قرار دهیم، قرار دهند اما الان اولین تجهیز مادر اولین مرکز مخابراتی نزدیک دانشگاه است، بنابراین بسیار ساده و ارزان قیمت می تواند به فیبر برسد تا متصل شود. متأسفانه مخابرات ایران به جای اینکه به ما بگوید از امکانات ما استفاده کنید و سرویس ارایه دهید، گونه دیگری رفتار می کند در حالی که Korea Telecom (KT) در کره انجام داده و ضمن آنکه زیان ده نبوده بسیار موفق هم بوده است. درست







نارضايتی کاربران از مارکت های iOS ایرانی

# اپ استورهای وطنی همچنان می تازند



مادو جور اکانت می فروشیم یا گارانتی (که گران تر است) و بدون گارانتی. در خصوص بدون گارانتی اگه از کار بیفتد به خاطر اینکه اپل این ها رو شناسایی می کنه مسوولیتی به عهده ما نیست؛ یعنی مبلغی که بابت آن واریز کردی به باد میره. باید دوباره اشتراک بخری که باز هم تضمینی وجود نداره اما اگه با گارانتی بخری تا پنج بار مشکل را حل می کنند اما اگه دوباره از کار بیفته مسوولیتی ندارن. این ها کاسبان تحریم هستن؛ یعنی از شما پول می گیرن با علم بر اینکه اپل به زودی این اکانت ها رو شناسایی می کنه. طبیعتا شکایتی هم نمی شه کرد چون حواله ت می دن به قوانین سایت شون.

چرا یک سری اپ ها فقط در سیبچه هست یه سری فقط در سیباپ؟ چقدر باید برای این اشتراک ها هزینه کنیم؟

من شش ماه پیش، یه اشتراک یک ساله سیباپ گرفتم و بعدها آن روز گویشیم پاک کردم، در ریغ از اینکه یک بار هم از آن استفاده کرده باشم، حالا اما به اجبار می خوام دوباره نصبش کنم، که گفتن باید ۶۰ تومان دیگه بدی برای ادهاک، نه پاسخگو هستن، نه ادهاک رو اولش گفتن، نه زیربار می رن الان هم که کلابرنامه نمی شه استفاده کرد.

سیباپ پرو نگیرن، پولی که می گیرن الکی به اسم اکانت یک ساله است ولی هر بار که مشکل پیدا کنه می گن دوباره پول بده! یک هفته نشده ۶۰ تومن دادم برای رانداندازی مجدد و دوباره همه اپ ها کرش می کنه!

در شش ماه اخیر مجبور شدم برای آیفونم دو بار اکانت یک ساله سیباپ خریدم، الان هم اکانتم پریده، نه پشتیبانی شون جواب می ده، نه دستم به جایی بنده، بعد می گن گارانتی هم داره و مثلاً نماد اعتبار الکترونیک داره، چرا واقعا؟

دو ماه پیش سرویس یک ساله از اناردونی خریدم، ۳۰۰ هزار تومن هم پول داده بودم. امروز غیرفعال شده. پشتیبانی می گه دوباره باید خریداری کنی و به ما ربطی نداره ربووک شده آیدی تون!

بی شک تحریم اپ ها در ایران از طرف اپل تنور این استورهای رو داغ کرده همه شون هم این روزها خوب می تازن.

از سیبچه اکانت سه ماهه خریدم حالا بعد از یک ماه قطع شده، پشتیبانی شون جواب نمی ده و گوشی رو قطع می کنن. الان اسم اس ام اومده که اون دو ماه باقی مونده بر نمی گرده هزینه ش. برو اکانت جدید بخر! چطوری تضمین می ده دوباره این اتفاق نیفته؟ حداقل تلفن رو جواب بدید.

مشکل اصلی من با محصولات اپل، اینه که در گیر اپ استورهای ایرانی می شیم؛ نصاب، سیباپ و سیبچه رو تجربه دارم.

بیشتر از یک ماه هست که اکانت من غیر فعاله و هیچ کد تخفیف یا هیچ راهکاری به من داده نشده و در عوض همکاران بخش پشتیبانی با بی مسوولیتی تمام پاسخ دادن که ما هیچ مسوولیتی نداریم! پشیمونم از اعتماد به سیبچه.

عجب گیری کردیم، به اپ ایرانی آیفون می خواهی نصب کنی، باید ببینی توی کدوم اپ استور هست، پیدا که کردی باید اکانت بخری هر اپ هم توی یکی هست، چرا باید ۴-۵ تا اکانت بخريم.

نصاب پرو، ۱۸۰ هزار تومن پول اشتراک یک ساله رو گرفته و بعد از اینکه ۱۰ روز کلا مشکل داره و کار نمی کنه، می گه از اول پول بده. به علاوه اینکه از اشتراکت بیشتر از تعداد روزایی که گذشته کم می کنه و هیچ اطلاع رسانی

هم نمی کنه.

-اوضاع این استورهای iOS ایرانی همیشه همینه یا شانس ماست؟ دیشب برای اولین بار اکانت سیباپ برای آی پد ۴ خریدم؛ بگذریم که نفهمیدم فرق ویژه و عادی توی چیه و ۷۰ تومن دادم اکانت چند ماهه خریدم چند تا اپ نصب کردم و دو ساعت بعد کلا از کار افتاد. الان می رم توش می گه ۱۵۰ تومن بده!

-بهرتر می شه اگه دوستان پایش فضای مجازی یک نظارتی هم روی اپ استورهای وطنی که با قوانین اپل که باعث از دسترس خارج شدن اپ های ایرانی از اپ استور شده کاسبی پر سودی راه انداختن داشته باشن؛ نصاب، سیبچه، نصاب پرو و سیباپ

-در ماه های اخیر از اناردونی استفاده می کردم. تقریباً هر بار زیر یک ماه اکانتم حذف می شد. یک بار با قیمت ۵۹ هزار تومان مجدداً برام ثبت کردن. الان که دوباره چک کردم خرید اشتراک ۴۰۰ هزار تومان شده!

موارد ذکر شده انعکاس بخشی از نارضايتی های کاربران در شبکه های اجتماعی بود که بسیاری از آنها به یکدیگر توصیه کرده اند: زین پس قید استفاده از اپ های ایرانی روی آیفون را بزنند و از اپلیکیشن های تحت وب استفاده کنند.

## عرضه کنندگان چه می گویند؟

اما در طرف مقابل کاربران، فروشگاه ها نیز دلایلی را برای دریافت هزینه عنوان می کنند و می گویند خرید لایسنس از اپل هزینه بر است. مدیرعامل سیبچه در مصاحبه ای اعلام کرده است که برای دور زدن تحریم ها از اوایل سال ۹۷ تحقیقات شان را برای به کارگیری روش جدیدی که به آن «ادهاک ad-hoc» نصب برنامه از راه دور می گویند آغاز کرده است و می افزاید: برای این کار باید از همان روش مجوزهای سازمانی استفاده می کردیم، با این تفاوت که در گذشته هر تعداد کاربر می توانست بر بستر آن مجوز سازمانی فعالیت کند، اما در روش ادهاک هر مجوز توسعه دهنده ای تنها اجازه نصب برنامه روی ۱۰۰ دیوایس را می دهد. محدودیت دیگر این است که دیوایس ها قابل جابه جایی نیستند. یعنی اگر کاربر از تمدید شارژ اکانت خود صرف نظر کند، تا زمان قرارداد یک ساله بعدی آن جای خالی که هزینه اش از قبل پرداخت شده باقی می ماند. دلیل اینکه ما به کاربران خود اکانت می فروشیم به همین دلیل است. مدیرعامل سیبچه همچنین اعلام کرده است کاربران به بستر برنامه های رایگان عادت دارند و فکر می کنند تکنولوژی های جدید نیز رایگان است و ما می خواهیم از آنها پول بگیریم. هضم اینکه اپل پول مستقیماً و حتی جلو جلو به شرکت اپل و دلال هایی که واسطه هستند پرداخت می شود برایشان سخت است. کاربران می گویند استور باید رایگان باشد؛ راست می گویند، حرف بیراهی نیست. خدایی می گوید: شرکت اپل وظیفه دارد به دستگاهی که آن را با قیمت گزاف فروخته سرویس بدهد اما نمی دهد. به این دلیل ما مجبور شدیم این خال را با هزینه پول حل کنیم. پذیرش این مساله برای کاربر سنگین است. بحث عدد و رقم هم نیست فردی که تا ۲۰ میلیون پول گوشی می دهد، ۴۰۰ هزار تومان گلس خریداری می کند مشکلی با ۱۳۰ هزار تومان ندارد اما چرایی اینکه باید برای دریافت خدمات پول بدهد کاربر را آزرده خاطر می کند.

## جمع بندی

کاربران ایرانی سیستم عامل iOS برای دانلود اپلیکیشن های رایگان باید در اپ استورهای ایرانی مراحل ثبت نام را گذرانده و هزینه اشتراک متقبل شوند و تضمینی هم وجود ندارد که اپ های مذکور از دسترس خارج نشده و پول آنها به هدر نرود. تحریم های موجود باعث شده که عده ای از آب گل آلود ماهی بگیرند و ظاهراً برنامه ای هم برای سامان دادن به این وضعیت وجود ندارد، هر فروشگاه ای قیمت های مطلوب خود را ارایه می دهد و همین امر باعث نارضايتی و کم شدن تمایل کاربران ایرانی برای استفاده از خدماتی شده که در صورت نبودن تحریم ها می بایست به صورت رایگان دریافت می کردند و حالا باید متحمل هزینه های گزاف به مارکت های iOS ایرانی شوند.

## عرضه اقتصادی ترین مادربرد ايسوس به بازار

دوام و پایداری، یکی از اصول اولیه مادربردهای ايسوس است. مادربرد Prime H310M-RR 2.0 از راهکار 5X Protection III ايسوس بهره می برد که این راهکار از حرفه ای ترین راه حل های حفاظتی در دنیای سخت افزار است. رابط PCI Express در این مادربرد از SafeSlot Core بهره برده تا در هنگام استفاده از قطعه های سازگار نظیر کارت گرافیک یا کارت های توسعه دیگر، در درازمدت دچار صدمات فیزیکی ناشی از استفاده مداوم نشود. پنل پشتی آن نیز از استیل ضد زنگ بوده و لحیم کاری قطعات پشتی به صورت چند مرحله ای انجام شده تا بالاترین دوام و استحکام را در مدت زمانی طولانی در بدترین شرایط استفاده از مادربرد مورد انتظار، فراهم کرده باشد. پورت شبکه نیز از راهکار حفاظتی معروف LANGUARD استفاده می کند تا آسیب های ناشی از القای جریان های ناخواسته الکتریکی را خنثی کند. مدار تغذیه این مادربرد نیز به صورت کاملاً دیجیتالی با تراشه اختصاصی DIGI+ مدیریت شده و ولتاژهای مورد نیاز را در اختیار پردازنده قرار دهد. علاوه بر این ویژگی های سخت افزاری بی نقص، ايسوس بیش از ۸ هزار

یادداشت

## کرونا و لزوم بازنگری در سیاست گذاری کلان حوزه فناوری



داوود مفتی خانی

با شیوع و همه گیری ویروس کرونا، مناسبات اجتماعی و اقتصادی در دنیا دستخوش تغییرات و چالشی جدی شده و بسیاری از فعالیت های اقتصادی و اجتماعی به خاطر شکل پیچیده کرونا، متوقف یا به حالت تعلیق درآمده است.

حوزه فناوری هم مثل سایر حوزه ها در شرایط کرونایی دچار تغییراتی شده اما به نسبت سایر حوزه ها، تهدید کرونایی را تا حدودی به فرصتی برای بهبود و اصلاح تبدیل کرده است.

ضرورت دور کاری و انجام بسیاری از امور در بستر آنلاین، نقش فناوری را در این برهه بیش از گذشته در جامعه و دولت ها پررنگ کرده و توجه به قدرت فناوری بسیار قوی تر از گذشته شده است. در واقع فناوری، ابزاری قدرتمند در جهت مبارزه با آثار تخریبی کرونا بر پیکر جامعه، نقش بازی می کند.

کشور ما هم از این قاعده مستثنا نبوده و مانند سایر کشورهای پیشرفته، فناوری نقش برجسته ای در شرایط کرونایی به عهده گرفته است. لزوم دور کاری و الزام فعالیت های جاری بسیاری در بستر آنلاین در واقع حلقه تکمیل کننده پروتکل های بهداشتی برای رهایی از آثار مخرب کرونا بر سلامت جامعه محسوب می شود. به نظر می رسد کرونا شرایط و فرصتی ایجاد کرده است تا سیاست گذاری های کلان فناوری در کشور را مورد بازبینی جدی قرار دهیم و به اهمیت تصمیم گیری ها در این حوزه مهم، بیش از گذشته توجه جدی داشته باشیم. با توجه به نقش ویژه فناوری در زیرساخت توسعه ای کشور، به خصوص در زمان بحران کرونایی به نظر می رسد برای به ثمر نشستن سیاست گذاری های مهار کرونا و جلوگیری از آثار مخرب فراوان آن بر جامعه، باید روند تصمیم گیری ها را وارد فاز سیستمی منظمی کرد تا تمام ابعاد و آثار سیاست گذاری ها بر پیکره جامعه اندیشیده و تحلیل شود.

ضرورت دور کاری و انجام امور در بستر آنلاین بخش بسیار مهم و ویژه ای در پروسه مهار کرونا محسوب می شود که البته آموزش هم بر آن اضافه شده است، برای اثربخش کردن این پروسه و تبدیل آن به فرصتی برای تحول اساسی در زیرساخت های الکترونیکی شدن فرایندهای کشور، به نظر می رسد نگاه کنونی سیاست گذاری باید اصلاح شود، نگاهی که آمیخته با ایجاد محدودیت و ممنوعیت در روند واردات کالاهای فناوری است. پرواضح است که برای ثمردهی روند الکترونیکی شدن فرایندهای سازمان های دولتی در ابعاد مختلف و توزیع خدمات در بستر آنلاین، دسترسی به کالاهای فناوری در تمام زمینه ها به مقدار کامل و کافی نیازی ضروری و بسیار بااهمیت در این شرایط ویژه محسوب می شود. انکابا به توان بسیار محدود تولیدات داخلی با توجه به وابستگی آنها به مواد اولیه خارجی، در این شرایط کرونایی، فرایند الکترونیکی شدن را در تمام زمینه ها به کندی و با مشکلات زیادی همراه خواهد کرد. نمونه بسیار روشن آن هم کمبود کالاهای بسیار معمولی در بازار فناوری از جمله مودم، وب کم، قلم نوری و غیره است.

لذا برای جلوگیری از نقش تخریبی کرونا بر پیکره جامعه و تبدیل تهدید آن به فرصتی برای اصلاح سیاست گذاری ها و رشد شتابان به روند الکترونیکی فرایندهای سازمانی و خدمات آنلاین، با توجه ویژه به نقش زیرساختی کالاهای فناوری، تمام محدودیت ها، ممنوعیت های واردات کالاهاراباید اصلاح کرد و با اختصاص ارز کافی به واردکنندگان و تسهیل سازی سریع این روند، به واردکنندگان، این فرصت را فراهم آورد تا با شناختی که از فرایندهای تقاضا و عرضه کالاهادر بازار فناوری در تمامی ابعاد دارند، به کمک دولت آمده و با تنظیم درست مکانیسم عرضه و تقاضا مانند گذشته، فرایند عرضه کالاهارامدیریت کنند؛ به یقین با این سیاست بسیاری از مشکلات مربوط به کمبود کالاهابا سرعت مرتفع شده و به صورت سیستمی کمک شایانی به فرایند الکترونیکی شدن و دور کاری فعالیت های جاری در بستر آنلاین خواهد کرد. با توجه به ادامه دار بودن روند شیوع کرونا، در روزهای منتهی به شروع رسمی بازگشایی مدارس و دانشگاه ها و لزوم آموزش در بستر آنلاین، قطعاً دوباره شاهد افزایش موج تقاضا برای کالاهای فناوری خواهیم بود. به همین دلیل روشن، تسهیل و تخصیص روند ارز به واردکنندگان و برداشتن محدودیت های وارداتی برای کالاهای فناوری، اهمیت ویژه ای در این شرایط دارد. قطعاً عملیاتی کردن سریع این فرایند، انگیزه و زمان لازم را برای واردکنندگان فراهم خواهد آورد تا با نیازسنجی و تامین کالاهای مورد نیاز مصرف کنندگان مثل گذشته روند عرضه کالاهارادر بازار فناوری مدیریت کنند. قطعاً با مدیریت درست روند عرضه کالاهاو اشرفائی که فعالان و واردکنندگان کالاهای فناوری بر عمق نیاز بازار، مصرف دارند، شاهد فراوانی کالاهای خواهیم بود و این خود عامل مهمی برای سرعت بخشیدن به روند دور کاری و الکترونیکی کردن فرایندها در ایام کرونا خواهد بود و از بار مشکلات مصرف کنندگان در این ایام خواهد کاست.



# بررسی نقش منابع انسانی در تغییر رویه بانکداری به سمت دیجیتال

## دوست یا دشمن؟

از شیوه‌های بسیار تاثیر گذار بر تکامل سیستم بانکداری دیجیتال است. - رویکرد مدیریتی باید از استقلال و حفاظت از محتویات حساب هر شخص بیش از پیش مراقبت کند و از این طریق، هر چه شیوه کار مدیریت ظریف‌تر باشد، موقعیت‌های بیشتری ساخته خواهند شد و تضمین موفقیت، بیشتر خواهد بود.

همچنین یک موضوع دیگر نیز جای بحث بسیار دارد؛ مشاوران انحصاری که با اعتماد به نفس بیشتر و دامنه اختیارات گسترده‌تر مشغول به انجام وظایف هستند، توجه مشتریان را بیشتر جلب می‌کنند.

در بانکداری، جایی که تبعیت از فرایندها همواره یک قاعده طلایی بوده است، توجه به جنبه سرمایه انسانی کاملاً بی‌سابقه به نظر می‌رسد. مهم، حاصل شدن اطمینانی است که همه کارکنان روی اهداف اختصاصی خودشان متمرکز باشند. از این نظر، ما همچنین می‌توانیم در مورد تقارن توجهات صحبت کنیم که به عنوان یک «اصل اساسی» تعیین می‌کند «میزان کیفیت خدمات بین یک شرکت و مشتریان، با کیفیت روابط این شرکت و تمامی کارکنان آن رابطه‌ای مستقیم دارد.»

و اما نکته آخر، کارکنان تمامی بانک‌ها، با فرایندهای جدید یا روش‌هایی که هنوز به خوبی درک نشده‌اند، به میزان قابل توجهی در روز سر و کار دارند؛ به همین منظور، سوالاتی که ممکن است برای هر مدیر پیش آمده و حتی پاسخ مناسب به آنها موجب پیشرفت شود، عبارتند از:

– آیا خطر اشباع وجود دارد؟

– راه‌اندازی پروژه‌های بدیع و متفاوت، چگونه می‌تواند تغییر میان کارمندان را تنظیم و ایجاد کند؟

– آیا در نظر گرفتن کارت‌های امتیازی یا شاخص ظرفیت‌های متفاوت برای ایجاد چنین تغییراتی در سازمان، کارآمد خواهد بود؟

– آیا روش‌های عملی مانند روش «جایک»، واقعاً ابتکار عمل مناسبی بوده و باعث ایجاد تغییرات می‌شود؟

بنابراین اگر می‌خواهید در دیجیتالی شدن بانک‌ها، منابع انسانی و کارمندان متعهد و با انگیزه را به عنوان بخشی از مسیر تحولات بانکی، به دوستان واقعی تبدیل کنید، این سوال‌ها را از خودتان بپرسید.

در مورد مدیریت تیم‌های مسوول برای دستیابی به اهداف بانکی. بانک‌های ارایه‌دهنده خدمات دیجیتال، سیگنال محکمی را ارسال می‌کنند که برای تعهد و اعتماد به شرکت، باید مانند یک وسیله نقلیه به آن نزدیک شوید. این موضوع به خودی خود موضوعی مثبت و چالشی است که باید توسط نیروی انسانی مورد توجه قرار گیرد اما برای جلوگیری از شکست در چنین پروسه‌ای، باید سه جنبه در نظر گرفته شود:

– فرد در محل کار: به تغییرات در روابط کاری (شیوه‌ها) و رابطه با دیگران (تعامل) توجه کنید. این موضوع به‌طور مستقیم بر آنچه در یک سازمان ضروری است تاثیر دارد؛ تعامل افراد درگیر با برندگان و حتی بازندگان.

– دلیل منطقی تجارت: معنای کار و فرهنگ حرفه‌ای با دیجیتالی شدن مجدداً شکل می‌گیرد. اگر پرسنل نتوانند به سوال «کدام شغل خوب است» پاسخ دهند، بدون شک انگیزش و عملکرد بر آن تاثیر خواهد گذاشت.

– فرهنگ سازمانی: یا توانایی کارکنان برای یافتن جهت‌های فکری و موقعیت خود در استراتژی‌های سازمان. اگر کمبود «درک وضعیت» وجود داشته باشد، درک محرک‌های انگیزه کار، به‌طور کلی دشوار خواهد بود و باعث می‌شود که کارکنان بخواهند در حرکات و نتایج مشترک سهیم باشند. و این دقیقاً نقطه‌ای است که مدیران، نقش اصلی را در آن ایفا می‌کنند؛ آنها تناقض و مغایرت‌هایی که کنترل کمی بر آنها داشته‌اند را آشکار کرده یا دوباره بیان‌شان می‌کنند. آنها حامل چشم‌انداز و صاحبان عملیاتی پروژه‌ها هستند و با این حال، تا حدودی باید به تنهایی راه‌شان در محیط جدید را باز کرده و به آن عادت کنند؛ بنابراین، نیاز به ارتقای ابزارها و روش‌های جدید دارند.

اما چه راه‌هایی برای جلوگیری از به دام افتادن در تله‌های انتقال دیجیتال وجود دارد که از نظر فنی، بیشتر از سرمایه‌های انسانی اهمیت دارند؟

در جواب این سوال، به دو پاسخ مناسب برمی‌خوریم:

– تحول در بخش بانکی بدون تغییر در سبک مدیریتی آن حاصل نمی‌شود. اتخاذ شیوه مدیریت مشارکتی تر و پاسخگو تر که مبتنی بر ابتکار عمل است،

هنگامی که در مورد دیجیتالی شدن رویه بانکداری سخن به میان می‌آوریم، لازم به یادآوری است که یک تغییر عمیق چه از لحاظ فنی و چه از لحاظ فرهنگی اتفاق می‌افتد. سازمان‌ها با سرعتی بی‌وقفه خود را متحول کرده و کارکنان‌شان در خط مقدم قرار می‌گیرند. به هر حال، ذی‌نفعان نیاز دارند اپراتورهای فعال و شاهد این تحولات، چه از داخل و چه از خارج باشند و چنین موضوعی در زندگی کاری روزمره‌شان، کار آسانی نیست!

تحول در رویه بانکداری، ضامن سه پدیده اصلی است:

– مدیران حساب برای برآورده کردن انتظارات جدید مشتریان باید انعطاف‌پذیری خود را افزایش دهند و از تمرکز بر اشخاصی که دارای تخصص فنی هستند، به سمت سرمایه‌گذاری روی یک مشاور بانکی حرکت کنند.

– شعب بانکی در حال تبدیل شدن به نقطه اتصال فیزیکی هستند و از این رو به تخصیص شبکه بانکی دسترسی پیدا می‌کنند که آینده و سر نوشت شعب بانک، به درک کیفیت و استقبال مشتریان از این تحول بستگی دارد.

– ضرورت یک تغییر اساسی: برای تبدیل شدن به یک بانکدار خوب و حرفه‌ای، دیگر لازم نیست که تجارت خود را به خوبی بشناسید، اکنون شناختن چگونگی سلام و احوالپرسی مناسب، توصیه و راهنمایی به مشتری در رابطه با کدام گذاشتن در کدام یک از راه‌های بی‌شمار نیز ضروری است.

اما «دیجیتالی کردن» به پروژه‌هایی که همیشه جنبه‌های فنی کامل دارند، کمک‌های شایانی کرده است. به هر مناسبت همین سوال پیش می‌آید؛ چرا ROI علی‌رغم انتخاب‌های فناورانه، با مدیریت مناسب، جاه‌طلب و بسیار گران‌قیمت تحویل داده نشده است؟

ROI یا Return On Investment معیاری مالی است که بازده سرمایه‌گذاری را نشان می‌دهد که به‌طور ساده می‌توان این گونه تعریفش کرد: «ترخ بازگشت سرمایه که بر اساس عملکرد سرمایه‌گذاری انجام شده، چند درصد سود برای سرمایه‌گذار در طول زمانی مشخص به دست می‌آید؟» پاسخ این است که رفتار انسان با دیجیتالی شدن از بین نمی‌رود؛ به‌خصوص

مقررات بانکی در برابر نوآوری بانکداری دیجیتال

بسیاری از صاحب‌نظران در مورد چگونگی مواجهه با یک چالش عظیم (برخورد بانسواوری دیجیتال در بانکداری) اظهار نظر کرده و دغدغه اصلی‌شان این است که چگونه نوآوری دیجیتال با مقررات مقابله می‌کند؟ محدودیت‌های وضع شده توسط دولت‌ها و تنظیم‌کنندگان مالی چیست؟ آینده در بانکداری دیجیتال است و بانکداری سنتی، فاقد چشم‌انداز و پیشرفت. بسیاری از غول‌های بانکداری، روند تکامل دیجیتالی خود را تا حدود زیادی پیموده و شرکت‌های فین‌تک نیز از این فرصت استفاده کردند. از لحاظ قانونی، نگرانی اصلی عدم کنترل دولت‌ها و نهادهای دولتی در استارت‌آپ‌های FinTech است. بانک‌های سنتی به صورت غیر خودکار و با مقررات بسیار سختگیرانه کار می‌کنند اما با این وجود، فرایندهای دشواری دارند که الهام‌بخش مدیران است تا به آینده نگاه کرده و راه‌حل‌های بهتری برای بانکداری دیجیتال ارایه دهند. جنبه تمرکز بانک‌ها هنوز مشاغل و اشخاص را در معاملات ساده‌ای از قبیل انتقال وجه جهانی یا حتی تبدیل به ارزهای دیگر محدود می‌کند. کافی است بگوییم که نوآوری دیجیتال به عنوان واکنشی برای تنظیم‌کننده‌ها در برابر درک سرعت سریع زندگی و نیازهای آنلاین ما ایجاد شد. مصرف‌کنندگان و صاحبان مشاغل، دارای خواسته‌ها و سلیقه‌های پیچیده‌ای هستند که معمولاً یک بانک معمولی نمی‌تواند با آنها مطابقت داشته باشد. این کار وظیفه دارد برای کارآفرینان محصولاتی را حل کند که بانک‌ها قادر به حل آن نیستند. بنابراین نوآوری در این زمینه مقابله با تنظیم‌کنندگان خواهد بود. مسلم است، تکنولوژی و مصرف‌کنندگان، داده‌ها و تجزیه و تحلیل‌هایشان را در مورد آنچه که جهان واقعاً برای اجرای صحیحش نیاز دارد، پرورش می‌دهند. داده‌های بزرگی که امروزه جوامع مصرف‌گرا تولید می‌کنند به روشنی نشان می‌دهد که خدمات باید سریع، انعطاف‌پذیر، کاربرپسند و بدون دردسر باشند که بسیاری از بانک‌های سنتی نمی‌توانند تضمین‌کننده هر چهار مورد به مشتریانشان باشند. در جایی که مقررات بانکی شکست خورد، بانکداری دیجیتال توانست موفق شود. اما علی‌رغم انتقادات بسیاری که از این موج جدید بانکداری آنلاین مطرح است، اکنون تنظیم‌کننده‌ها فقط می‌توانند نظاره‌گر بوده و یاد بگیرند؛ زیرا مصرف‌کنندگان و صاحبان مشاغل، یک پلتفرم آنلاین را نسبت به استاندارد نمایشی در شعب بانک ترجیح می‌دهند. آنچه نوآوری دیجیتال باید انجام دهد، انعطاف‌پذیری و همواره ارایه به‌روز رسانی‌هایی خواهد بود که آینه‌ای از زندگی روزمره ما است.

Finnova

Empowering the Stars

توانمندسازی ستاره‌ها

فینووا پیشرو در سرمایه‌گذاری استارت‌آپ‌های حوزه فین‌تک

فضا کار اشتراکی

شتاب‌دهنده

سرمایه‌گذاری

آزمایشگاه فینتک

MAH CARD

مدیریت دارایی

CYBORG

Modam Pos

باگدشت

LENDU

وینار

www.finnova.ir

۰۲۱ ۴۷۷۲۹۰۰۲

finnovaco

finnova

UBI GLOBAL

coworker

HARVARD UNIVERSITY

تجربه نوآوری در پرداخت با

دنیای هوشمند آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

درگاه پرداخت آیریا

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM

ASREERTEBAT.COM