

فصلنامه نوآوری بانک تجارت

سال نخست، شماره سوم، پلدای ۱۴۰۳

تهیه شده در
روابط عمومی
تکنوتجارت

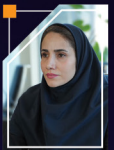


سرگذشت یک استارتاپ فینتک-لجستیک در همکاری با بانک تجارت

مبین زمانی
سرمايه‌گذار بانكي؛ آری یا خير؟
میثم سلیمانجاده
اعتماد صنایع بزرگ به راهکاری نوآورانه



محمد مهدی اسماعیلی
هزینه فرصت
فرار از ریسک نوآوری



مریم ابراهیمی
تکنوتجارت؛ مبدع زبان
مشترک بانک و نوآوران



پدرام رضایی
از غریبال ایده‌ها
تا تکنوتجارت



پرونده ویژه

اعتبار مالیاتی

رضا سمیع زاده



رفع چالش‌های
صنایع سنتی با نوآوری

علیرضا دلبری



از توسعه زیرساخت
تا نوآوری در تأمین مالی

فرصت‌های قانون جهش تولید
دانش بنیان برای تأمین مالی نوآوری

BCG

QED
INVESTORS

Klarna
Kosma.

audax

KPMG

همراه با گزارش‌هایی از





فصلنامه نوآوری بانک تجارت
سال اول / شماره سوم
تهیه شده در روابط عمومی تکنوتجارت



رئیس شورای سیاست گذاری
سید محمد حسین سجادی نیری

سر دبیر
حلیه (زهرا) صبورنژاد

نویسندگان این شماره
مریم رحیمی ا هستی عارفی / رضا باستانی نامقی
امیر منصوری / شیرین قاسمعلی زاده

گفت و گو با
مریم ابراهیمی / محمد مهدی اسماعیلی / علیرضا دلیری
پدرام رضایی / امین زمانی / میثم سلیمانجاء / رضا سمیع زاده

طراح جلد و صفحه آرا
رشید توشه

میدان آزادی، اتوبان لشگری، بعد از ایستگاه مترو بیمه، نبش
رستمی (بیمه سوم)، پلاک ۳۷، تکنوتجارت

۰۲۱-۹۱۰۵۰۴۱
pr@technotejarat.ir



مشترک نسخه الکترونیک شوید

شماره سوم فصلنامه نوآوری بانک تجارت با تمرکز ویژه بر رهبری تحول دیجیتال و نوآوری در صنعت مالی، مخاطبان خود را به تامل در مسیر پیشرفت و توسعه فرامی خواند. این شماره با گردآوری و تحلیل روندهای جهانی فینتک با ۲۰۲۴، بانکداری باز و مدل های پیشرو بانکداری به عنوان خدمت (BaaS)، بستری برای درک بهتر چالش ها و فرصت های پیش روی بانک ها و مؤسسات مالی فراهم کرده است. همچنین، مطالبی در زمینه اعتبار مالیاتی به عنوان یکی از ابزارهای توسعه نوآوری در صنایع بزرگ، همراه با مصاحبه هایی از مدیران برجسته و نوآور، ابعاد تازه ای از تجربیات داخلی و بین المللی را روشن می سازد. با احترام از مخاطبان فرهیخته این فصلنامه دعوت می شود پس از مطالعه این شماره، ما را از نظرات و بازخوردهای ارزشمند خود بهره مند سازند.

حلیه صبورنژاد
مدیر ارتباطات و روابط عمومی تکنوتجارت



سرمقاله سید محمد حسین سجادی نیری

نوآوری باز؛ استراتژی برنده در تحول دیجیتال



اخبار نوآوری زیست بوم بانک تجارت



پرونده ویژه اعتبار مالیاتی



یادداشت شیرین قاسمعلی زاده

روش های بهره مندی از «اعتبار مالیاتی»



مصاحبه با علیرضا دلیری

توسعه اقتصاد دانش بنیان با اعتبار مالیاتی تسهیل می شود



یادداشت رضا باستانی نامقی

آشنایی با چارچوب حقوقی «اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه» و «اعتبار مالیاتی سرمایه گذاری»



مصاحبه با رضا سمیع زاده

رفع چالش های صنایع سنتی با نوآوری



گزارش فینتک ۲۰۲۴

احتیاط، سود و رشد



سرگذشت کسب و کار

پی بار؛ پیوند فینتک و لجستیک



یادداشت امیرمنصوری

موردکاوی تجربه همکاری بانک و یک کسب و کار فینتک-لجستیک



مصاحبه با مبین زمانی

سرمایه گذار بانکی؛ آری یا خیر؟



مصاحبه با میثم سلیمانجاء

اعتماد صنایع بزرگ به راهکاری نوآورانه



گزارش

کاربردهای بانکداری باز



مصاحبه با محمد مهدی اسماعیلی

هزینه فرصت فرار از ریسک نوآوری



گزارش

بانکداری به عنوان خدمت



مصاحبه با مریم ابراهیمی

تکنوتجارت؛ مبدع زبان مشترک بانک و نوآوران



مصاحبه با پدram رضایی

از غربال ایده‌ها تا تکنوتجارت



حلیه صبورنژاد

نوآوری باز؛ لنگرگاه ایده‌ها و فناوری‌ها





سید محمدحسین سجادی نیری
مدیرعامل تکنوتجارت

سرمقاله

نوآوری باز

استراتژی برنده در تحول دیجیتال

و بخش‌های مجزا هستند و این ساختارهای نوآوری باز است که ضمن ایجاد هماهنگی میان این اجزا، به لطف انعطاف‌پذیری ذاتی خود و پتانسیل‌های خارج از سازمان، به روندهای پیشرفت تحول دیجیتال سرعت می‌بخشند.

نوآوری باز فرصت ویژه‌ای برای بانک‌هاست؛ چرا که بازارهای مالی به سرعت در حال تغییر هستند و تطبیق با قوانین جدید زمان‌بر و پرهزینه است. نوآوری باز، به بانک‌ها اجازه می‌دهد از تجربیات و راه‌حل‌های شرکای خارجی برای حل مسائل خود استفاده کنند. از سوی دیگر، توسعه داخلی محصولات و تأسیس شرکت‌های جدید به ریسک‌های مالی و عملیاتی بسیاری منجر می‌شود. در مقابل، نوآوری باز با امکان

«تحول دیجیتال» مفهومی است که مورد توجه سازمان‌های بزرگ ایرانی قرار گرفته است؛ این سازمان‌ها در سال‌های گذشته، بخشی از منابع و انرژی خود را به تدوین برنامه تحول دیجیتال و اجرای آن اختصاص داده‌اند. در این میان موفقیت‌ها و شکست‌هایی رقم خورده، اما واقعیت آن است که بسیاری از سازمان‌های بزرگ از روند پیشرفت برنامه تحول دیجیتال خود راضی نیستند. تحول دیجیتال در سازمان‌های بزرگ، به دلیل ساختارهای قدیمی، قوانین بالادستی پیچیده و مقاومت‌های درونی و بیرونی در برابر تغییر، یکی از دشوارترین تغییرات سازمانی است. آسیب‌شناسی مسیر تحول دیجیتال سازمان‌های بزرگ، نشان می‌دهد شفاف نبودن راهبرد و پیش‌بینی نکردن ابزارهای اجرایی متناسب، تحول دیجیتال را کند و گاه غیرممکن ساخته است.

نوآوری باز یکی از راهبردهای موثر برای پیشبرد تحول دیجیتال در سازمان‌های بزرگ از جمله بانک‌ها است. این راهبرد، ضمن یکپارچه‌سازی تصمیم‌گیری، درهای سازمان را به روی بهره‌گیری از نوآوری بیرون از خود می‌گشاید. سازمان‌های بزرگ اغلب دارای سلسله‌مراتب پیچیده، داده‌های پراکنده



میان ایده‌پردازی و جامه عمل پوشاندن به نوآوری را کاهش می‌دهد.

نوآوری باز با ایجاد یک محیط مشارکتی، ارتقای یادگیری مداوم، کاهش مقاومت در برابر تغییر و تسهیل دسترسی به فناوری‌های نوین، به بانک‌ها کمک می‌کند نوآوری را در سازمان خود پایدار سازند.

ساختارهای نوآوری باز در بانک‌ها همکاری با فینتک‌ها و مراکز آموزشی را گسترش می‌دهند، شرکا و ایده‌های روز را جذب می‌کنند و برای آزمایش نوآوری‌ها فضای ساندباکس را ایجاد می‌کنند و از این طریق، در خصوص انطباق با قوانین اطمینان پیدا می‌کنند.

اکوسیستم‌سازی یکی از وجوه مهم نوآوری باز است. ساختن اکوسیستم بومی در نوآوری باز به معنای طراحی، توسعه و مدیریت یک شبکه همکاری است که در آن بازیگران مختلف (شرکت‌ها، استارت‌آپ‌ها، دانشگاه‌ها، دولت، و مشتریان) برای تبادل دانش، منابع و فناوری با هدف ایجاد نوآوری‌های مشترک گرد هم می‌آیند. این رویکرد برای تسریع فرایند نوآوری و افزایش تاثیرگذاری در محیط‌های پیچیده و پویای امروزی ضروری است.

توسعه اکوسیستم بومی برای تکنوتجارت، به عنوان بازوی نوآوری باز بانک تجارت با پروژه بزرگ تژینو محقق می‌شود. این پروژه تنها در پی توسعه فضای فیزیکی نوآوری نیست؛ بلکه در صدد است که با ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی، پلتفرم‌های دیجیتال و شبکه همکاران ارزشمند به تحقق تحول دیجیتال در بانک تجارت و توسعه زیست‌بوم نوآوری کشور کمک کند.

اشتراک‌گذاری ریسک‌ها میان شرکا، امنیت مالی و عملیاتی بیشتری را تضمین می‌کند.

پژوهش Hrytsenko و همکارانش در سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که بانک‌هایی که با مدل نوآوری باز فعالیت کرده‌اند، توانسته‌اند احتمال شکست پروژه‌های نوآورانه را تا ۳۰ درصد کاهش دهند. از سوی دیگر، همکاری بانک‌ها با فینتک‌ها در حوزه‌هایی مانند هوش مصنوعی و بلاکچین، زمان توسعه را تا ۵۰ درصد کاهش داده و هزینه‌ها را به‌طور چشمگیری پایین می‌آورد.

نوآوری باز فراتر از استفاده از فناوری‌های نوین عمل می‌کند و یک تغییر فرهنگی اساسی در مسیر شکل‌گیری فرهنگ دیجیتال رقم می‌زند. یکی از ویژگی‌های اصلی فرهنگ دیجیتال، ترویج همکاری و مشارکت است. نوآوری باز به معنای مشارکت فعالانه با منابع خارجی مانند استارت‌آپ‌ها، مشتریان، دانشگاه‌ها و حتی رقبای توسعه محصولات، خدمات، و فرایندهای جدید است.

نوآوری باز با فراهم کردن دسترسی به تجربیات عملی از طریق مشارکت با شرکای خارجی، شکاف



مرور اخبار

زیست بوم نوآوری بانک تجارت در فصل پاییز

معارفه و تکریم مدیران عامل جدید و پیشین هلدینگ تفتا

مراسم معارفه و تکریم مدیران عامل جدید و پیشین هلدینگ تفتا با حضور مدیران ارشد بانک تجارت، اعضای هیئت مدیره و معاونان تفتا برگزار شد. در این مراسم، از زحمات محمد فرجود به عنوان مدیرعامل پیشین هلدینگ تفتا تقدیر شد و مسیح تفرشی سمت مدیریت عامل جدید تفتا را به دست آورد. مرتضی ترک تبریزی، رئیس هیئت مدیره بانک تجارت در این مراسم گفت: خوشبختانه تیم بسیار خوبی در مجموعه فناوری بانک و هلدینگ وجود دارد و به اعتقاد من عملکرد این تیم و هم افزایی میان شان عالی است. امیدوارم این عملکرد عالی که بخش زیادی از آن محصول تلاش آقای فرجود است در دوره مدیریت آقای تفرشی هم حفظ و تقویت شود. همچنین حمیدرضا شریفیان، نایب رئیس هیئت مدیره بانک تجارت گفت: انتظار از مدیر جدید هلدینگ تفتا، چالاک‌تری بیشتر در حوزه‌های کسب و کار است؛ پیدا کردن مسیرهایی که بتواند ظرفیت‌های بیشتری ایجاد کند و جواب نیازهای روز باشد، باید در اولویت قرار گیرد.



گزارش سالانه تامین مالی زیست بوم نوآوری کشور رونمایی شد

مراسم رونمایی گزارش ۱۴۰۲ انجمن سرمایه‌گذاری خطرپذیر برگزار شد. انجمن سرمایه‌گذاری خطرپذیر کشور این گزارش را با توجه به اهمیت داده‌های نظام تامین مالی برای کارآفرینان و مدیران بنگاه‌های اقتصادی کشور از سال ۱۳۹۱ به صورت سالانه تهیه و منتشر می‌کند. این گزارش نشان می‌دهد تکنوتجارت در سال ۱۴۰۲ در رتبه چهارم از حیث حجم کل پرداختی بابت تعهدات سرمایه‌گذاری خطرپذیر مستقیم و رتبه ششم از حیث حجم کل قراردادهای سرمایه‌گذاری خطرپذیر مستقیم قرار داشته است. سید محمدحسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت و رئیس هیئت مدیره انجمن سرمایه‌گذاری خطرپذیر درباره این گزارش گفت: ما در انجمن سرمایه‌گذاری خطرپذیر کشور وظیفه خود می‌دانیم برای ارتقای جایگاه دیده‌بانی و تصمیم‌سازی انجمن تلاش کنیم و امیدواریم با هم‌افزایی و مشارکت اعضا، در شکل‌دادن به داستان‌های موفقیت آینده توفیق پیدا کنیم.

این گزارش از آدرس irvc.ir قابل دسترسی است.



موفقیت دو محصول نوآور بانک تجارت در جشنواره دکتر نوربخش

جایزه ویژه و رتبه برتر جشنواره دکتر نوربخش در دو محور «تازه‌های بانکی و هوشمندسازی» و «راهکارهای حوزه امنیت»، به‌ترتیب به دو محصول نوآورانه شرکت‌های بانک تجارت، تحت عنوان «سامانه مدیریت و پیش‌بینی ریسک بر مبنای هوش مصنوعی» و «اپلیکیشن پات‌لایف» اعطا شد. یازدهمین همایش سالانه بانکداری نوین و نظام‌های پرداخت، جایزه ویژه محصول نوآورانه را به سامانه مدیریت و پیش‌بینی ریسک بر مبنای هوش مصنوعی، محصول شرکت داده و اعتبارسنجی تجارت ایرانیان (داتا) از بانک تجارت اعطا کرد. اپلیکیشن پات‌لایف ایران کیش به‌سبب ارائه محصول کهریبا روی اپلیکیشن پات‌لایف که امکان پرداخت و دریافت پول را به‌صورت غیرتماسی از طریق NFC فراهم کرده است، رتبه اول جشنواره دکتر نوربخش را به خود اختصاص داد. در مراسم اعطای این جایزه، اصغر ابوالحسنی قائم‌مقام بانک مرکزی، نوش‌آفرین مومن واقفی، معاون فناوری‌های نوین و مرتضی ترک‌تبریزی رئیس هیئت مدیره بانک تجارت حضور داشتند. جایزه دکتر نوربخش از سال ۹۰ به‌عنوان بخشی از همایش سالانه بانکداری نوین و نظام‌های پرداخت، به محصولات نوآورانه صنعت پولی و بانکی تعلق می‌گیرد.



اولین برات الکترونیک در بورس کالا

بانک تجارت اولین برات الکترونیک در معاملات اعتباری بورس کالا را صادر کرد. این بانک نخستین عملیات تسویه معاملات اعتباری بورس کالا با استفاده از برات داخلی الکترونیک را برای دو شرکت فعال در بورس کالا اجرایی کرد. هدف از این اقدام، بهبود تسویه معاملات اعتباری بورس کالا بوده است. تسویه معاملات اعتباری بورس کالا برای شرکت‌های فعال در بورس با طراحی محصولی به نام «تامین نو بورس کالا» انجام شد. در اولین استفاده از این محصول، شرکت‌های پتروشیمی اروند و ورق ایران به‌عنوان شرکت‌های همکار انتخاب شده و تسویه معاملات اعتباری این دو مشتری در بورس کالا با استفاده از برات داخلی الکترونیک انجام شد. تسویه معاملات اعتباری بورس کالا با استفاده از ابزارهای تامین مالی زنجیره‌ای که بیشتر در حوزه پتروشیمی فعال است، گردش مالی را در صنعت بهبود داده و چرخه تسویه معاملات را در تعامل با مشتریان تسهیل و راحت می‌کند.



کشوری شاد به هیئت مدیره سیمرغ پیوست

جلسه معارفه علی کشوری شاد به‌عنوان عضو جدید هیئت مدیره شرکت سامانه‌های یکپارچه سیمرغ تجارت در محل سالن جلسات هلدینگ تفتا برگزار شد. کشوری شاد، ریاست اداره مدیریت کانال‌های غیرحضوری بانک تجارت را نیز بر عهده دارد. در این جلسه که با حضور مدیران هلدینگ تفتا، اعضای هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت سیمرغ تجارت همراه بود، مراسم تودیع امیرحسین داوودیان که ریاست هیئت مدیره شرکت سیمرغ تجارت را بر عهده داشت نیز برگزار شد و از خدمات ارزنده او در طول دوران تصدی مسئولیت، تقدیر به عمل آمد. شرکت سیمرغ تجارت به‌عنوان بازوی ایجاد خدمات نوین مالی برای بانک تجارت، به ارائه خدمات اختصاصی، نوآورانه و تحول‌آفرین در حوزه صنعت بانکداری کشور می‌پردازد. این شرکت ضمن توسعه راهکارهای پرداخت سریع، سرویس‌های متنوع نوین و محصولات نوآورانه، توانسته محصولات روزآمد خود را به عموم مردم ارائه کند.



قبضینو در فکر اولین اپلیکیشن پرداخت سازمانی کشور

طراحی پل سازمانی قبضینو با هدف ارائه کامل‌ترین خدمات در زمینه «استعلام، پرداخت و مدیریت هوشمند قبوض» انجام شده است. علی عباسی هم‌بنیانگذار قبضینو در گفت‌وگو با پیوست گفت: قبضینو از استارت‌آپ‌های دانشگاه شریف بود که در سال ۹۶ با توجه به مشکلات کاربران و ضعف زیرساخت پرداخت کشور آغاز به کار کرد. در واقع در ابتدا هدفمان اتوماتیک کردن قبوض از زمان استعلام تا تسویه بود؛ اما به مرور زمان که کاربران درخواست‌ها و نیازهای خود را با ما به اشتراک گذاشتند به این نتیجه رسیدیم که قبضینو باید مرجع پرداخت‌های دوره‌ای باشد. برای مثال کاربران بتوانند در اپلیکیشن قبض وام خود را تعریف و تولید کنند و هر ماه آن را بر اساس یادآوری‌های اپلیکیشن پرداخت کنند. در واقع می‌خواهیم مرجع تسویه و پرداخت بدهی‌های کاربران باشیم. ما همچنین به دنبال این هستیم که بخش سازمانی



خود را بیش از پیش فعال کنیم و اولین اپلیکیشن پرداخت سازمانی کشور نیز باشیم. ما می‌خواهیم پروژه تولید قبض را هم مدیریت کنیم، این موضوع یکی از عمده‌ترین درخواست‌های کاربران از ماست.

آقابابایی مدیرعامل ایران کیش شد

حمزه آقابابایی به سمت مدیرعاملی ایران کیش منصوب شد. در مراسم تودیع و معارفه که با حضور اعضای هیئت مدیره ایران کیش و مدیرعامل وقت هلدینگ تفتا برگزار شد، از تلاش‌های علیرضا موسوی مدیرعامل پیشین این شرکت تقدیر به عمل آمد. حمزه آقابابایی، سوابقی همچون مدیرعاملی شرکت پرداخت الکترونیک سپهر، عضویت در هیئت مدیره شرکت توسعه تجارت زرفام کیش، مدیرعاملی و عضویت در هیئت مدیره شرکت طوبی امید راهبر را در کارنامه خود دارد. مسیح مشهدی تفرشی، مدیرعامل هلدینگ تفتا در پاسخ به پرسش روابط عمومی ایران کیش در خصوص تحولات این شرکت گفت: با توجه به سابقه‌ای که در صنعت پرداخت داشته قطعاً این مسئله نگاه مرا به ایران کیش، خاص می‌کند به ویژه که این شرکت در حوزه پرداخت جزو قدیمی‌های این صنعت است و بیش از یک میلیون دستگاه پوز دارد. مدیرعامل تفتا همچنین با اعلام ارتباط اپلیکیشن پات لایف با شبکه میر روسیه گفت: «خرسندم که ایران کیش موفق شد در برقراری این ارتباط جدید و بازگشایی مالی از حوزه داخلی به حوزه خارجی اولین باشد.»

سامانه معاملات آنلاین «تجارت تریدر»

«تجارت تریدر» با امکاناتی منطبق با آخرین تکنولوژی‌های ارائه خدمت به فعالان بازار سرمایه رونمایی شد. در سومین روز از برگزاری یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی بورس بانک بیمه و خصوصی‌سازی کیش اینوکس، بانک تجارت محصولی جدید برای خدمت‌رسانی به مشتریان ارائه کرد. شرکت کارگزاری بانک تجارت با هدف تسهیل هرچه بیشتر انجام معاملات آنلاین بورس اوراق بهادار، سامانه اختصاصی «تجارت تریدر» را در دو نسخه وب و موبایل طراحی و در اختیار فعالان این بازار قرار داد. این سامانه با امکانات گوناگونی همچون ارسال سریع سفارش خرید و فروش، دسترسی به تمامی بخش‌های مورد نیاز برای معامله از جمله پورتفوی، سفارشات، معاملات و گردش حساب، قابلیت پیش‌نویس سفارشات خرید و فروش، ذخیره‌سازی اطلاعات سفارش خرید و فروش، مشاهده دارایی و بازدهی سهام، شارژ آنی حساب، ثبت آفلاین عرضه اولیه و چندین امکان دیگر در خدمت فعالان بازار سرمایه قرار گرفت.

فصل جدید همکاری بانک تجارت با دانشگاه‌ها

بانک تجارت در قالب جشنواره «مهرتجارت» همکاری با دانشجویان جدیدالورود ۲۰ دانشگاه معتبر تهران و سایر استان‌های کشور را آغاز کرد. این بانک به‌منظور توسعه همکاری با مراکز علمی و دانشجویان، افتتاح حساب جاری بدون دسته‌چک را در دستور کار خود قرار داده تا دانشجویان جدیدالورود از محصولات نو و خدمات این بانک بهره‌مند شوند. خدمات جدیدی از جمله اعتبار BNPL، اعتبار کالانو و ویژه خرید لوازم خانگی، موتورسیکلت و کالانوی دیجیتال ویژه خرید موبایل، تبلت، لپ‌تاپ و لوازم جانبی تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان و تسهیلات آنلاین ازدواج از طریق اپلیکیشن باجت در اختیار دانشجویان قرار گرفت. طرح «مهرتجارت» با هدف آشنایی بیشتر دانشجویان جدیدالورود ۲۰ دانشگاه معتبر کشور با خدمات بانکی برگزار شده و پس از افتتاح حساب، کارت‌های بانکی صادر شده به کارت اصلی دانشجویان تبدیل می‌شود. در خلال برگزاری رویداد با انجام قرعه‌کشی بین دانشجویان نو ورود دانشگاه‌های کشور، جوایزی به رسم یادبود به دانشجویان اعطا شد.

امضای تفاهمنامه میان تکنوتجارت و چابک تجارت

تکنوتجارت و چابک تجارت، با هدف تقویت فعالیت‌های مشترک نوآورانه و ارزش آفرینی تفاهمنامه همکاری امضا کردند. در مراسم امضای این تفاهمنامه سیدمحمدحسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت، درباره این همکاری توضیح داد: تکنوتجارت از حدود یک سال پیش علاوه بر ایفای نقش سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی تلاش کرده است سازوکارهای نوآوری باز را در جهت منافع شبکه بانک تجارت به کار گیرد. به عبارت دیگر تلاش کرده‌ایم و خواهیم کرد تعامل بانک و شرکت‌های زیرمجموعه بانک با زیست‌بوم فناوری و نوآوری کشور و بهره‌گیری از ظرفیت‌هایی که در این زیست‌بوم وجود دارد، پربارتر شکل بگیرد. همکاری با چابک تجارت به دو علت در اولویت‌های ما

قرار گرفت: اول شخصیت مدیرعامل این شرکت و روحیه سعی ایشان و دوم به دلیل تعامل چابک با مشتریان ارزنده و فضای خارج از بانک است. امیدوارم که این تعامل که به همت آقای مهندس عمرانی اتفاق افتاد و قدردان آن هستم، الگویی برای تعامل در اکوسیستم بانک شود.

امکان خرید اقساطی بیمه شخص ثالث در دیجی پی

دیجی پی امکان خرید بیمه شخص ثالث به صورت قسطی را فراهم کرده و کاربران دیجی پی می توانند با انتخاب مناسب ترین بیمه، هزینه ی بیمه شخص ثالث خود را در چهار قسط بدون چک و سفته و کارمزد پرداخت کنند. با امکان خرید بیمه شخص ثالث در دیجی پی به عنوان پلتفرم پیشرو در ارائه خدمات مالی و اعتباری آنلاین، کاربران می توانند پس از ورود به اپلیکیشن دیجی پی و ثبت مشخصات خودرو، از بین شرکت های بیمه گر، بیمه مورد نظرشان را انتخاب کنند. پرداخت نقدی و پرداخت در چهار قسط بدون نیاز به چک و سفته در دیجی پی امکان پذیر است. فهرستی بلند از شرکت های بیمه گر برای انتخاب بیمه شخص ثالث در دیجی پی وجود دارد و کاربران می توانند با مقایسه قیمت ها، بهترین نرخ برای خودشان را انتخاب کنند.

تاتا حامی دومین رویداد جایزه نوآوری آزاده

تاتا حامی مالی دومین دوره جایزه نوآوری آزاده بود. این رویداد با یاد و گرامیداشت خاطره «آزاده داند» برگزار شد. داند سمتهایی مانند رئیس موقت شورای مرکزی سازمان نظام صنفی رایانه ای کل کشور، دبیر کل سازمان نظام صنفی رایانه ای کل کشور، رئیس هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه ای تهران و مدیرعاملی شرکت بهاران را داشت. آزاده داند، رئیس هیئت مدیره انجمن زنان کارآفرین و سازمان نظام صنفی رایانه ای استان تهران در بهمن ماه سال ۱۴۰۰ پس از گذراندن یک دوره بیماری درگذشت. در این رویداد زنان بنیان گذار توسعه ای و استارت آپ ها، توانایی هایشان را در قالب ایده های نوآورانه مطرح کردند. «تاتا» نیز از جایگاه مسوولیت اجتماعی برای ارتقای سهم زنان از کارآفرینی یکی از حامیان مالی این رویداد دو سالانه بود.

۱۰ هزار فروشگاه به باروک پیوستند

برای نخستین بار در ایران، تامین مالی اصناف به کمک باروک وارد مسیر تحول دیجیتال شده است. امیرمسعود پورهاشم، مدیرعامل باروک، توضیح داد: در ایران حداقل سیصد هزار واحد صنفی فعال در حوزه کالاهای تند مصرف وجود دارد. هدف ما این است که با توسعه خدمات، بازیگر اصلی تامین مالی زنجیره تامین این بازار باشیم و دسترسی به اعتبار را برای همه واحدهای صنفی در کشور عزیزمان را ممکن کنیم. او ادامه داد: مدل تامین مالی زنجیره تامین (SCF) که توسط شرکت هایی مانند Trade shift و Taulia در جهان رایج شده، اکنون به کمک پلتفرم باروک در ایران پیاده سازی شده است. این مدل با حذف چالش های سنتی، ابزارهایی کارآمد برای توسعه بازار و کاهش ریسک مالی در اختیار توسعه ای و فروشگاه ها قرار می دهد. پورهاشم همچنین یادآوری کرد: باروک از مرزها فراتر رفته و تنها به کلان شهرها محدود نیست. اکنون، واحدهای صنفی از جزیره خارک تا شهر مرزی تایباد به خانواده باروک پیوسته اند.

تفتا در یازدهمین همایش و نمایشگاه بانکداری نوین و نظام های پرداخت

هلدینگ فناوری و نوآوری بانک تجارت (تفتا) با تمرکز بر معرفی محصولات و پلتفرم های خود در یازدهمین همایش و نمایشگاه های بانکداری نوین و نظام های پرداخت شرکت کرد. ارائه تازه ترین محصولات و خدمات در غرفه نمایشگاهی، برگزاری کارگاه های متعدد معرفی محصول و مشارکت در پنل های کارشناسی یازدهمین همایش و نمایشگاه بانکداری نوین و نظام های پرداخت از جمله برنامه های هلدینگ تفتا و شرکت های این هلدینگ بود. پنج شرکت سیمرغ تجارت، داتا، تاتا، ایران کیش و تجارت شایان از مجموعه هلدینگ تفتا در غرفه این هلدینگ به معرفی و ارائه محصولات و خدمات خود پرداختند و در قالب ۶ کارگاه نیز این محصولات را به علاقه مندان و کارشناسان حوزه های مرتبط معرفی کرد. کارگاه های معرفی محصول شرکت های گروه تفتا به این شرح بود: مدیریت ریسک مبتنی بر هوش مصنوعی شرکت داتا، ریال دیجیتال شرکت ایران کیش،



موم نوآوری
بازارت در فصل پاییز

پلتفرم تامین مالی زنجیره‌ای با هسته متمرکز شرکت تجارت شایان، پلتفرم هویت دیجیتال سها شرکت داتا، پلتفرم مشاهده‌پذیری داده‌ها، شرکت داتا، راهکار منعطف و جامع یکپارچه‌سازی محصولات بانکی شرکت داتا.



ارتقای رتبه صلاحیت انفورماتیک ایران کیش

جایگاه شرکت کارت اعتباری ایران کیش در رتبه بندی اعلامی از سوی سازمان برنامه و بودجه در حوزه صلاحیت انفورماتیک ارتقا یافت. بدین ترتیب ایران کیش هم اکنون در میان سایر شرکت‌های پرداخت الکترونیک، دارای بیشترین رتبه پایه یک در رسته های مدنظر است. در آخرین رتبه بندی انجام شده در این حوزه، ایران کیش در ۵ رسته ارائه خدمات، نرم افزار، انتقال اطلاعات، مشاوره و سخت افزار ۱۲ رتبه پایه یک اخذ کرده است. رتبه های اخذ شده به شرح ذیل است: کسب رتبه پایه ۱ در رشته پشتیبانی، کسب رتبه پایه ۱ در رشته سیستم های ویژه، کسب رتبه پایه ۱ در رشته آموزش و پژوهش، کسب رتبه پایه ۱ در رشته تولید و پشتیبانی نرم افزارهای سفارش مشتری، کسب رتبه پایه ۱ در رشته ارائه و پشتیبانی نرم افزارهای پایه، سیستم ها و ابزارها و در نهایت کسب رتبه پایه ۱ در رشته ارائه و پشتیبانی بسته های نرم افزاری یا بسته های نرم افزاری حامل محتوا.



رونمایی از طرح تژینو در یلدا سامیت

بانک تجارت قصد دارد با احداث «تژینو» بیش از ۲۰ هزار مترمربع فضای قابل استقرار برای شرکت ها و تیم های نوآور به وجود آورد. سید محمد حسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت اعلام کرد: سال ۱۴۰۱ مشکلی میان صاحب ملک، پارک پردیس و هم‌آوا به وجود آمد و در همان زمان بانک تجارت، تصمیم گرفت پروژه مجتمع نوآوری خود را وسعت بخشد تا پرچم نوآوری همچنان در فراز بماند. نیری در توضیح ویژگی های تژینو گفت: نسل جدید کارخانه نوآوری فرصتی در اختیار نسل بعدی قرار می دهد. این کارخانه از اجتماع شرکت های هم صنعت در کنار یکدیگر به وجود می آید. مجتمع نوآوری و فناوری تجارت و به تعبیر ما «تژینو» مجموعه ای است صنعت محور و شامل جامعه ای از شرکت های فینتکی است. آنجلا استریچ، در مقاله ای توضیح داده که هر شرکت در سال های آینده، یک شرکت فینتک است. او گفت: تژینو مجمعی به بزرگی ۴۸ هزار متر مربع است که ۲۰ هزار متر مربع آن محل استقرار شرکت های نوآور خواهد بود.



راهبری پیشبرد قانون جهش تولید دانش بنیان توسط تکنوتجارت

تکنوتجارت، آماده پیشبرد اهداف بانک در راستای دریافت اعیار مالیاتی است. رویداد آشنایی با روش های بهره مندی از اعتبار مالیاتی با نگاهی ویژه به ماده ۱۱ و ماده ۱۳ قانون جهش تولید دانش بنیان، در محل ساختمان مرکزی بانک تجارت برگزار شد. مرتضی ترک تبریزی، ریاست هیئت مدیره بانک تجارت گفت: هر چقدر بانک بتواند از میزان سرمایه گذاری های غیردانش بنیان خود کاسته و سرمایه گذاری در حوزه دانش بنیان را افزایش دهد، به سود بیشتری خواهد رسید. هر چقدر بتوانیم فرایندهای خود را دیجیتال کنیم و از شرکت های دانش بنیان و فناورانه تر خارج از مجموعه کمک بگیریم، اصطکاک داخلی مان کمتر خواهد شد. همچنین، محمد حسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت با اشاره به ماده ۱۸ قانون جهش تولید دانش بنیان، توضیح داد: وجود نهادی که به واسطه تعامل و ارتباط با معاونت علمی و صندوق نوآوری و شکوفایی، دریافت اعتبار مالیاتی را تسهیل کند، برای بانک حیاتی است. شرکت تکنوتجارت برای انجام این وظیفه اعلام آمادگی می کند تا بانک بتواند از این ظرفیت های ارزشمند بهره بگیرد.

The background image shows a person in a dark blue suit holding a tablet. On the tablet screen is a futuristic, glowing blue interface. At the center of the interface is a classical building with columns, surrounded by various financial and technological icons like gears, a bar chart, and a pie chart. A robotic hand is also visible on the screen, interacting with the interface. The overall theme is digital finance and technology.

پرونده ویژه

اعتبار مالیاتی

فرصت‌های قانون

جهش تولید دانش بنیان برای تامین مالی نوآوری



روش‌های بهره‌مندی از «اعتبار مالیاتی» مبتنی بر قانون جهش تولید دانش بنیان

اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه

اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه موضوع بند «ب» ماده ۱۱ قانون جهش تولید دانش بنیان است که بر اساس آن، معادل هزینه انجام شده برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه، به عنوان اعتبار مالیاتی با قابلیت انتقال به سنوات آتی به توسعه‌ای و موسسات متقاضی اعطاء می‌شود و معادل آن از مالیات قطعی شده سال انجام هزینه مذکور یا سال‌های بعد، کسر می‌شود. این گزاره به آن معنا است که اگر شرکت در یک سال، سود کافی نداشته باشد، می‌تواند اعتبار مالیاتی آن سال را برای سال‌های آتی رزرو کند. این قانون از نیمه دوم سال ۱۴۰۱ به صورت محدود و از سال ۱۴۰۲ به طور رسمی اجرا شده است.

در سال ۱۴۰۲، ۵۳۱ شرکت شامل ۴۰۱ شرکت دانش بنیان و ۱۳۰ شرکت غیر دانش بنیان، متقاضی اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه بودند. بر همین اساس جهت بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه، شرکت‌ها لزوماً نباید دانش بنیان و یا فناور باشند و صرفاً داشتن مجوز فعالیت از نهاد مرتبط با موضوع فعالیت شرکت کافی است. همچنین تاکنون سقفی برای بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه توسط شرکت‌ها تعیین نشده است. تا این لحظه، شرکت‌های دارویی و صنایع شیمیایی، به دلیل تمرکز بیشتر بر فعالیت‌های تحقیق و توسعه‌ای، پروژه‌های بیشتری نسبت به سایر صنایع در سامانه ثبت، کرده‌اند. پس از آن، صنایع غذایی، خودرویی، نفت و گاز و پتروشیمی، آبی‌تی و آی‌سی‌تی، بیشترین تعداد پروژه تعریف شده را داشته‌اند.

همچنین در ماده ۱۳ این قانون به منظور ارتباط دانشگاه با صنعت، موضوع انعقاد تفاهم‌نامه همکاری صنایع و واحدهای تولیدی دارای واحد تحقیق و توسعه با یکی از واحدهای دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و پژوهش مرتبط، با اولویت استان محل استقرار آن صنعت یا واحد تولیدی، طرح شده است که قراردادهای تحقیق و توسعه مرتبط با این تفاهم‌نامه‌ها نیز مشمول مزایای طرح شده در بند «ب» ماده ۱۱ این قانون می‌شوند.

مراحل اجرایی بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه

ابتدا، دبیرخانه شورا از طریق سایت اعتبار ۱۴، فراخوان اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه را اعلام می‌کند. پس از آن، شرکت‌ها در بازه زمانی اعلامی، اطلاعات مربوط به پروژه‌های تحقیق و توسعه خود را بر اساس اطلاعات درخواستی در پرسشنامه موجود در سایت تکمیل و بارگزاری می‌کنند. دو ماه پس از زمان فراخوان، پروژه‌های بارگزاری شده توسط شورا تایید یا رد می‌شوند. در صورت تایید پروژه، در پایان سال مالی، از شرکت‌ها درخواست می‌شود اطلاعات مرتبط با پروژه تحقیق و توسعه و هزینه‌کردهای مرتبط را در سامانه بارگزاری کنند. سپس، اطلاعات مذکور توسط شورا مورد ارزیابی قرار گرفته و به منظور صحت سنجی آن، ارزیابان پروژه در محل شرکت حضور پیدا می‌کنند تا بررسی‌های لازم انجام شود. پس از تایید هزینه‌کرد شرکت‌ها در پروژه تعریف شده، اطلاعات مربوط به شرکت و پروژه به همراه میزان اعتبار مالیاتی تایید شده، به سازمان امور مالیاتی کشور ارجاع داده می‌شود. این سازمان، صلاحیت مالی و رفتار مالیاتی شرکت، صورت‌های مالی و اطلاعات حسابداری شرکت را مورد بررسی قرار می‌دهد. در صورت تایید سازمان، اعتبار مالیاتی به شرکت متقاضی تخصیص می‌یابد و از مالیات بر درآمد همان سال یا سال‌های آتی شرکت، کسر خواهد شد.

قانون جهش تولید دانش بنیان با هدف رفع نواقص و مشکلات قانونی پیش‌روی کسب‌وکارهای دانش بنیان و خلاق و همچنین توسعه بخش‌های مختلف زیست‌بوم فناوری و نوآوری، در اردیبهشت ماه سال ۱۴۰۱ تصویب شد. یکی از اهداف مهم این قانون، جهت‌دهی به حمایت‌های مالیاتی به سمت توسعه نوآوری و اقتصاد دانش بنیان با استفاده از ابزار اعتبار مالیاتی است. این ابزار جدید، در راستای ایجاد انگیزه در شرکت‌ها، با هدف توسعه سرمایه‌گذاری در اکوسیستم فناوری و پیشبرد تحقیق و توسعه تدوین و تصویب شده است.

برون سپاری پروژه‌های تحقیق و توسعه و بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی

همانطور که پیش‌تر نیز ذکر شد، بر اساس ماده ۱۳ قانون جهش تولید دانش‌بنیان، شرکت‌ها می‌توانند پروژه‌های تحقیق و توسعه خود را به شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری و مراکز علمی و دانشگاهی برون‌سپاری کنند. در اینخصوص، موضوع فعالیت شرکتی که کار تحقیق و توسعه را انجام می‌دهد باید مرتبط با موضوع پروژه تعریف شده باشد و شرکت صلاحیت فنی لازم را داشته باشد. همچنین در صورتی که دو شرکت، ذی‌نفع واحد داشتند، ملاک محاسبه هزینه، هزینه تمام‌شده است و هیچ مبلغی تحت عنوان سود یا کارمزد در این‌گونه پروژه‌ها لحاظ نخواهد شد.

استفاده از معافیت مالیاتی و اعتبار مالیاتی

بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری از معافیت‌های مالیاتی گوناگون استفاده می‌کنند. در حال حاضر در یک سال مالی به‌صورت همزمان امکان استفاده از معافیت مالیاتی و اعتبار مالیاتی وجود ندارد. برای تصمیم‌گیری بهتر، شرکت‌ها می‌توانند در ابتدا درخواست اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه خود را ثبت کرده و پس تأیید میزان اعتبار مالیاتی تخصیصی در پایان دوره مالی، در راستای استفاده از اعتبار مالیاتی و یا معافیت مالیاتی خود تصمیم‌گیری کرده و گزینه بهتر را انتخاب کنند. همچنین لازم به ذکر است در صورتی که یک شرکت برای یک محصول، از اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه استفاده کرده باشد، پس از آن که محصول به مرحله تجاری‌سازی برسد، امکان استفاده از معافیت مالیاتی برای آن محصول وجود نخواهد داشت. در عموم موارد، استفاده از اعتبار مالیاتی نسبت به معافیت مالیاتی صرفه بیشتری برای شرکت‌ها دارد. تا سال گذشته سقف معافیت مالیاتی برای محصولات دانش‌بنیان ۵۰ میلیارد تومان بوده است که این عدد در سال جاری به ۱۰۰ میلیارد تومان کاهش یافته است. این شواهد گویای آن است که تصمیم‌گیری سیاست‌گذار در این خصوص، کم کردن معافیت‌های مالیاتی و حرکت به سمت اعتبار مالیاتی است.

اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری

● اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری، موضوع بند «ت» ماده ۱۱ قانون جهش تولید دانش‌بنیان است. بر اساس این قانون، با هدف حمایت از تعمیق فناوری و استفاده حداکثری از توان شرکت‌های دانش‌بنیان، اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری با قابلیت انتقال به سنوات آتی به شرکت‌ها و موسسات متقاضی اعطا شده و به همان میزان از مالیات قطعی شده سال تخصیص سرمایه مذکور و یا سال‌های بعد کسر خواهد شد. شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران، بازار اول و یا دوم فرابورس ایران و یا شرکت‌های دارای سرمایه ثبتی به میزان حداقل یک سی‌ام سرمایه ثبتی صندوق نوآوری و شکوفایی از طریق سرمایه‌گذاری مستقیم و غیرمستقیم می‌توانند از این قانون بهره‌مند شوند (در حال حاضر سرمایه ثبتی ۳۳۴ میلیارد تومانی برای شرکت‌های سرمایه‌گذار). سرمایه‌گذاری غیرمستقیم توسط هریک از نهادهای مذکور از طریق صندوق‌های پژوهش و فناوری و یا صندوق‌های سرمایه‌گذاری بورسی که فعالیت آن‌ها در تأمین مالی فناوری و نوآوری و فعالیت‌های دانش‌بنیان است، صورت می‌پذیرد. نکته قابل توجه در این سرمایه‌گذاری‌ها، صرف مبلغ سرمایه‌گذاری در موضوعات مرتبط با زنجیره ارزش شرکت، تحقیق و توسعه محصولات جدید، افزایش مقیاس و تجاری‌سازی، افزایش ظرفیت تولید محصولات دانش‌بنیان و توسعه زیست‌بوم علم و فناوری است. لازم به ذکر است در صورتی که سرمایه‌گذار سهام‌شخص دیگری را بخرد و مبلغ سرمایه‌گذاری از شرکت خارج شود، این سرمایه‌گذاری شامل اعتبار مالیاتی نخواهد شد.

آیا سرمایه‌گذاری در زمین و ساختمان نیز امکان بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری را دارد؟

در صورت مشارکت سرمایه‌گذار با بخش دولتی در طرح‌های توسعه زیست‌بوم همانند توسعه دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی، پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد و نواحی نوآوری مورد تأیید معاونت علمی، وزارت علوم و وزارت بهداشت و انتقال مالکیت آن به دولت، امکان بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی برای سرمایه‌گذار وجود دارد. همچنین در این دسته از سرمایه‌گذاری‌ها قابلیت بهره‌برداری از ملک با اجاره بهای صفر ریال به مدت حداکثر ۲۵ سال برای سرمایه‌گذار وجود خواهد داشت.

فرایند اجرایی دریافت اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری:

در ابتدا سرمایه‌گذار، طرح سرمایه‌گذاری خود را در چارچوب تعیین‌شده در سامانه

اعتبار ۱۴ ارائه می‌کند. سپس ارزیابی و تأیید طرح سرمایه‌گذاری توسط دبیرخانه صورت می‌پذیرد. اقلام هزینه کرد طرح سرمایه‌گذاری در اولین سال مالی پس از تأدیه کامل سرمایه نقدی و هزینه کرد کامل در طرح، توسط سرمایه‌گذار به دبیرخانه ارائه می‌شود. پس از آن، ارزیابی و تأیید میزان هزینه کرد در طرح، توسط دبیرخانه انجام شده و در نهایت جهت راستی‌آزمایی، تمامی اسناد و مدارک سرمایه‌گذاری توسط دبیرخانه به سازمان امور مالیاتی ارجاع داده می‌شود. در پایان در صورت تأیید سازمان، اعتبار مالیاتی به شرکت سرمایه‌گذار تخصیص داده خواهد شد.

نوآوری باز و قانون جهش تولید دانش‌بنیان

نوآوری باز نوعی نوآوری است که همکاری با افراد و سازمان‌های خارج از شرکت مانند مشتریان، تأمین‌کنندگان، رقبا و پژوهشگران را میسر می‌کند. هدف نوآوری باز استفاده از دانش، ایده‌ها و ظرفیت‌های خارج از سازمان برای ارتقای قابلیت‌ها و نتایج نوآوری داخلی شرکت است. نکته اصلی در نوآوری باز این است که سازمان‌ها دیگر نمی‌توانند برای حفظ مزیت‌های رقابتی در بازار پویای امروزی صرفاً بر قابلیت‌های داخلی خود تکیه کنند. قانون جهش تولید دانش‌بنیان بر خلاف قانون حمایت از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان (مصوب ۱۳۸۹) که دارای رویکردی گذشته‌نگر (تخصیص معافیت مالیاتی برای محصولات تولید شده)، خطی و مبتنی بر تحقیق و توسعه و بهبود از طریق منابع داخلی شرکت بود، دارای رویکردی آینده‌نگر (اعتبار مالیاتی در راستای انجام تحقیق و توسعه محصولات آینده) و اکوسیستم‌محور است. بر اساس این رویکرد و با در نظر گرفتن مشوق‌های مالیاتی، شرکت‌های بالغ از طریق انجام سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری و همچنین انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه از طریق تعامل با اکوسیستم نوآوری کشور، به توسعه نوآوری در سرتاسر سازمان خود پرداخته و از رویکردهای بسته به سمت رویکردهای باز حرکت خواهند کرد.

از توسعه زیرساخت تا نوآوری در تامین مالی



توسعه اقتصاد دانش بنیان با اعتبار مالیاتی تسهیل می شود



لینک ویدیوی مصاحبه

علیرضا دلیری، معاون اسبق توسعه مدیریت و جذب سرمایه معاون علمی و فناوری رئیس جمهور و از چهره های تاثیرگذار در توسعه اکوسیستم دانش بنیان کشور، این روزها در بخش خصوصی فعالیت می کند اما همچنان به دنبال توسعه اقتصاد دانش بنیان است. او با نگاهی به مسیر تحول شرکت های دانش بنیان، نقش زیرساخت های حمایتی، قانون جهش تولید دانش بنیان و توسعه روش های نوین تامین مالی را برجسته می کند. دلیری، با تاکید بر اهمیت تحقیق و توسعه در توسعه صنایع، به سرمایه گذاری های نوآورانه و راهکارهای جذب نخبگان جوان اشاره دارد و معتقد است که آینده اقتصاد کشور در گرو حمایت از ایده های خلاقانه و ایجاد بسترهای مناسب برای جوانان توانمند است.



■ **لطفاً در ابتدای گفت‌وگو، از سابقه خود در معاونت علمی و فناوری و مسیر حرفه‌ای خود در توسعه زیست‌بوم دانش‌بنیان کشور بگویید.**

من در ۱۵ سال اخیر به‌طور مداوم با جوان‌ها، نخبه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان در ارتباط بوده‌ام. از سال ۱۳۸۶ که معاونت فناوری شکل گرفت، وارد این نهاد شدم و جزو هسته اولیه این معاونت در دولت نهم بودم. من در دولت نهم، دهم، یازدهم، دوازدهم و سیزدهم در این معاونت حضور داشتم. زمانی که دولت سیزدهم روی کار آمد، بازنشسته شدم. تجربه فعالیت در معاونت، برای من بسیار متفاوت بود و به همین دلیل از معاونت فناوری به‌عنوان بهترین تجربه دوران کاری خود یاد می‌کنم؛ چراکه احساس می‌کنم در این سازمان، موثر و دارای خروجی بوده‌ام.

■ **در سال‌های اولیه شکل‌گیری این معاونت، بر کدام موارد متمرکز بودید؟**

در چهار سال اول شکل‌گیری معاونت، بیشتر بر قوانین و مقررات کار کردیم؛ در دوره دوم، وارد فاز عملیات شدیم و نقطه اوج دوران عملیاتی هم زمانی بود که سورنا ستاری، به معاونت اضافه شد. در سال ۱۳۹۲، اقدامات بسیار خوبی برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها صورت گرفت. همان سال، اولین دوره‌ای بود که به شرکت دانش‌بنیان مجوز دادیم و دانش‌بنیان‌ها شکل گرفتند؛ امروز که با هم صحبت می‌کنیم حدود ۱۰ هزار شرکت دانش‌بنیان در کشور فعالیت می‌کنند.

■ **معاونت علمی با استفاده از کدام ابزارها و روش‌ها، توانست به توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند؟**

ما زیرساخت‌ها را توسعه دادیم و بسترهای حمایتی برای این شرکت‌ها ایجاد کردیم. همچنین، مراکز نوآوری در دانشگاه‌ها ایجاد کردیم و سعی کردیم کمک کنیم که شتاب‌دهنده‌ها، تاسیس شوند و شروع به کار کنند. اقدام دیگری که انجام دادیم، ایجاد بسترهایی برای کار بر پروژه‌های خاص در مراکز علمی بود. به جز این تأکید زیادی بر تحقیق و توسعه داشتیم و در نهایت، ستادهای معاونت ایجاد شد. شکوفایی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، در این دوره آغاز شد. بعد از گذشت مدت زمان کوتاهی، شکوفایی این استارت‌آپ‌ها، به همه ثابت کرد اگر به جوان‌های صاحب اندیشه اعتماد کنند، آن‌ها می‌توانند خروجی‌محور باشند.

■ **این موفقیت‌ها چقدر مرهون حضور مدیران جوان در معاونت علمی بود؟**

به نظر من تنها مدیران معاونت منجر به پیشرفت نشدند؛ کارکنان معاونت و تیمی که در معاونت حضور داشت، هم نقش مهمی در این تحولات داشتند. هیچ وزارت‌خانه و دستگاه دولتی، چنین پرسنلی در اختیار نداشت. بیش از ۸۰ درصد از کارکنان معاونت، کمتر از ۴۰ سال، سن داشتند و همه حداقل یکی از مقاطع تحصیلی خود را در دانشگاه‌های برتر کشور گذرانده بودند. در نهایت هم ۵۰ درصد از کارکنان ما دانش‌آموخته دکتری یا دانشجوی مقطع دکتری بودند. همچنین ۹۳ درصد از کارکنان هم مدرکی بالاتر از فوق‌لیسانس داشتند. امکان ندارد که وزارت‌خانه یا دستگاهی با این شرایطی که توضیح دادم، پیدا کنید. همچنین کارکنان معاونت به حیطه‌هایی همچون زبان انگلیسی و کامپیوتر، اشراف کامل داشتند. به همین دلیل اصرار داریم که نیروی توانمند موجود در معاونت بسیار کمک‌کننده بود. امیدوارم که در دولت چهاردهم هم فضا مانند همان زمانی شود که دولت یازدهم و دوازدهم روی کار بود و تلاش شد که زمینه‌های پیشرفت فراهم شود.

■ **شما در بخش تامین مالی و سرمایه‌گذاری معاونت چه اقداماتی را پیش می‌بردید؟**

در گذشته، در ایران همه تصور می‌کردند که تامین منابع مالی، صرفاً به کمک وام امکان‌پذیر است؛ اما بیش از ۴۵ روش تامین مالی، در دنیا وجود دارد. ما تجارب و روش‌های نوین را از کشورهای دیگر آموختیم و مدل کردیم و در ایران هم پیاده‌سازی کردیم. همین پیاده‌سازی و آغاز به کار روش‌های جدید، منجر شد که جذابیت تامین مالی در ایران افزایش یابد. شکوفایی روش‌های نوآورانه مانند تامین مالی جمعی نیز از همین رویکرد سرچشمه گرفت.

■ **به نظر می‌رسد یکی از ویژگی‌های مهم قانون جهش تولید دانش‌بنیان همین پرداختن به بحث تامین مالی است. درست است؟**

بله ما در سال ۱۴۰۱ قانون جهش تولید دانش‌بنیان را آغاز کردیم. سمت و سوی نگاه این قانون، اقتصاد است و در حقیقت اقتصاد دانش‌بنیان. قانون سال ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸، از شرکت‌هایی که در زنجیره دانش‌بنیان قرار می‌گرفتند، حمایت می‌کرد اما در سال ۱۴۰۱، تصمیم گرفتیم با ارائه یک قانون جدید، از همه شرکت‌های تولیدی، حمایت کنیم تا ترغیب شوند و به زنجیره ارزش آفرینی دانش‌بنیان بپیوندند. این قانون با سختی‌های زیادی مصوب شد؛ البته نباید از حق گذشت که بعضی از نمایندگان مجلس هم با ما بسیار همراه بودند.

■ **این قانون چگونه به موفقیت‌های اولیه شرکت‌های دانش‌بنیان ضریب داده است؟**

در این قانون، تنها از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت نمی‌شد، بلکه کل اکوسیستم تولیدی کشور زیر چتر حمایتی قرار می‌گرفت. ما تمایل داشتیم که همه واحدهای تولیدی، بر ریل دانش‌بنیان قرار بگیرند و جذاب‌ترین ماده این قانون، «ماده ۱۱» بود. در این ماده، مواردی وجود داشت که می‌توانست اقتصاد کشور را متحول کند. امروز، دنیا با سرعت به سمت حوزه تکنولوژی‌های نوین، حرکت می‌کند و کشور ما هم باید بتواند با دنیا هماهنگ شود. زمانی که از تکنولوژی‌های نوین صحبت می‌کنیم، لاجرم فکر، ایده و تحقیق و توسعه نیز به همراه آن می‌آید. افرادی ایده‌های نو دارند، با خلاقیت خود، محصولی را ارتقا می‌دهند یا محصول جدیدی به بازار عرضه می‌کنند. پس اگر بخواهیم با دنیا همراه شویم، باید بتوانیم زیرساخت قانون‌گذاری ایجاد کنیم. متأسفانه در کشور ما، به بحث تحقیق و توسعه واقعی بی‌توجهی شده بود. بودجه تحقیق و توسعه کشور، کمتر از نیم درصد است؛ همین نیم درصد هم بودجه پژوهشگاه‌ها و مراکز تحقیقی است؛ بنابراین نمی‌توان دقیقاً آن را تحقیق و توسعه نامید؛ چراکه حاصل پژوهش‌ها، تبدیل به مقاله می‌شود و در نهایت محصولی به وجود نمی‌آید.

■ لازمه تحقیق و توسعه چه عواملی هستند؟

در دنیا، تحقیق و توسعه واقعی در شرکت‌های بخش خصوصی انجام می‌شود که محصول محور است. ما در بند «ب» ماده یازده قانون جهش تولید، یک بستر پیش‌بینی کردیم که بتوانیم فعالیت‌های مبتنی بر تحقیق و توسعه را ارتقا دهیم. طبق این بند، همه شرکت‌های تولیدی و خدماتی کشور، اعم از دانش‌بنیان و غیردانش‌بنیان، بزرگ و کوچک می‌توانند ۱۰ درصد مالیات بر عملکرد خود را در بخش تحقیق و توسعه همان شرکت، خرج کنند؛ یعنی قانون‌گذار قصد دارد با صرف نظر از بودجه خود، تحقیق و توسعه در بخش خصوصی را ارتقا دهد. ما معتقد بودیم اگر شرکت‌ها مجبور باشند چند پروژه را با تکیه بر اطلاعات واحد تحقیق و توسعه انجام دهند، بازار رقابتی می‌شود و محصولاتی تولید می‌شوند که ظرفیت صادراتی خواهند داشت.

■ علاوه بر تحقیق و توسعه، در سرمایه‌گذاری چه امتیازاتی پیش‌بینی شده است؟

در همان ماده ۱۱ بند «ت» آن به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های دانش‌بنیان و فناوری پرداخت است. جامعه هدف در این بخش، عبارت از توسعه‌ای بزرگ است و نگاه قانون‌گذار، تحقیق و توسعه نیست؛ بلکه قصد دارد شرکت‌های بزرگ کشور را به فناوری مجهز کند.

به همین دلیل هم شرکت‌هایی که در نظر گرفته شده عبارت از شرکت‌هایی است که در بازارهای اول و دوم بورس و فرابورس حضور دارند یا شرکت‌هایی که سرمایه‌ی ثبتی آن‌ها، یک سی ام صندوق نوآوری و شکوفایی باشد. در حال حاضر سرمایه صندوق حدود ده همت است. اگر شرکتی یکی از این دو شرط را داشته باشد، می‌تواند از اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری استفاده کند. این بند، جذابیت بیشتری برای شرکت‌ها دارد چرا که شرکت پول مالیات را سرمایه‌گذاری می‌کند و در واقع ارزش شرکت را افزایش می‌دهد.

■ به نظر شما در این روش، سی‌وی‌سی‌ها چگونه در نقش کاتالیزور عمل می‌کنند؟

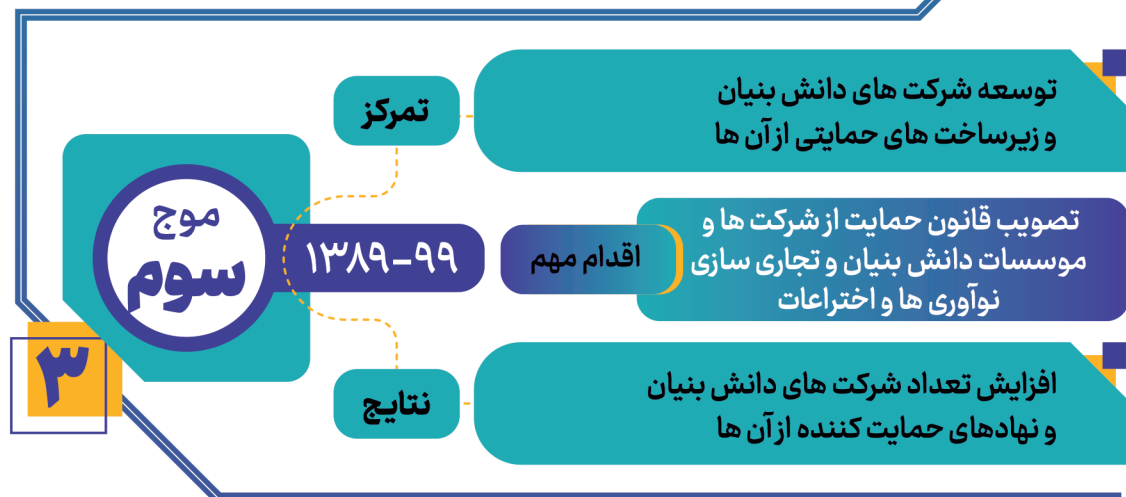
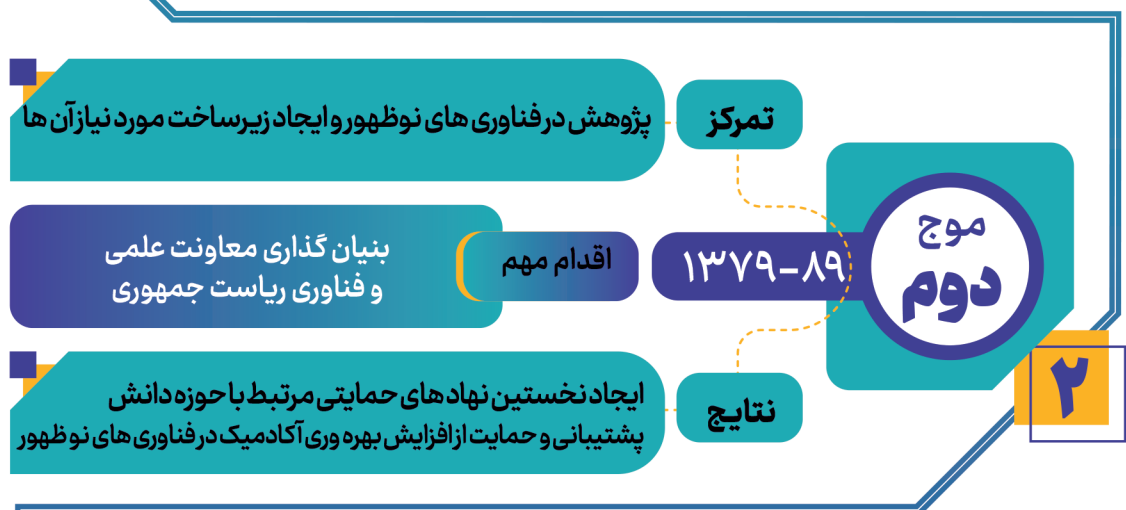
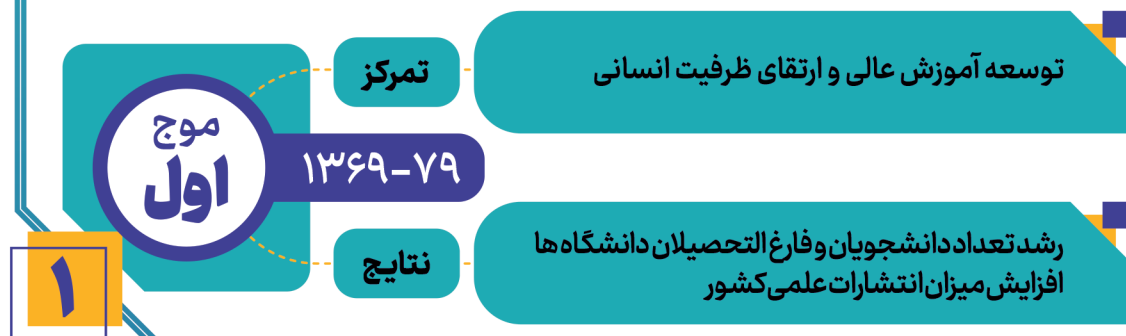
من نماینده معاونت علمی در کارگروه صندوق‌های پژوهش و فناوری بودم؛ در سال ۱۴۰۰ حدود ۷۰ صندوق پژوهش و فناوری دارای مجوز در کشور وجود داشت؛ این صندوق‌ها می‌توانند وام و ضمانت‌نامه صادر کنند و همچنین این امکان را دارند که سرمایه‌گذاری کنند و خدمات فناوری ارائه دهند. بنا بر بررسی عملکرد سالیانه کارگروه، تمرکز این صندوق‌ها بر وام و ضمانت‌نامه بود؛ در واقع صندوق‌ها، کمتر به سرمایه‌گذاری تمایل نشان می‌دادند چرا که سرمایه‌گذاری خطرپذیر ریسک بالایی داشت. صندوق نوآوری و شکوفایی، حتی کارگزاری در اختیار این صندوق‌ها قرار داد تا ترغیب شوند و اقدام به سرمایه‌گذاری کنند. از آن جایی که اولویت صندوق، سرمایه‌گذاری خطرپذیر بود و شرکت‌های دانش‌بنیان باید حتماً بعد از اتمام دوره نوپایی از سرمایه‌گذاری خطرپذیر بهره می‌بردند. ما در سال ۱۴۰۱ اصلاحیه‌ای به دولت ارائه دادیم و اساسنامه صندوق‌های پژوهش و فناوری غیردولتی خصوصی شرکتی که همان سی‌وی‌سی است را مصوب کردیم. طبق آن مصوبه صدور مجوز برای صندوق‌های پژوهش و فناوری متوقف شد و قرار شد تنها به صندوق تخصصی سرمایه‌گذاری خصوصی مجوز دهیم. آن زمان از این طرح استقبال نشد؛ اما بعد از قانون جهش تولید دانش‌بنیان، میزان جذابیت این عمل افزایش یافت. در حال حاضر تقریباً ۲۵ صندوق، مجوز فعالیت گرفته‌اند؛ عده‌ای فعال‌تر هستند و عده‌ای دیگر چندان فعالیتی ندارند. مجوزها تقریباً در پایان نیمه دوم سال ۱۴۰۲ صادر شد و امسال به مرز شکوفایی می‌رسد. در حال حاضر تعداد زیادی صندوق، درخواست دریافت مجوز دارند.

■ به عنوان سوال آخر دوست دارم بپرسم شما که هم سمت دولتی داشتید و هم در بخش خصوصی فعالیت کردید، چه تجربه‌ای دارید که دوست دارید با مادر میان بگذارید؟

من در بخش دولتی بودم؛ بنابراین نقد عملکرد دولت، نقد خود است. البته، من معاونت علمی را جزو دولت نمی‌دانستم چرا که تفکر حاکم بر مدیران معاونت متفاوت از دولت بود و همواره از بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت می‌کردیم. عقیده دارم اگر قرار است به فعالان حوزه دانش‌بنیان کمکی کنیم، باید سپر بالای آن‌ها شویم و اجازه ندهیم که آسیبی به آن‌ها وارد شود. نباید بگذاریم که ساختار دولتی، مانع رشد آن‌ها شود. بدانیم ارزش جوان صاحب اندیشه، از ساختمان و ماشین‌آلات بیشتر است. ارزش ایده‌ها بیشتر از تجهیزات و امکانات است. اگر همین ایده در سیستم دولتی قبول شود، اقتصاد متحول می‌شود. این که شرکت‌های بزرگی در حال ارائه خدمات مهم هستند، یعنی جوان‌های صاحب اندیشه توانسته‌اند به موفقیت دست یابند. توصیه من این است که ساختار حاکمیت، به نحوی عمل کند که مسیر این جوانان، هموار شود و بستر را برای آن‌ها نبندد.



تاریخچه قانون جهش تولید دانش بنیان





آشنایی با چارچوب حقوقی «اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه» و «اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری»

اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه

● چارچوب حقوقی اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه

قانون گذار در بند «ب» ماده ۱۱ از قانون جهش تولید دانش بنیان، شرایطی فراهم کرده است که در آن شرکت‌ها و موسساتی که در فعالیت‌های تحقیق و توسعه هزینه می‌کنند، می‌توانند معادل آن هزینه‌ها را به عنوان اعتبار مالیاتی دریافت کنند. هیئت وزیران، در راستای اجرایی شدن حکم مندرج در این بند، آیین‌نامه اجرایی آن را در جلسه ۱۴۰۱/۰۶/۱۳ تصویب کرده است. مفاهیم موجود در این آیین‌نامه در این ساختار بندی می‌گنجد.

● هدف اعطای اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه

هدف اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه، تشویق شرکت‌ها به توسعه نوآوری‌ها و استفاده از فناوری‌های پیشرفته است تا به افزایش ظرفیت تولید دانش بنیان در کشور کمک شود. در همین راستا، هزینه‌های پروژه‌های تحقیق و توسعه‌ای که دارای جنبه‌های نوآورانه و فناورانه مطابق با ضوابط شورای راهبری فناوری‌ها و تولیدات دانش بنیان باشند، در قالب اعتبار مالیاتی به شرکت‌ها اختصاص داده می‌شود. همچنین، امکان انتقال اعتبار مالیاتی توضیح داده شده، به سال‌های آتی نیز وجود دارد. اعتبار مالیاتی در این معنا، به شکل مستقیم از مالیات قطعی سال مالی هزینه یا سال‌های بعد، کسر می‌شود.

● مودیان واجد صلاحیت

شرط لازم برای بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه، دریافت پروانه بهره‌برداری یا مجوز فعالیت از نهادهای ذی‌ربط توسط شرکت متقاضی است.

● هزینه‌های قابل پذیرش به عنوان تحقیق و توسعه

اعتبار مالیاتی فقط برای هزینه‌های تحقیق و توسعه قابل استفاده است و نباید به سایر هزینه‌ها تعمیم داده شود. بنابراین، پروژه‌هایی که پس از اجرایی شدن قانون و با تایید شورا آغاز شده باشند، مشمول این اعتبار مالیاتی می‌شوند. دبیرخانه شورا، می‌تواند نظر تخصصی دستگاه‌های اجرایی مربوط را نیز در تایید پروژه‌ها لحاظ کند، تا مطمئن شود پروژه‌ها واجد شرایط هستند و به شکل هدفمند اجرا می‌شوند. هزینه‌های مرتبط با منابع انسانی، مواد، ملزومات، تجهیزات و خدمات لازم برای تحقیق و توسعه، به شرط ثبت در سرفصل‌های جداگانه و در دفاتر قانونی به عنوان هزینه‌های مجاز در نظر گرفته می‌شوند؛ اما هزینه‌هایی مانند خرید زمین، ساختمان و احداث آن، مورد پذیرش نیستند. حتی هزینه خرید و نگهداری خودرو نیز تنها در شرایط خاصی که برای مهندسی معکوس و اجرای طرح تحقیق و توسعه باشد، قابل پذیرش است.

اعتبار مالیاتی، به این معنی است که مودیان مالیاتی، حسب قوانین و مقررات با هزینه کردن در فعالیت‌های اقتصادی خاص، سرمایه‌گذاری‌های معین یا تحقیق و توسعه، حق مالی معادل تمام یا بخشی از هزینه‌های خود را به دست آورند و معادل این حق مالی از مالیات مودی در سال انجام هزینه یا سال‌های بعد کسر شود.

در نظام حقوقی ایران، «ماده ۱۱» از قانون جهش تولید دانش بنیان، «اعتبار مالیاتی تحقیق و توسعه» و «اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری» را به رسمیت شناخته است و هیئت وزیران نیز برای هر کدام از اعتبارهای مالیاتی مذکور ترتیبات و تشریفات مفصلی را سامان داده است که همزمان فرصت بسیار مناسبی برای مودیان مالیاتی در راستای صرفه‌جویی هوشمندانه در هزینه‌ها و همچنین ظرفیت جدیدی برای تامین مالی کسب و کارهای دانش بنیان فراهم کرده است. با توجه به این که اعتبار مالیاتی، عملاً جزو منابع عمومی جامعه است؛ ملاحظات نفع عمومی نیز باید همواره در تخصیص این اعتبار لحاظ بشود تا از سوء استفاده و تضییع منابع عمومی جلوگیری شود.

در این نوشتار، بر تبیین گذرا مفهوم اعتبار مالیاتی، تحقیق و توسعه و سرمایه‌گذاری تمرکز می‌شود تا خوانندگان محترم با ضوابط و چارچوب حقوقی حاکم بر این مفاهیم، آشنا شوند.

● راستی‌آزمایی هزینه‌ها و مسئولیت دبیرخانه شورا

تعیین و تایید میزان هزینه‌کرد مجاز برای تحقیق و توسعه، بر عهده دبیرخانه شورای راهبری فناوری‌ها و تولیدات دانش بنیان است. سازمان امور مالیاتی نیز ملزم است که هزینه‌های اعلام شده توسط دبیرخانه را منوط به راستی‌آزمایی تایید کند. در صورت اظهار خلاف واقع، متخلفان از این حمایت‌های مالیاتی محروم شده و سازمان امور مالیاتی، مکلف است نسبت به مطالبه اعتبار مالیاتی اعطا شده و جرایم متعلقه قانونی، اقدام کند.

اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری

● چارچوب حقوقی اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری

به منظور تشویق سرمایه‌گذاری در حوزه اقتصاد دانش بنیان، قانون‌گذار در بند «ت» ماده ۱۱ از قانون جهش تولید دانش بنیان، چارچوبی برای اعطای اعتبار مالیاتی ناشی از سرمایه‌گذاری ایجاد کرده است. هیئت وزیران در جلسه ۱۴۰۱/۰۷/۲۴ آیین‌نامه اجرایی این بند را تصویب کرده است. در چارچوب کلی این آیین‌نامه، اعطای اعتبار مالیاتی مذکور به شرح زیر، سامان‌دهی شده است.

● هدف اعطای اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری

سرمایه‌گذاری در حوزه اقتصاد دانش بنیان، در بسیاری اوقات توأم با خطراتی است؛ بنابراین، همین مسئله رغبت سرمایه‌گذاران را به ورود در این عرصه کم می‌کند. به همین دلیل، وجود مشوق اعتبار مالیاتی، کنشگران اقتصادی را ترغیب می‌کند بر تردیدهای خود فائق بیایند و سرمایه‌گذاری در حوزه اقتصاد دانش بنیان را امتحان کنند. این توفیق اجباری، نگاه فعالان اقتصادی به سرمایه‌گذاری خطرپذیر را معقول‌تر می‌کند.

● شرکت‌های سرمایه‌گذار

شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران، بازار اول یا بازار دوم فرابورس ایران و همچنین شرکت‌های دارای سرمایه ثبتی به میزان حداقل یک سی‌ام آخرین سرمایه صندوق نوآوری و شکوفایی، واجد شرایط برای استفاده از اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری هستند.

● انواع سرمایه‌گذاری در شرکت‌های سرمایه‌پذیر

هدف اصلی اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری، تامین مالی نقدی برای شرکت‌ها و موسسات دانش بنیان است. پس با توجه به همین گزاره، به آن مدل از سرمایه‌گذاری که منجر به تزریق مستقیم منابع مالی به این شرکت‌ها و موسسه‌ها شود، سرمایه‌گذاری مستقیم می‌گویند. همچنین به سرمایه‌گذاری در صندوق‌های پژوهش و فناوری موضوع ماده (۴۴) قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور و صندوق‌ها و نهادهای سرمایه‌گذاری موضوع بندهای (۲۰) و (۲۱) ماده (۱) قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران که به صورت واسطه‌ای منجر به تامین مالی توسعه‌ای و موسسات دانش بنیان می‌شوند، سرمایه‌گذاری غیرمستقیم اطلاق می‌شود.

● مصادیق سرمایه‌گذاری

با توجه به هدفی که قانون‌گذار از اعطای اعتبار مالیاتی سرمایه‌گذاری داشته، چارچوب مشخصی برای سرمایه‌گذاری تدوین شده است. در این راستا، به کار بستن سرمایه در تکمیل زنجیره ارزش، توسعه محصولات جدید، افزایش مقیاس و تولید انبوه در حوزه‌های فناورانه و دانش بنیان یا اولویت‌های ملی، شرط بهره‌مندی از این اعتبار دانسته شده است. به همین علت، هزینه‌کرد مرتبط با خرید زمین، ساختمان یا احداث آن و هزینه‌های عمرانی عمومی از قبیل تسطیح، دیوارکشی، محوطه‌سازی و راهسازی و خرید خودرو به عنوان سرمایه‌گذاری مورد تایید است. همچنین در خصوص خرید ماشین‌آلات و تجهیزات نیز دستورالعمل‌ها و محدودیت‌های مشخصی تعیین شده است.

● میزان اعتبار مالیاتی ناشی از سرمایه‌گذاری

شرکت‌های سرمایه‌گذار می‌توانند در صورتی که در مصادیق مورد تایید دبیرخانه

شورای راهبری فناوری‌ها و تولیدات دانش بنیان سرمایه‌گذاری کنند، تا سقف ۳۰ درصد از هزینه‌های سرمایه‌گذاری مستقیم و معادل هزینه‌های سرمایه‌گذاری غیرمستقیم را به عنوان اعتبار مالیاتی دریافت کنند. این اعتبار از مالیات عملکرد همان سال یا سال‌های بعدی، کسر می‌شود.

● مبنای شناسایی شرکت‌های سرمایه‌پذیر و مصادیق سرمایه‌گذاری

مصادیق سرمایه‌گذاری، فهرست اسامی شرکت‌ها و موسسه‌های دانش بنیان و فناور دارای مجوز از مراجع ذی‌ربط و فهرست صندوق‌ها و نهادهای سرمایه‌پذیر غیرمستقیم که مورد تایید و واجد شرایط هستند، تا پایان دی ماه هر سال، برای بهره‌برداری در سال بعد، توسط دبیرخانه شورا راهبری فناوری‌ها و تولیدات دانش بنیان منتشر شده و اعلام عمومی می‌شود. در صورت منتشر نشدن فهرست هر سال، آخرین فهرست منتشر شده، اعتبار دارد.

● راستی‌آزمایی هزینه‌ها و مسئولیت دبیرخانه شورا

محاسبه و تایید میزان سرمایه تادیه شده و هزینه‌کرد انجام شده در سرفصل‌های پیش‌بینی شده در طرح سرمایه‌گذاری و همچنین، محاسبه اعتبار مالیاتی در چهارچوب مصوبات شورا، بر عهده دبیرخانه شورا است. سازمان امور مالیاتی نیز موظف است با بررسی اسناد هزینه‌ای معتبر، نسبت به راستی‌آزمایی هزینه‌کرد اعلامی از دبیرخانه شورا اقدام کند. این سازمان وظیفه دارد که میزان اعتبار تایید شده را مبنای عمل قرار بدهد. در صورتیکه با اعلام دبیرخانه شورا به سازمان امور مالیاتی، مشخص شود سرمایه‌گذار در میزان هزینه‌ها و مخارج سرمایه‌گذاری و تطبیق آن با طرح سرمایه‌گذاری، مرتکب اظهار خلاف واقعیت شده است، سرمایه‌گذار از حمایت‌های مالیاتی محروم می‌شود. در این صورت، سازمان امور مالیاتی مکلف است نسبت به مطالبه اعتبار مالیاتی اعطا شده و جرایم قانونی متعلقه از شرکت‌های سرمایه‌گذار اقدام کند.

سرمایه گذاری خطرپذیر؛ پنجره‌ای به تحول دیجیتال صنایع



رفع چالش‌های صنایع سنتی بانوآوری



لینک ویدیوی مصاحبه

رضا سمیع زاده، عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا، مدیرعامل هلدینگ فاخر و از پیشگامان تحول دیجیتال در صنایع ایران، با بهره‌گیری از تجربیات خود در سرمایه‌گذاری خطرپذیر، به تازگی سرمایه‌گذار خطرپذیر شرکتی این هلدینگ را راه‌اندازی کرده است. او از دوران حضورش در شرکت گسترش انفورماتیک ایران تا امروز، نقش کلیدی در ترویج مدل‌های نوآورانه و هدایت صنایع به سمت اقتصاد دیجیتال ایفا کرده است. سمیع زاده معتقد است که سرمایه‌گذاری خطرپذیر، باید به عنوان ابزاری برای تحول دیجیتال و توسعه نوآوری در صنایع سنتی مورد استفاده قرار گیرد. به بیان وی، بانک‌های ایران هنوز مدل کسب و کار خود را با مفهوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر تطبیق نداده‌اند.



■ تجربه شما در به‌کارگیری مفهوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر از کجا آغاز می‌شود؟

من در سال ۱۳۸۰، مدیرعامل شرکت گسترش انفورماتیک ایران شدم. این سازمان، یکی از شرکت‌های زیر مجموعه، «ایدرو»، سازمان گسترش و نوسازی صنایع، است. در آن زمان هنوز این که توسعه‌ای برای خود مدل کسب‌وکاری تعیین کنند، رایج نبود؛ اما مدل کار در آن شرکت، همان مدل وی‌سی بود و آشنایی من با این مفهوم نیز از همان‌جا نشأت می‌گیرد. ما در بخش آی‌تی شرکت انفورماتیک، دو نوع وی‌سی درست کرده بودیم و وی‌سی شرکت گسترش انفورماتیک ایران، بیشتر سخت افزاری بود. شرکت «مگفا» هم تمرکز بیشتری بر قسمت نرم‌افزاری داشت.

در آن زمان، وی‌سی مفهوم بسیار جدیدی بود و مشکلات ما بسیار زیاد بود؛ چراکه مسائل قانونی نیز سد راه ما می‌شد. ما در آن زمان پنج شرکت باهم تاسیس کردیم که چند شرکت از بین رفت.

■ در این مدل کسب‌وکاری که توسعه دادید، چه باید‌ها و نبایدهایی تعریف کرده بودید؟

در آن زمان بنا بر مدل کسب‌وکاری که برای خودمان در نظر گرفته بودیم، ما بیشتر سهم خود را به بخش خصوصی می‌دادیم؛ یعنی ما اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کردیم اما حدوداً اگر سهم ما ۴۰ درصد بود، سهم بخش خصوصی را ۶۰ درصد در نظر می‌گرفتیم. آن زمان، بدنه دولت هم از ادبیات حمایت از بخش خصوصی حمایت می‌کرد، اما همیشه مشکلاتی سد راه ما می‌شد و عده‌ای مقاومت می‌کردند. عده‌ای اعتراض می‌کردند که چرا دولت باید سرمایه‌گذاری کند و بخش خصوصی ثمره آن را ببیند؟ این نکته‌ها را تعریف کردم تا بگویم در ۲۵ سال که من با ایده سرمایه‌گذاری خطرپذیر آشنا هستم، پیشبرد آن را بدون چالش ندیده‌ام.

■ چرا با علم به این چالش‌ها، به تاسیس سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی در فاخر فکر کردید؟

با وجود این که در آن لحظه، از وجود همه این موانع با خبر بودم اما مفهوم وی‌سی را می‌شناختم و گذشته از آن، سرمایه‌گذاری خطرپذیر را دوست داشتم؛ بنابراین فکر کردم خوب است اگر هلدینگ فاخر، به‌عنوان یک بازیگر قدیمی لجستیک، به این عرصه پا نهاده و شروع به کار کند. بعد از یک سال کار بر روی کلیات برنامه، همین چند ماه پیش مجوزهای مربوط برای ما صادر شد. زمانی که مجوز ما صادر شد، فاخر به‌عنوان اولین وی‌سی صنعت لجستیک معرفی شد.

■ چه نقش‌هایی را برای سرمایه‌گذار خطرپذیر شرکتی در مجموعه تعریف می‌کنید؟

صنایع مختلف، باید از سی‌وی‌سی صنعت خود، به‌عنوان لوکوموتیو توسعه نوآورانه استفاده کنند؛ یعنی سی‌وی‌سی، پیشران باشد و اقداماتی را تسهیل کند که در شرایط عادی، امکان انجام آن اقدامات اصلاً فراهم نبوده است. آفت افزایش تعداد زیاد سی‌وی‌سی هم این است که به‌عنوان پیشران و لوکوموتیو در یک بخش از صنعت باقی بماند. به همین دلیل هم هست که ما قصد داریم در صنعت لجستیک، باقی بمانیم و از پتانسیل‌های تجارت الکترونیکی، استفاده کنیم.

■ آیا سی‌وی‌سی، می‌تواند بازوی تحول دیجیتال سازمان مادر خود باشد؟

با این پارادایم که همه تغییرات، ذیل اقتصاد مشارکتی و اقتصاد دیجیتال انجام می‌شود، حتماً سی‌وی‌سی‌ها، باید پنجره‌ای رو به نوآوری و تحول دیجیتال باشند. ممکن است گاهی به دلیل قدیمی بودن سازوکارهای یک صنعت، چنین امری در دل خودش رخ ندهد؛ مثلاً بسیاری از صنایع ما مانند نفت، گاز و پتروشیمی بسیار قدیمی هستند. به همین دلیل لازم است بخشی از نوآوری‌های غیردیجیتال هم انجام دهند؛ اما باید این اقدامات را به‌عنوان بخشی از فرایند دوران گذار ببینند. یعنی در حال حاضر، صنایع نفت و پتروشیمی هم باید به اقتصاد مشارکتی وارد شده و به مفاهیم دیجیتال توجه کنند.

■ صنعت لجستیک چه پتانسیل‌هایی برای نوآوری دارد؟

متأسفانه صنعت لجستیک، نسبت به بقیه صنایع ما، بسیار عقب افتاده است؛ لجستیک در کشور در این حد پیشرفت کرده که بارها را جابه‌جا کند؛ این در حالی است که مفاهیم لجستیک در دنیا بسیار تغییر کرده است. آنقدر زمینه نوآوری لجستیکی وجود دارد که ایده‌های جدید، همگی صف شده‌اند. این ایده‌ها چنان با کیفیت و خلاقانه هستند که خود ما حتی نمی‌توانیم به همه آن‌ها رسیدگی کنیم و آن‌ها را به سی‌وی‌سی‌های دیگر معرفی می‌کنیم.

■ جالب است چون فکر می‌کنم در شرایط فعلی اکثر شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر گلایه دارند که تیم خوب وجود ندارد اما شما درباره تنوع ایده‌ها می‌گویید؟

آنچه به نظر من می‌آید، این است که ایده‌های خوب فراوان هستند. اتفاقاً من هم موافق هستم که تیم‌ها، کمتر سرعت لجستیک می‌آیند. به نظر من این که همه تیم‌های مستقر در کشور، انتظار تامین مالی زود و زیاد دارند، این خود، نوعی آفت است. لجستیک، به تلاش و ممارست زیادی احتیاج دارد؛ در ایران ایده‌های خیلی خوب وجود دارد ولی متأسفانه کمبود تیم‌های آماده احساس می‌شود؛ چراکه اغلب بچه‌ها فکر می‌کنند مفهوم نوآورانه به این معناست که بروند و یک اپ یا درگاه درست کنند و بعد فقط ثمره‌اش را ببرند. در صورتی که چنین نیست. لجستیک نیاز به ممارست دارد. بنابراین به نظر من ایده‌های خوب و بچه‌های خلاق وجود دارند؛ اما همین افراد خلاق، حاضر نیستند که برای تکمیل و امتحان ایده خود، وقت و انرژی کافی بگذارند.

■ به نظر شما بانک‌ها، چطور می‌توانند از فرصت سی‌وی‌سی‌ها استفاده کنند؟

به نظر من بانک‌ها، هنوز مدل کسب‌وکاری خود را پیدا نکرده‌اند. ما حدود ۲۴ بانک در سطح کشور داریم که در حال فعالیت هستند. شما کمتر کشوری در دنیا می‌یابید که توسعه‌یافته‌تر از ما باشد، سهم بیشتری در بازار مالی جهانی ایفا کند و همزمان هم ۲۵ بانک داشته باشد. بانک‌های ایرانی،

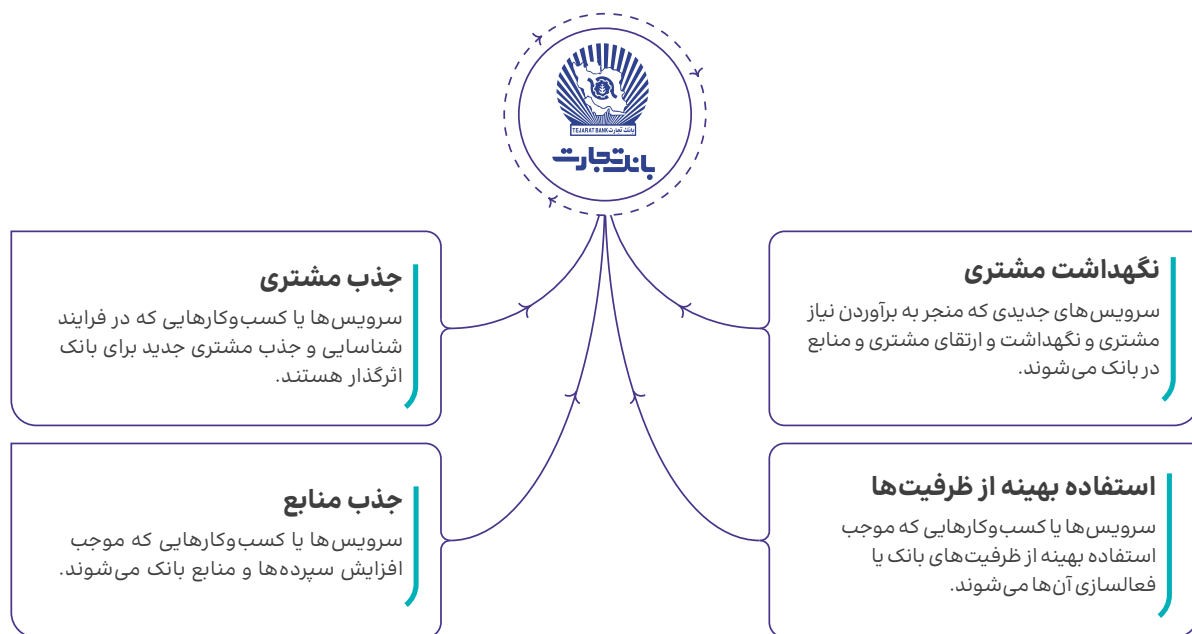
حتی نئوبانک را هم از آن خود می‌دانند؛ در حالی که اساساً نئوبانک، از بانک نشأت نمی‌گیرد. یکی از ایده‌هایی که ما اکنون تلاش داریم آن را ارتقا دهیم، آن است که نئوبانک صنعت لجستیک ایجاد کنیم زیرا ما بازیگر این حوزه هستیم؛ بنابراین، لجستیک و مشتری‌های آن‌ها را می‌شناسیم. به نظر من بانک‌ها باید بپذیرند که در حوزه سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر چندان آمادگی ورود ندارد. شرکت‌ها دیگر که وابسته به بانک هستند، مانند هلدینگ‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در برخی از بانک‌ها، قابل مذاکره‌تر از خود بانک هستند و راحت‌تر می‌توان با آن‌ها کار کرد. این شرکت‌ها به منابع بانکی دسترسی دارند؛ اما دیگر بانک نیستند و مدل کسب‌وکارشان بسیار متفاوت با بانک است.

■ به نظر شما چگونه می‌توان سرمایه‌گذاری خطرپذیر در صنعت بانکی را ارتقا داد؟

به نظر من تا زمانی که شرکت‌ها سرمایه‌گذاری خطرپذیر که بانک تأسیس کرده مجبور باشند جزء به جزء به بانک گزارش دهند و پاسخگوی بانک باشند، استفاده از ظرفیت‌های سی‌وی‌سی در این مجموعه‌ها بسیار سخت است. چراکه با ادبیات بانک نمی‌توان از رفتارهایی که یک وی‌سی انجام می‌دهد، دفاع کرد. مکانیزم ارزیابی بانک‌ها سودآوری است اما سی‌وی‌سی با میزان ارزش‌آفرینی خود، آزموده می‌شود. سرمایه‌گذاری وی-سی، ممکن است که ده بار شکست بخورد اما بالاخره یازدهمین اقدام وی‌سی احتمالاً تبدیل به یک تک‌شاخ می‌شود. به همین دلیل هم است که می‌گوییم سیستم ارزیابی در بانک و وی‌سی تفاوت زیادی دارند و هماهنگ کردن آن چالش بزرگی است.

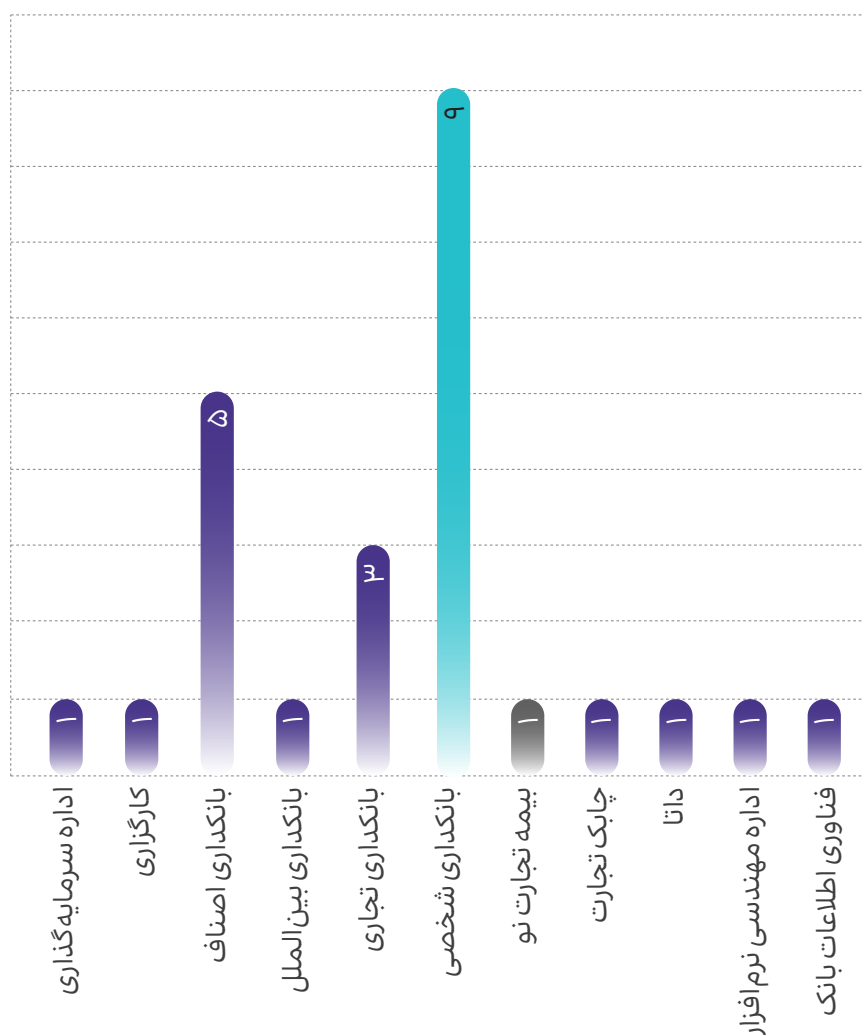


ارزش افزایی تکنوتجارت در زنجیره ارزش بانک تجارت



واحد مدیریت سرمایه‌گذاری تکنوتجارت در ۶ ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۳، ۴۶ درخواست ورودی را ارزیابی کرده است. فرایندهای سرمایه‌گذاری، مراحل و مدت زمان طی شده در هر یک از این درخواست‌ها متفاوت است اما در نمودار زیر سهم هر یک از واحدهای ذی‌نفع بانک از کسب‌وکارهای بررسی‌شده مشخص شده است.

واحد ذی‌نفع بانک بانگاه زنجیره ارزش



گزارش فینتک ۲۰۲۴ احتیاط، سود و رشد

در ۲۰ سال گذشته، بسیاری از فینتک‌های مستقل آمده‌اند و رفته‌اند. برخی دیگر به اجزای جدایی‌ناپذیر خدمات مالی تبدیل شده‌اند، اما میراث واقعی و ماندگار فینتک، تاثیر شگرف آن بر زندگی روزمره و سیستم‌های مالی ماست. با ظهور فناوری‌های تحول‌آفرین مانند هوش مصنوعی مولد و با وجود میلیاردها نفر که هنوز به قدر کفایت تحت پوشش خدمات بانکی نیستند، هنوز هم جای زیادی برای رشد فینتک‌ها وجود دارد.

FINANCIAL INSTITUTIONS
GLOBAL FINTECH 2024
2ND EDITION, COAUTHORED BY BCG AND QED INVESTORS

Prudence, Profits, and Growth

June 2024



آنچه می‌خوانید

قوانین بازی در حال تغییر است؛ وضعیت فعلی سرمایه‌گذاری به زودی به پایان خواهد رسید اما محیطی به جا خواهد گذاشت که در آن فینتک‌ها باید مجموعه‌ای گوناگون از قابلیت‌ها را برای موفقیت و شکوفایی به کار بگیرند. احتیاط یا به زبان بهتر، توانایی اجتناب از تحمیل ریسک به سیستم مالی، به اندازه توانایی ایجاد رشد سودآور مهم خواهد بود. در نظر گرفتن جوایز و پاداش برای مشتریان به اندازه همیشه قابل توجه خواهد بود، اما مسیر موفقیت به طور قابل توجهی دشوارتر خواهد شد.

BCG با بیش از ۶۰ نفر از بنیان‌گذاران و سرمایه‌گذاران فینتک جهانی مصاحبه کرده است و نظرات آن‌ها را درباره آینده این صنعت جمع‌آوری کرده است. این دیدگاه‌ها به همراه تجربیات خود BCG در این حوزه، مبنای این گزارش را تشکیل می‌دهند. BCG ۹ روند مشخص را شناسایی کرده است؛ برخی از این روندها جدید و برخی دیگر قدیمی هستند.



نکته‌های کلیدی

14%

درآمدهای جهانی صنعت فینتک در دو سال گذشته، رشد قابل توجهی داشته و در هر سال ۱۴ درصد افزایش یافته است. البته فینتک‌های برتر در همه بخش‌ها فاصله بسیار زیاد عملکردی با فینتک‌های ضعیف‌تر داشته‌اند.

\$1.5T

پتانسیل‌های فینتک با وجود میلیاردها نفر در جهان که اصلاً حساب بانکی ندارند و همچنین تقویت بهره‌وری توسط هوش مصنوعی مولد، بسیار زیاد است. ما انتظار داریم که حجم بازار فینتک تا سال ۲۰۳۰ به ۱/۵ تریلیون دلار درآمد برسد که نسبت به ۳۲۰ میلیارد دلار امروز افزایش چشمگیری خواهد داشت.



بازار عرضه اولیه سهام فینتک در نهایت بهبود خواهد یافت، اما اکنون فینتک‌ها باید نشان دهند که چگونه می‌توانند کاربران را با هزینه‌های کم جذب و به شکلی سودآور رشد کنند و در کنار این‌ها به قواعد نظارتی مقید باشند.

+25pp

فینتک‌ها می‌توانند و باید EBITDA یا همان درآمد بدون محاسبه بهره، مالیات و استهلاک خود را بیش از ۲۵ درصد بهبود بخشند. نیل به این هدف، مستلزم مقیاس‌پذیری کسب‌وکار است.



برزیل و هند به ترتیب با استفاده از Pix و UPI، پیشگامان استفاده از زیرساخت‌های عمومی دیجیتال برای گسترش دسترسی به خدمات مالی و نوآوری بوده‌اند اما موفقیت DPI به جامعیت آن و ادغام کامل آن در سراسر سیستم‌ها بستگی دارد.



واژه کلیدی جدید فینتک، احتیاط است. فینتک‌ها نیازمند رویکرد جامع و پیشگیرانه در مدیریت انطباق با مقررات هستند.

\$320B

تا سال ۲۰۳۰، امور مالی تعبیه‌شده ۳۲۰ میلیارد دلار درآمد در سراسر جهان را به خود اختصاص خواهد داد که بخش عمده آن مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (۱۵۰ میلیارد دلار)، بخش مصرف‌کننده (۱۲۰ میلیارد دلار) و بخش توسعه‌ای (۵۰ میلیارد دلار) خواهد بود.

100M

بانک‌های چالشگر دیجیتالی عملکردی درخشان داشته‌اند. نئوبانک در برزیل از مرز ۱۰۰ میلیون کاربر عبور کرده است و در اروپا، مونزو در نیمه اول سال ۲۰۲۳ به سود عملیاتی دست یافته بود. مونزو اخیراً برای تامین مالی برنامه‌های بلندپروازانه رشد جهانی خود، افزایش بودجه بیشتری داده است.



هوش مصنوعی مولد دقیقاً در بخش‌هایی که برای فینتک‌ها هزینه‌زا است، تأثیر شگرفی بر بهره‌وری داشته است. برای مثال هوش مصنوعی در بخش‌های کدنویسی، پشتیبانی مشتری و بازاریابی دیجیتال به دستاوردهایی رسیده است. فینتک‌ها نسبت به سایر بازیگران خدمات مالی، در کوتاه‌مدت، بیشترین پاداش بهره‌وری را به دست می‌آورند.



با ظهور تجارت متصل، امکان بهره‌برداری بهینه از حجم عظیمی از داده‌های مشتریان برای بانک‌های بزرگ به وجود آمد و آن‌ها توانستند نیازها و رفتارهای مشتری‌ها را بهتر درک کنند.



زمستان تامین مالی ادامه دارد



«در صنعت فینتک، کمبود سرمایه وجود ندارد؛ در سال ۲۰۲۱، این صنعت با وفور بیش از حد سرمایه مواجه بود.»

هانس موریس، شریک مدیرعامل، شریکان NYCA

شرکت‌های فینتکی در سه سال گذشته، تجربه‌های تلخی را از سر گذراندند. پس از گذشت چند اوج در سال ۲۰۲۱، نسبت درآمد به ارزش توسعه‌ای به طور متوسط از ۲۰ برابر به ۴ برابر کاهش یافته و تامین مالی نیز حدود ۷۰ درصد کاهش یافت. میزان تامین مالی، در سال جاری، حدوداً ۵۰ درصد سال گذشته است. نرخ کاهش تامین مالی در برخی حوزه‌ها بیشتر از بقیه است. به طور کلی، تامین مالی برای تمام بخش‌های فینتک به جز بیمه و پرداخت حداقل نصف شده است. با این حال، BCG معتقد است که این چالش‌ها بخشی از اصلاحات کوتاه‌مدت هستند و کاهش اشتیاق سرمایه‌گذاران، که در گزارش سال گذشته به آن اشاره کرده بود، رو به اتمام است.

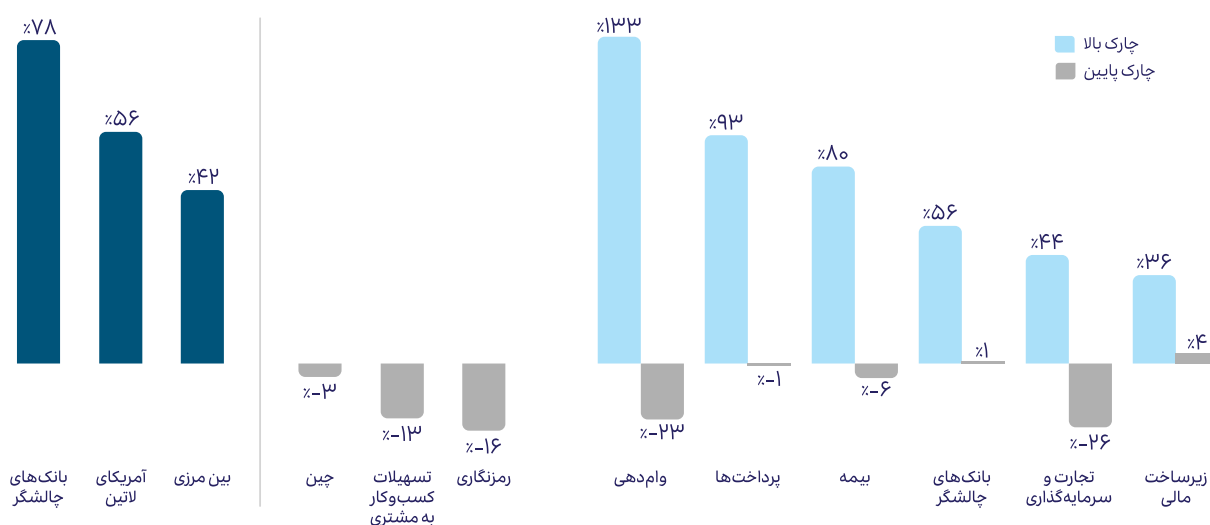


سرچیو فیوریو، بنیان‌گذار و
مدیرعامل شرکت کریدیتاس

شعار جدید این است:
تا جایی که می‌توانید
رشد کنید؛ به شرط این
که درآمد خالص مثبت
و جریان نقدی خنثی
داشته باشید.

درآمد جهانی فینتک‌ها همچنان با سرعت خوبی در حال رشد است؛ چنان که در دو سال گذشته به طور متوسط ۱۴ درصد و در صورت در نظر نگرفتن فینتک‌های مرتبط با ارزهای دیجیتال و چین، این رقم به ۲۱ درصد می‌رسد. مثل همیشه، تفاوت‌هایی در نرخ‌های رشد بین بخش‌ها و مناطق جغرافیایی وجود دارد.

بیشترین شکاف رشد درآمد بین فینتک‌های برتر و فینتک‌های ضعیف‌تر است.



منبع: Capital IQ؛ Pitchbook؛ ارائه‌های سرمایه‌گذاران توسعه‌ای؛ تحقیقات دستکاپ؛ برج کنترل فینتک BCG؛ تحلیل BCG

فینتک‌ها هستند، مخاطبان هدف و در دسترس بانک‌های موجود نیز هستند اما سوال این است که آن‌ها چگونه این مشتریان بالقوه را تبدیل به مشتری واقعی می‌کنند.

به نظر می‌رسد که ظهور فناوری‌های جدید حداقل در کوتاه‌مدت، به نفع فینتک‌ها باشد؛ برای مثال، هوش مصنوعی مولد در حال حاضر، یک مزیت فوری برای صنعت فینتک است و منجر به افزایش بهره‌وری در زمینه‌هایی می‌شود که هزینه‌های زیادی به فینتک‌ها تحمیل می‌کند؛ مانند کدنویسی، پشتیبانی مشتری و بازاریابی دیجیتال با هدف‌گیری بهبود یافته. هوش مصنوعی به همراه اتصال مبتنی بر API و فناوری دفتر کل توزیع‌شده، به افزایش چابکی فینتک‌ها کمک خواهد کرد. بانک‌ها نیز از این فناوری‌ها بهره‌مند هستند اما چون به چابکی فینتک‌ها نیستند، در بازه زمانی طولانی‌تری از مزیت‌های این فناوری استفاده می‌کنند. در مقابل، هوش مصنوعی به کمک فینتک‌ها در شرایط کمبود نقدینگی می‌آید و هزینه‌های فینتک‌ها را کاهش می‌دهد و احتمالاً منجر به رشد سودآور و سرپا ماندن برخی از آن‌ها می‌شود.

صنعت فینتک، گام‌های موثری در راستای تغییر از مدل «رشد به هر قیمتی» به سمت «رشد سودآور» برداشته است؛ به طوری که سود پیش از کسر بهره، مالیات و استهلاک، به طور متوسط ۹ درصد بهبود یافته است. البته این تغییرات هنوز در مراحل اولیه خود قرار دارد و بیشتر ۷۰ شرکت برتر فینتک عمومی، همچنان توانایی رعایت کردن استانداردهای «قاعده ۴۰» را ندارند. قاعده ۴۰، معیاری مالی است که مجموع رشد درآمد و حاشیه سود را نشان می‌دهد. قاعده ۴۰ بیان می‌کند که اگر نرخ رشد درآمد یک شرکت نرم‌افزار به عنوان خدمت به حاشیه سود آن اضافه شود، ارزش ترکیبی باید از ۴۰ درصد بیشتر باشد.

شرایط همچنان مساعد برای رشد فینتک‌ها است

با وجود چالش‌های فعلی تامین مالی، عوامل بنیادینی که از ابتدا کاتالیزور رشد فینتک‌ها بوده‌اند، همچنان نویدبخش رشد آتی هستند. بانک‌های چالشگر در سال ۲۰۲۳، ارزش خود را به سرمایه‌گذاران و مشتریان ثابت کردند. طبق برآورد BCG فینتک‌ها تا سال ۲۰۳۰ به درآمد ۱.۵ تریلیون دلار دست خواهند یافت یعنی تقریباً پنج برابر شدن رشد در دوره ۲۰۲۳ تا ۲۰۳۰. فینتک‌ها همچنان مزایای شناخته‌شده خود را حفظ و تقویت می‌کنند؛ مثلاً تجربیات کاربری جذاب و نوآوری سریع را در اختیار مشتری قرار می‌دهند. این نقاط قوت همچنان به رشد صنعت فینتک کمک خواهد کرد؛ حتی اگر نظارت بر فینتک‌ها بیشتر شود، فینتک‌ها تحت رادار نظارتی به فعالیت خود ادامه می‌دهند. البته چالش‌هایی هم به وجود خواهد آمد.

فرصت‌های پیش روی فینتک‌ها، همچنان گسترده و زیاد است چراکه همان طور که پیش از این گفته شد، در سراسر جهان ۱.۵ میلیارد فرد بزرگسال حساب بانکی ندارند و ۲.۸ میلیارد فرد بزرگسال هم خدمات بانکی کمی دریافت می‌کنند. البته این مشتریان بالقوه، همان‌طور که مخاطب هدف



۹ روند تاثیرگذار بر تکامل فینتک

یک تجربه موفق
تنظیم‌کننده‌های فعال برزیل در
حال ایجاد فضایی برای نوآوری و
رشد فینتک هستند

در سال گذشته، ۹ روند اصلی بر تکامل فینتک تاثیر گذاشته‌اند که برخی از آن‌ها در بخش‌ها و جغرافیای خاصی متمرکز شده‌اند. برخی از این روندها سابقه طولانی دارند و برخی دیگر نمایانگر تاثیرات نوظهور هستند.

۱. ادامه نرخ‌های بهره بالا

ما در یک دوره طولانی از وجود نرخ‌های بهره بالا در جهان هستیم که هزینه تامین مالی برای فینتک‌ها را افزایش می‌دهد. این در حالی است که سرمایه‌گذاری خصوصی همچنان به دنبال رشد سودآور است و هدفش این است که سرمایه‌گذاری در نهایت، بازده و سود به همراه داشته باشد. روزهای «رشد با هر قیمتی» که با سرمایه‌ارزان تامین می‌شد، به‌طور کامل به پایان رسیده است.

۲. تقارن میدان بازی نظارتی

سال گذشته مزیت نبود نظارت کاهش یافت. فینتک‌ها از زمان تولد از نبود نظارت‌ها بهره می‌بردند. به نظر می‌رسد با افزایش اقدامات نظارتی این مزیت به مرور کنار زده شود.

۳. ظهور چارچوب‌های نظارتی جدید در سطح جهانی

چارچوب‌ها و استانداردهای نظارتی که بر بازار جهانی فینتک تاثیر می‌گذارند، در حال شکل‌گیری هستند. به عنوان مثال، هند اخیراً با هدف تاکید مجدد بر استانداردهای شناسایی مشتری (KYC) و همکاری در تسهیلات‌دهی فینتک‌ها دستورالعملی منتشر کرده است و CFPB در حال آماده‌سازی راهنماهای مشخص تحت بخش ۱۰۳۳ از قانون Dodd-Frank است. همان‌طور که گفته شد، هدف، شفاف‌سازی قوانین، نحوه دسترسی و استفاده از داده‌های مشتریان است.

۴. گسترش جهانی زیرساخت عمومی دیجیتال (DPI)

زیرساخت عمومی دیجیتال باعث تسریع پذیرش پرداخت‌های آبی در کشورهایی مانند هند و برزیل شده است. این زیرساخت سه‌لایه، سیستم هویت دیجیتال ملی، لایه پرداخت، تبادل داده و همچنین زمینه‌ای برای توسعه فینتک ایجاد می‌کند. بسیاری از کشورها، به ویژه بازارهای نوظهور، به دنبال تقلید از موفقیت UPI و Pix هستند. با این که موفقیت DPI‌های هند و برزیل بی‌چون و چراست، اما هیچ تضمینی وجود ندارد که کشورهای دیگر به خصوص در بازارهای توسعه‌یافته، بتوانند آن را تکرار کنند. بخش زیادی از این موضوع، بستگی به شرایط فعلی بازار و بلوغ لایه‌های مختلف دارد.

برزیل تبدیل به یک کانون نوآوری فینتک شده است و اکوسیستم پررونق و زنده‌ای را به وجود آورده که توجه جهانیان را جلب کرده است. نام برجسته فینتک در این کشور، نوبانک (Nubank) است که موفق شده یک بانک دیجیتال فوق‌العاده موفق را در کشوری که زمانی به شدت به نقدینگی وابسته بود، راه‌اندازی کند. البته نوبانک تنها نیست؛ این بانک یکی از ۱۷ تک‌شاخ (شرکت استارت‌آپی با ارزش بیش از یک میلیارد دلار) در برزیل است.

این موفقیت‌ها به بانک مرکزی برزیل و تنظیم‌گرها، به ویژه شورای ملی پولی (Na- tional Monetary Council) برمی‌گردد که با رویکردی فعال در ایجاد زیرساخت‌هایی که به مقیاس‌پذیری راهکارهای فینتک کمک می‌کند، نقش بسزایی داشته‌اند. تنظیم‌گر علاوه بر حمایت از توسعه زیرساخت عمومی دیجیتال مانند پلتفرم پرداخت‌های آبی Pix، در تنظیم مقررات توسعه‌ی بزرگ فناوری و تضمین رقابت در بازار نیز مصمم عمل کرده است. برزیل همچنین رویکردی منعطف در صدور مجوز دارد.



اگر نهادهای نظارتی شفافیت لازم
را فراهم کنند، همه‌ذی‌نفعان
می‌توانند فعالیت سازنده‌تری داشته
باشند.

گال کروینر، هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل پاکایا

در برزیل، مقررات از نوآوری و رشد حمایت می‌کنند

بازطراحی چشم‌انداز مالی کشور

۱,۵ برابر

افزایش جمعیت برخوردار از خدمات بانکی در طول ده سال (از ۵۷ درصد در سال ۲۰۱۱ به ۸۴ درصد در سال ۲۰۲۱)

۱۷

فینتک‌های تک‌شاخ در برزیل

برزیل یک نمونه بارز از چگونگی اجرای یکپارچه DPI ارائه کرده است.

دیدگاه

«این پروژه هسته اولیه تحولی کامل در میانجی‌گری مالی آینده‌ی کشور خواهد بود و اشکال جدید روش‌های پرداخت را با صنعت فینتک و بانکداری باز ادغام خواهد کرد.» روبرتو کامپوس، رئیس بانک مرکزی برزیل (BCB) در سال ۲۰۲۰

پروتکل

بانک مرکزی برزیل (BCB) مسئولیت مدیریت و اجرای سیستم پرداخت آتی (SPI) را بر عهده دارد که زیربنای سیستم پرداخت فوری Pix و پروتکل‌های کد BR یا همان کد QR استاندارد را تشکیل می‌دهد.

حکمرانی

بانک مرکزی برزیل مسئولیت مدیریت فهرست و تراکنش‌های سیستم Pix را بر عهده دارد و فروم Pix متشکل از نمایندگان از بانک‌ها و سایر ذی‌نفعان است.

دایرکتوری

بانک مرکزی برزیل (BCB) همچنین دیتابیس ملی DICT را مدیریت می‌کند که آدرس‌های مربوط (مانند ایمیل، کد QR یا یک کلید تصادفی) را به اطلاعات حساب پیوند می‌دهد.

قیمت‌گذاری

Pix برای افراد عادی رایگان است اما برای کسب‌وکارها به طور متوسط ۰,۲۲ درصد از ارزش هر تراکنش کارمزد دارد. این رقم بر اساس داده‌های بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی است.

۵. افزایش توجه به کلاهبرداری و امنیت سایبری

با افزایش روزافزون نقش پرداخت‌های لحظه‌ای و هوش مصنوعی مولد در خدمات مالی مصرف‌کننده، خطر کلاهبرداری نیز افزایش می‌یابد. به عنوان مثال طبق گزارش مرکز منابع سرعت هویت در ایالات متحده آمریکا، تعداد موارد نقض حقوق داده‌ها در سال ۲۰۲۳ به میزان ۷۸ درصد افزایش یافته و به رقم بی‌سابقه سه هزار و ۲۰۵ مورد رسیده است. همچنین، بر اساس اجرای جرایم مالی سال ۲۰۲۴، بیش از ۴۰ درصد از گزارش‌های قانون امنیت بانکی در ایالات متحده مربوط به کلاهبرداری هویتی بوده است. این موارد، مجموعاً، ۲۱۲ میلیارد دلار ارزش داشته‌اند. فعالیت‌های مشکوک مستقیم، ناشی از نارسایی‌ها در تایید هویت بانکی است. همچنین تهدیدهای جدیدی مانند استفاده از فناوری‌های دیپ‌فیک، یعنی استفاده از هوش مصنوعی برای ساختن ویدیوهای جعلی یا چندرسانه‌ای جعلی به وجود آمده است و می‌تواند به همان اندازه که به سیستم‌های مالی فینتک‌ها آسیب می‌رساند، اعتماد عمومی را نیز خدشه‌دار کند.

۶. شتاب‌گیری استفاده هوش مصنوعی مولد در مقیاس بزرگ

استفاده از هوش مصنوعی مولد شتاب خواهد گرفت و موارد استفاده اصلی آن در کوتاه‌مدت با بهره‌وری و بازاریابی مرتبط خواهد بود. تعدادی از شرکت‌های فینتک، از جمله پی‌پل و کلارنا، هوش مصنوعی مولد را در مرکز مدل‌های عملیاتی خود قرار داده‌اند و از آن برای خودکارسازی خدمات مشتری، فرایند پرداخت و پیشنهادها شخصی‌سازی شده استفاده می‌کنند. ما معتقدیم که نوآوری محصول با استفاده از هوش مصنوعی مولد در آینده رخ می‌دهد اما این فناوری در حال حاضر، چندان تاثیر شایان توجهی ندارد.

۷. تعبیه شدن خدمات مالی ادامه دارد

روند تعبیه شدن گردش کارهای مالی در مسیرهای غیرمالی، همچنان در حال گسترش است. این روند با دیجیتالی شدن بیشتر از فعالیت‌های مشتریان در بخش کسب‌وکار به مشتری (B2C) و کسب‌وکار به کسب‌وکار (B2B) افزایش خواهد یافت.

۸. تاثیر ورود بی‌بازگشت بانک‌های سنتی به عرصه تبلیغات

سال‌ها است که بانک‌ها به داده‌های ارزشمند مشتریان دسترسی اختصاصی دارند اما تعداد کمی از آن‌ها اقدام به کسب درآمد از این داده‌ها از طریق تبلیغات کرده‌اند. حالا بانک‌های سنتی مانند جی‌پی مورگان، به دنبال روی از شرکت‌های فینتک، از داده‌های شخصی خود برای نمایش تبلیغات مرتبط در سایت‌های تجارت الکترونیک اختصاصی خود استفاده می‌کنند.

۹. ظهور دوباره بازارهای عرضه اولیه سهام و ادغام و تملیک

پس از وقوع خزان سرمایه‌گذاری، انتظار می‌رود که نیاز به نقدینگی و شرایط مساعدتر بازارهای سرمایه به همراه کاهش نرخ بهره، منجر به افزایش قابل توجه فعالیت‌های عرضه اولیه سهام و ادغام و تملیک در صنعت فینتک شود.

چشم انداز فینتک

وام‌دهی و بیمه در زمینه‌های B2B و B2C است. API ها و یکپارچه‌سازی اکوسیستم‌های مالی، رشد این حوزه را تقویت کرده است. در بخش پرداخت، دو شرکت پیشرو امور مالی تعبیه‌شده، شرکت Stripe و شرکت Adyen هستند که در سال ۲۰۲۳ از مرز یک تریلیون دلار حجم پرداخت عبور کردند. این شرکت‌ها و سایر بازیگران صنعت، همچنان در حال گسترش کارکردهای خود از جمله پرداخت از طریق بانک، پذیرش پرداخت‌های رمزنگاری و استفاده از دارایی‌های دیجیتال هستند. اگرچه وام‌دهی تعبیه‌شده نسبت به سایر بخش‌های بازار فینتک کمتر بالغ است، اما وام‌دهی تعبیه‌شده در شرکت‌های BNPL، مانند Klarna و Affirm، عامل افزایش شایان توجه حجم تراکنش‌ها بوده است.

بیمه تعبیه‌شده، نیز چشم‌انداز رشد خوبی دارد. پذیرش این مدل در اروپا رو به فزونی است و در سال ۲۰۲۳، حدود ۸ میلیارد دلار حق بیمه به این صنعت اختصاص یافته بود.

همه این‌ها، تنها آغاز کار است؛ ما پیش‌بینی می‌کنیم که بازار امور تعبیه‌شده تا سال ۲۰۳۰ به درآمد بیش از ۳۲۰ میلیارد دلار برسد. بخش کسب‌وکارهای کوچک و متوسط (SMB) حدود نیمی از این بازار (۱۵۰ میلیارد دلار) را تشکیل خواهند داد زیرا توسعه‌دهندگان نرم‌افزار عمودی و افقی به نیازهای برآورده‌نشده این بخش پاسخ خواهند داد. راهکارهای افقی مانند نرم‌افزارهای حسابداری که خدمات حقوق، دستمزد و وام‌های سرمایه در گردش ارائه می‌دهند، نقش فزاینده‌ای در این بخش ایفا خواهند کرد. در همین حال، بانک‌ها هم به طور فزاینده‌ای در حال ارائه راهکارهای جامعی هستند که شامل حسابداری نیز می‌شود.

بخش مصرف‌کننده که در حال حاضر شاهد فعالیت گسترده در زمینه‌های پرداخت، بیمه و وام است تا سال ۲۰۳۰ به ارزش ۱۲۰ میلیارد دلار خواهد رسید.

حال سوال اصلی اینجا است که آیا موارد برشمرد شده و این فرصت سودآور تنها برای فینتک‌ها محفوظ است یا بانک‌های سنتی به سهم قابل توجهی از آن می‌رسند؟

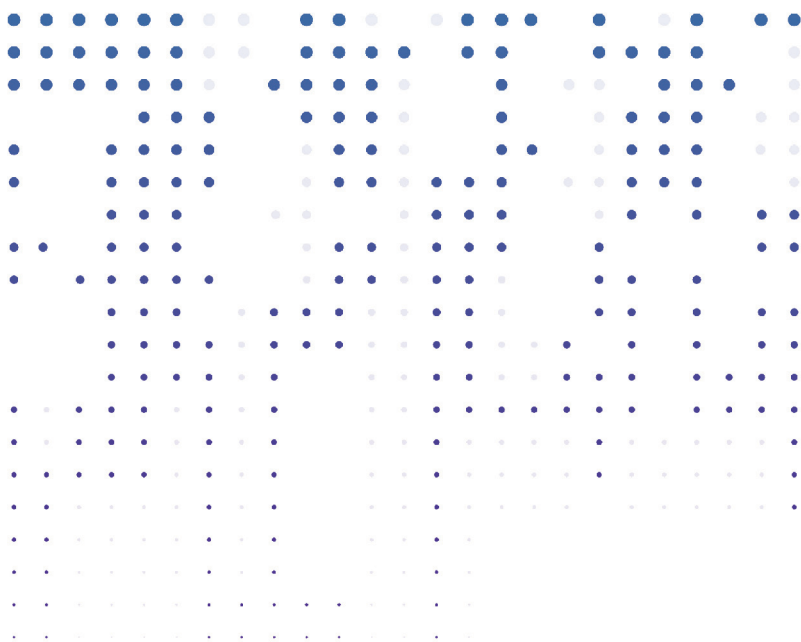
انتظار می‌رود که در کوتاه‌مدت، فینتک‌های تاسیس‌شده، همچنان سهم عمده‌ای از مزایا را به دست آورند. این در حالی است که بانک‌های بزرگ‌تر و قدیمی‌تر هم به مرور زمان، سهم خود را افزایش خواهند داد. موشکافی و نظارت بر مشارکت بانک‌ها و فینتک‌ها، توازن اقتصادی را به سمت بانک‌هایی که توانایی مدیریت ریسک و کنترل دارند، متمایل خواهد کرد. این بانک‌ها، قادر خواهند بود بر فینتک‌ها نظارت داشته باشند و همکاری مستحکمی با آن‌ها برقرار کنند.

در سال‌های اخیر بخش چابک و پرسرعت فینتک، زمین‌گیر شد؛ البته این داستانی است که پیش از این هم آن را دیده بودیم چراکه همیشه پس از دوران طلایی سرمایه‌گذاری، دوره‌ای برای بازنگری فرا می‌رسد. با این حال، همان طور که در گذشته نیز شاهد این روند بودیم، مجموعه‌ای از شرکت‌های قدرتمندتر، متمرکزتر و با رویکردهای واقع‌بینانه‌تر ظهور می‌کنند. سرمایه‌گذارهای محدود کنونی در آینده توسعه‌ای بدون مدل کسب‌وکار پایدار و مقیاس‌پذیر را کنار می‌گذارند. بازماندگان این رقابت، در محیطی که خدمات مالی در آن دگرگون شده فعالیت خواهند کرد. البته هم این شرکت‌های بازمانده و هم بانک‌های سنتی با چهار چالش اصلی روبرو می‌شوند. این چالش‌ها به شرح زیر است:

۱. خدمات مالی تعبیه‌شده، به زودی در همه جا فراگیر خواهند شد.
۲. تجارت متصل آماده جهش است.
۳. بانکداری باز، بر بانکداری و تبلیغات تاثیر می‌گذارد.
۴. هوش مصنوعی بازی را تغییر می‌دهد.

امور مالی تعبیه‌شده تا پایان سال ۲۰۳۰ همه‌گیر می‌شود

ادغام خدمات غیرمالی با امور مالی تعبیه‌شده، همچنان در حال گسترش است. با تسهیل طبیعی تراکنش‌های پولی، امور مالی تعبیه‌شده، اصطکاک را کاهش می‌دهد و تجربیات مشتریان را به شدت شخصی‌سازی می‌کند. در حال حاضر، موارد اصلی استفاده از امور مالی تعبیه‌شده، همچنان شامل پرداخت،



دگردیسی سوم دارایی‌های دیجیتال آیا این بار تغییرات پایدار و واقعی خواهد بود؟

در پی تلاطم اخیر در بازار ارزهای دیجیتال، بسیاری از افراد نگران آینده دارایی‌های دیجیتال شده‌اند. با این حال و با وجود نوسانات کوتاه‌مدت اخیر، علاقه به دارایی‌های دیجیتال همچنان بسیار زیاد است. طرفداران این فناوری، آن را تکامل بعدی پول می‌دانند و برخی دیگر انتظار دارند که این دارایی‌ها به رشد اقتصاد جهانی کمک کنند. فناوری دارایی‌های دیجیتال شامل ارزهای دیجیتال بانک مرکزی (CBDC)، کریپتوکارنسی، ارزهای رمزنگاری‌شده و همچنین توکن‌سازی گسترده‌تر دارایی‌ها و سپرده‌ها است. در حال حاضر، چندین روند مهم در بازار در حال شکل‌گیری است. به عنوان مثال:

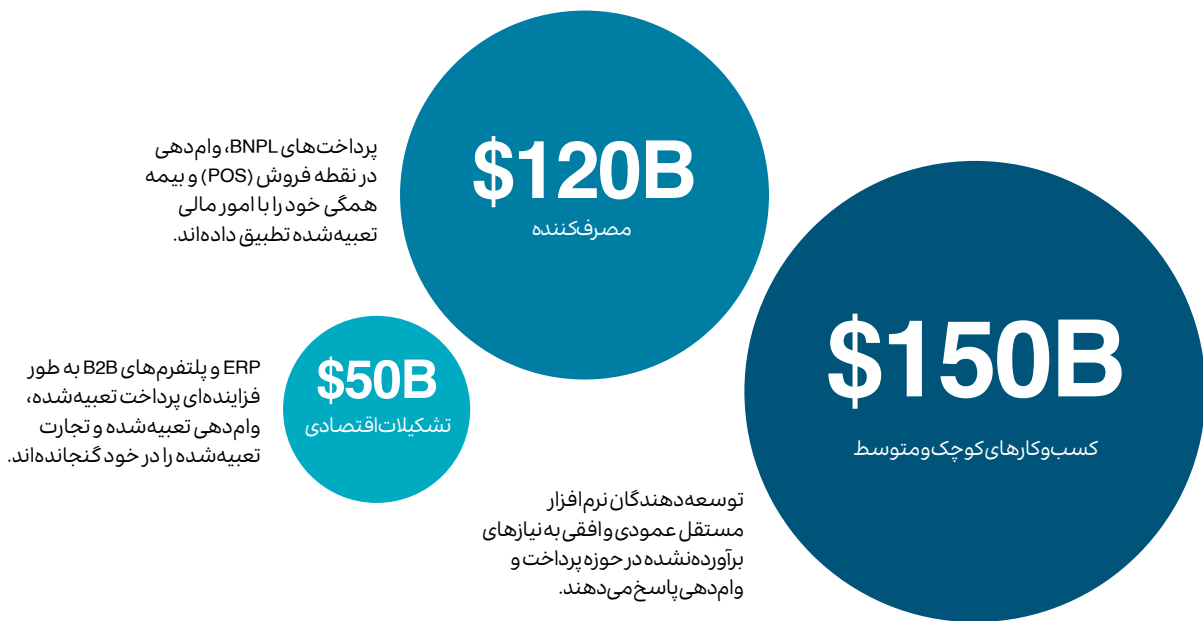
- ارزهای دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) به شکل جهانی با سرعت در حال توسعه هستند و اکثر بانک‌های مرکزی در حال تحقیق یا راه‌اندازی پروژه‌های آزمایشی در این باره هستند.

- سرمایه‌گذاری در استیبل کوین‌ها بسیار چشمگیر است، طرفداران این کوین‌ها بر توانایی این فناوری در تسویه فوری پرداخت‌های بین‌المللی، افزایش کارایی و کاهش هزینه‌های تراکنش تأکید می‌کنند. معرفی اخیر PayPal USD که یک ارز دیجیتال پایدار برای انتقال پول توسط PayPal است، یک نمونه بازار از همین محبوبیت محسوب می‌شود.

- دفتر کل یکپارچه به عنوان یک زیرساخت بازار مالی جدید، در حال ظهور است. طبق گفته بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی، این فناوری مزایای توکن‌سازی را با ترکیب پول بانک مرکزی، سپرده‌های توکنایز شده و دارایی‌های توکنایز شده در یک پلتفرم ارائه می‌دهد.

با وجود همه سرمایه‌گذاری‌ها و تغییرات در حال وقوع، هنوز مشخص نیست که آیا این تأثیرات صرفاً کوتاه‌مدت است یا این که «این بار تغییرات پایدار و واقعی خواهد بود».

بازار امور مالی تعبیه شده تا سال ۲۰۳۰ بیش از ۳۲۰ میلیارد دلار ارزش خواهد داشت



تجارت متصل آماده پرواز است

بانک های سنتی از دیرباز به عنوان خزانه دار داده های ارزشمند مشتریان شناخته می شوند. این داده ها همواره به عنوان یک مزیت رقابتی در نظر گرفته شده است؛ اما هنوز به میزان کافی از آن بهره برداری نمی شود. با این حال، اگر قرار باشد این داده های اختصاصی به یک منبع درآمد تبدیل شوند، تجارت متصل بهترین گزینه است. با افزایش ارزش داده ها به دلیل کاهش اثرگذاری کوکی ها و شفافیت ردیابی اپلیکیشن ها، تجارت متصل تبدیل به یک فرصت سه گانه برای بانک ها است چراکه منجر به ایجاد جریان درآمد جدید می شود، وفاداری مشتریان را افزایش می دهد و در نهایت یک کانال بازاریابی به مشتریان سازمانی ارائه می دهد.

تجارت متصل در محیطی رونق می گیرد که مشتریان تعامل دیجیتالی بالایی دارند؛ این تعامل دیجیتال می تواند در وبسایت ها یا اپلیکیشن های موبایل باشد. بانک ها با استفاده از داده های دقیق مشتریان، می توانند به کمک نمایش تبلیغات کاملاً شخصی سازی شده، وفاداری مشتریان را تقویت کنند. همچنین، فروشندگان پرداخت های خود را انجام می دهند. این وضعیت، یک سناریوی برد-برد-برد می سازد که در آن هم مشتری پاداش می گیرد، هم فروشنده بیشتر می فروشد و در نهایت بانک ها هم درآمد بیشتری کسب می کنند.

تجارت متصل، آینده ساز بانک ها خواهد شد.

نمونه های موفق

ورود جی پی مورگان چیس، به کسب و کارهای رسانه ای با خرید کپیتال وان و فروشگاه سیتی صورت گرفت. برخی از فینتک ها مانند کلارنا نیز در تجارت متصل سرمایه گذاری کرده اند و اخیراً دو شرکت Revolut و PayPal از راه اندازی کسب و کارهای تبلیغاتی خود خبر داده اند.

کمپانی اپل هم چشم اندازی برای تجارت متصل دارد. دلیل تصمیم اپل این است که این حوزه، زمین حاصلخیزی برای مشارکت بین فینتک ها و بانک ها به شمار می رود. فینتک ها سرعت و تجربه کاربری را به بانک ها ارائه می دهند و در عوض، بانک ها هم مشتریان و داده های خود را در اختیار فینتک ها قرار می دهند؛ برای مثال، سیتی با Wildfire Systems که یک فینتک B2B2X است، همکاری کرد تا Citi Shop را ایجاد کند.

البته یک زنگ خطر هم برای بانک ها و شریک های آنها وجود دارد: این هدف گیری های تبلیغاتی منجر شود تبلیغ کنندگان، مصرف کنندگان را صرفاً سوژه ای برای رفع نیاز تبلیغ کنندگان ببینند و در نتیجه وفاداری به برند تضعیف شود. بانک ها باید در این زمینه باتدبیر عمل کنند.

نکته: BNPL = الان بخر، بعداً پرداخت کن، ERP = برنامه ریزی منابع سازمانی، ISV = فروشندگان مستقل نرم افزار، POS = نقطه فروش، SMB = کسب و کارهای کوچک و متوسط

شرکت‌های بزرگ فناوری؛ یک‌ه‌تازان بی‌رقیب

اپل در خدمات مالی، تا کجا پیش خواهد رفت؟

مدت‌هاست که شرکت‌های بزرگ فناوری، در ارائه خدمات مالی پیشرو هستند. این شرکت‌ها، عمدتاً از این خدمات به عنوان ابزاری برای تقویت کسب‌وکار اصلی خود بهره برده‌اند. البته این مسیر برای شرکت‌های بزرگ چندان هم بدون چالش نبوده است. برای مثال، آمازون به تازگی اعلام کرده که برنامه وام‌دهی به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط را متوقف می‌کند. این در حالی است که گوگل همچنان به دنبال توسعه خدمات پرداختی خود است. در حال حاضر بیشتر تمرکز گوگل بر ارائه این خدمات در خارج از ایالات متحده است؛ به همین دلیل احتمالاً مهم‌ترین سوال بدون پاسخ و معطوف به آینده هر مخاطب این باشد که اپل تا کجا به ارائه خدمات مالی خود ادامه خواهد داد؟ اپل توانسته یک سیستم بی‌نقص در اکوسیستم خود راه‌اندازی کند. با این حال، آینده نامشخص همکاری‌اش با گلدمن ساکس، توجه فزاینده نهادهای نظارتی و شکایت اخیر وزارت دادگستری ایالات متحده به دلیل رفتارهای غیررقابتی اپل -منظور کیف پول اپل است- احتمالاً تمایل این شرکت را به ارائه خدمات مالی در کوتاه‌مدت، کاهش خواهد داد.

ما معتقدیم بسیاری از محصولاتی که بانکداری به مشتری ارائه می‌دهد تا زمانی قابل توجه هستند که با خط‌مشی اپل همسو باشند. این خط‌مشی شامل افزایش وابستگی به محصولات اصلی اپل، پشتیبانی از چرخه ارتقای محصول، فعال‌سازی استراتژی خدمات و کمک به حاشیه سود بالا می‌شوند. بر این اساس، سرمایه‌گذاری خودگردان و تجارت متصل در کیف پول اپل، دو بخش قابل توجه آینده هستند.

 برنامه بعدی چیست؟ ■ تجارت متصل؟ ■ سرمایه‌گذاری خودگردان؟ ■ مدیریت مالی شخصی (با هوش مصنوعی اپل)؟ ■ یا راهکارهای دیگر؟	 BNPL: اپل بعداً پرداخت می‌کند راه‌اندازی شده در ۲۰۲۳ ■ اپل به تازگی اعلام کرده خدمات BNPL خود را متوقف خواهد کرد و به جای آن، پیشنهاد جدیدی شامل وام‌های جهانی را ارائه می‌دهد. این وام‌ها با مشارکت با شخص ثالث، مانند قرارداد اپل با Affirm اعطا می‌شود.	 کارت اعتباری: اپل کارت راه‌اندازی شده در ۲۰۱۹ ■ توسط گلدمن ساکس پشتیبانی می‌شود. ■ در فرایند بازگشت نقدی اعتبار، یک میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳ به دست آورد.	 سپرده‌ها: نقدی + حساب پس‌انداز راه‌اندازی شده در ۲۰۱۷ (نقدی) و ۲۰۲۳ (پس‌انداز) ■ کیف پول توسط گلدمن ساکس پشتیبانی می‌شود. ■ ۱۲ میلیون کاربر و بیش از ۱۰ میلیارد دلار سپرده پس‌انداز دارد.	 شبکه‌های پرداخت: اپل پی راه‌اندازی شده در ۲۰۱۴ ■ کیف پول دیجیتالی برای انجام تراکنش از طریق تلفن همراه ■ در ۸۰ کشور در دسترس است ■ بیش از ۶۰۰ میلیون کاربر دارد
--	--	--	--	---



اگر بگوییم که اپل بزرگ‌ترین فین‌تک در جهان است و به‌طور مستقیم با نئوبانک‌ها و شرکت‌های پرداخت رقابت می‌کند، پربراه نگفته‌ایم چرا که در حال حاضر ما شاهد موارد استفاده متعدد اپل هستیم که به واسطه قابلیت‌های جدید هوش مصنوعی اپل فعال شده‌اند؛ از جمله این قابلیت‌ها می‌توان به خرید و مدیریت مالی شخصی اشاره کرد.

لوگان آیین، شریک مدیرعامل و بنیان‌گذار فین کپیتال

پرسش از اثرگذاری بانکداری باز

بانکداری باز به کمک دسترسی مشتریان به داده‌های مالی از طریق API ها، همچنان در حال گسترش است. با وجود این که بانکداری باز در بخش‌های مختلف نوآوری به همراه دارد، تجربه‌های مشتری را تقویت می‌کند و همزمان دسترسی‌های مالی را افزایش می‌دهد، بعید است که اساس رقابت در بانکداری را تغییر دهد.

تاکنون بیش از ۶۵ کشور تجربه بانکداری باز داشته‌اند و انتظار می‌رود این روند ادامه یابد. به هر حال رویکرد کشورها نسبت به این مقوله، متفاوت است. برخی از کشورها، رویکرد بازار محور را اتخاذ کرده‌اند و برخی دیگر چنین نکرده‌اند. ایالات متحده آمریکا تا همین اواخر، یک نمونه خوب بود اما بعد از این به سبب تغییر قواعد ممکن است اینطور نباشد. برخی نمونه‌های دیگر مانند کشورهای اتحادیه اروپا هم با دستورالعمل خدمات پرداخت سوم (PSD3) به شکل‌دهی بانکداری باز می‌پردازند. در برخی از کشورهای آسیا و اقیانوسیه روال متفاوت‌تر است. رویکرد این کشورها، ترکیبی از همکاری بین نهادهای نظارتی و بازار آزاد است. کره جنوبی هم یک نمونه از این کشورها است. بانکداری باز همچنان یک عامل مهم است اما به نظر می‌رسد روندهای اصلی بازی در ارائه خدمات مالی مصرف‌کننده، SMB و فینتک را تغییر نخواهد داد.

هوش مصنوعی، بازی‌گردان بهره‌وری و نوآوری محصول است

کاربردها و تاثیر این فناوری همچنان در حال رشد است. ما به‌طور خاص، انتظار داریم که هوش مصنوعی مولد باعث افزایش کارایی بانک‌ها و فینتک‌ها در کاهش هزینه‌های عملیاتی، فروش و بازاریابی -از طریق افزایش سرعت خروجی در تولید محتوا و بهبود اثربخشی نیروی فروش- شود. همچنین انتظار می‌رود هوش مصنوعی هزینه‌های اداری عمومی را از طریق بهینه‌سازی هزینه‌های شخص ثالث و خودکارسازی کاهش دهد. کدنویسی، پشتیبانی مشتری و بازاریابی دیجیتال از جمله نیازهای فینتک‌ها است و هوش مصنوعی موفق شده در این بخش‌ها پیشرفت شگرفی داشته باشد.

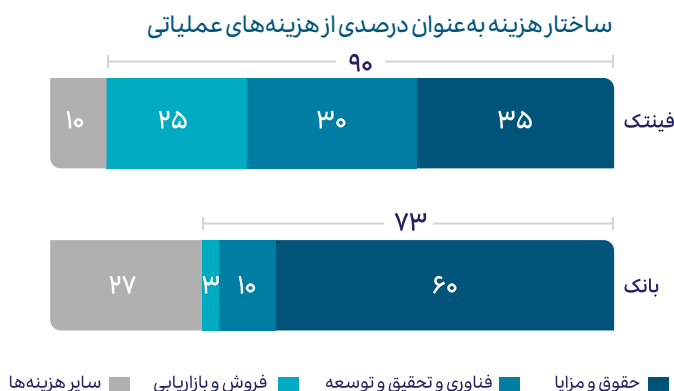
با وجود این که استفاده از هوش مصنوعی مولد در نوآوری محصول، نسبت به دیگر کاربردهای افزایش بهره‌وری تاخیر داشته است اما در آینده‌ای نزدیک مورد توجه قرار می‌گیرد. ما آینده‌ای را پیش‌بینی می‌کنیم که در آن هوش مصنوعی، به‌ویژه در مدیریت مالی شخصی، نقش مهمی ایفا کند. مدل‌های بزرگ زبانی می‌توانند نیازها و اهداف مالی مشتریان را بهتر ارزیابی کنند و توصیه‌های شخصی‌سازی شده به آن‌ها ارائه دهند. علاوه بر مزایای هوش مصنوعی در بهره‌وری و نوآوری، این فناوری می‌تواند به موسسه‌های مالی کمک کند که به تحول فراگیر دست یابند و تبدیل به سازمان‌های موثرتر، استراتژیک‌تر و رقابتی‌تر شوند.

از جمله الزامات اصلی استفاده از کاربردهای هوش مصنوعی، توجه به مسئولانه بودن مدل استفاده، ملاحظات نهاد ناظر، مدیریت ریسک و کنترل مناسب آن است. فراگیر شدن هوش مصنوعی مولد، استانداردها را ارتقا خواهد داد و مدیریت ریسک در این حوزه، تبدیل به یک عامل تمایز بازیگران موفق خواهد شد. فینتک‌ها و بانک‌های آینده‌نگر اکنون باید در این فناوری سرمایه‌گذاری کنند.

اکوسیستم هوش مصنوعی مولد، ناگزیر زمینه را برای ظهور نوآوران عمودی جدید فراهم خواهد کرد. این نوآوران به بانک‌ها و فینتک‌ها کمک می‌کنند که راحت‌تر هوش مصنوعی را بپذیرند

هوش مصنوعی برای افزایش بهره‌وری

هوش مصنوعی در حال حاضر به‌طور گسترده‌ای استفاده می‌شود و بهره‌وری قابل توجه به همراه دارد.



موارد استفاده از هوش مصنوعی در صنعت

- پشتیبانی مشتری
- پرونده‌های نظارتی
- کدنویسی نرم‌افزار، تست و مستندسازی
- دیجیتال مارکتینگ



مسیر پیش رو

راهی برای رشد: سفری به سمت بورسی شدن و فراتر از آن

بازار IPO برای فینتک‌ها همیشه راکد نخواهد ماند. انتظار می‌رود عرضه‌های اولیه عمومی، همراه با فروش استراتژیک و سایر فعالیت‌های ادغام و تملیک، افزایش یابد. فینتک‌های پیشرو در همه جای دنیا اعلام کرده‌اند که قصد دارند در آینده نزدیک، سهام خود را عرضه کنند. از Flutter-wave در آفریقا تا Klarna در اروپا؛ از Airwallex در آسیا-اقیانوسیه تا Chime در آمریکای شمالی، همه و همه به همین رویکرد پایبند هستند.

مشخص است که فینتک‌ها باید مراقب خواسته‌های خود باشند چراکه بسیاری از آن‌ها پس از ورود به بازار سرمایه شاهد کاهش ۴۰ تا ۸۰ درصدی قیمت سهام خود نسبت به قیمت اولیه بوده‌اند. سرمایه‌گذاران تغییر موضع داده‌اند و به جای تشویق فینتک‌ها برای نیل به رشد به هر قیمتی، از رشد پایدار و سودآور حمایت می‌کنند. در نتیجه، معیارها تغییر کرده و فشار بیشتری بر فینتک‌ها وارد شده است تا داستان بلندمدت و جامع‌تری برای ورود به دنیای بورس تعریف کنند. آن‌ها برای به حداکثر کردن ارزش‌گذاری خود در IPO باید بر بهترین روش‌ها تمرکز کنند:

احتیاط: ریسک و انطباق به مثابه مزیت رقابتی برای فینتک‌ها و اکوسیستم گسترده‌تر

تعدادی از بانک‌های بزرگ ایالات متحده، از جمله بازیگران جهانی مانند جی‌پی مورگان و سیتی از نقاط قوت خود در زمینه انطباق و مدیریت ریسک برای شراکتی مستحکم با فینتک‌ها استفاده می‌کنند. این بانک‌ها در مواردی حتی اقدام به خرید فینتک‌های شریک خود کرده‌اند و همین نشان می‌دهد که می‌توان در این مشارکت، رویکردی سودمند برای همه طرف‌ها از جمله بانک و فینتک پدید آورد. در این مسیر باید اجرای پیشگیرانه دستورالعمل‌ها و کنترل صنعت، به‌ویژه در حوزه‌های حیاتی مانند انطباق با قوانین مبارزه با پول‌شویی (AML)، شناخت مشتری (KYC) و تحریم‌ها و همچنین امنیت سایبری مورد توجه باشد.

سودآوری: فراخوانی برای ارتقای EBITDA فینتک‌ها به بیش از ۲۵ درصد

سودآوری بسیاری از فینتک‌ها، زمانی که امکان سرمایه‌گذاری آسان با نرخ بهره نزدیک به صفر بود از بین رفت؛ حال این عارضه همچنان باقی است و تنها ۳۳ مورد از ۷۰ فینتک عمومی بزرگ در سال ۲۰۲۳ سودده بودند. اگرچه این نسبت، در مقایسه با سال ۲۰۲۲ بهبود یافته اما چشم‌انداز ما می‌گوید که کمتر از نیمی از فینتک‌های عمومی به طور پایداری سودده هستند. ما بر اساس تحقیق‌ها و تجربه عملی، معتقدیم که فینتک‌ها باید و می‌توانند EBITDA خود را بیش از ۲۵ درصد بهبود بخشند. اعداد به ما می‌گویند که فضای زیادی برای ساده‌سازی عملیات و سودآوری وجود دارد.

روایت شفاف یک داستان برای بازار سرمایه:

فینتک‌های متقدم می‌توانستند با یک راهکار ساده، راهی طولانی را طی کنند. امروزه، سرمایه‌گذاران انتظار دارند که یک روایت منسجم، شفاف و جامع‌تر ارائه شود. البته، این برای فینتک‌های نوپای عمومی، همچنان مهم است که جزئیات چگونگی رفع نیازهای برآورده نشده مشتری و نحوه دقیق نمایش خود در چشم‌انداز و آینده را به درستی شرح دهند؛ اما با توجه به این که سرمایه‌گذاران به دنبال سرمایه‌گذاری بلندمدت پایدار هستند، به جزئیات بیشتری نیاز دارند. این جزئیات بیشتر چنین تعریف می‌شود: فینتک چگونه کاربران را با هزینه‌های پایدار جذب می‌کند؟ برنامه رشد سودآور چیست؟ یک فینتک تا چه اندازه تاب‌نظارت فزاینده در آینده را دارد؟

حرکت در زمان مناسب: قبل از IPO شدن، فینتک‌ها ابتدا باید به مقیاس، ثبات عملیاتی و قابلیت پیش‌بینی‌پذیری کافی رسیده باشند تا بتوانند با چالش‌هایی مانند هزینه‌ها و نظارت‌های ناشی از ورود به بازار عمومی دست و پنجه نرم کنند. رسیدن به این هدف، مستلزم تمرکز بر اصول اولیه است. الزامات اینجا چندان جدید نیستند؛ اما فینتک‌هایی که در محیط جدید رشد می‌کنند، همان فینتک‌هایی خواهند بود که تمرکز دقیقی بر بهینه‌سازی هزینه‌ها، درآمد، استراتژی‌های ورود به بازار، قابلیت‌های ریسک و انطباق و مدل‌های مشارکت دارند. فینتک‌ها با انجام این اقدامات، خود را برای مقیاس‌پذیری به روشی سودآور و قابل پیش‌بینی آماده می‌کنند.

Affirm که در ژانویه ۲۰۲۱ برای اولین بار عرضه عمومی شد، کاملاً شفاف، مدل کسب‌وکار خود را به‌عنوان جایگزینی برای وام‌دهی سنتی ترسیم کرد. این فینتک گزارش داده بود که سالانه ۷۷ درصد رشد و ۶٫۲ میلیون کاربر دارد. این شرکت همچنین وضعیت خود را به‌عنوان یک وام‌دهنده دارای مجوز در ایالات متحده روشن کرد و برنامه‌های جاری خود را برای تطبیق با مقررات وام‌دهی فدرال و ایالتی تشریح کرد و همه این‌ها بدل به عوامل موفقیتش در وال‌استریت شد.

آماده‌سازی برای سفر به IPO و فراتر از آن



بانک‌های کوچک موجود نیاز دارند خود را به‌عنوان پلتفرم‌های تعامل دیجیتال بازآفرینی کنند



بانک‌های کوچک به‌عنوان پلتفرم‌های تعامل دیجیتال

در فضای نوآوری‌های فینتکی، احتمالاً به راحتی فراموش شود که بانک‌ها دارای مزیت‌های متمایزی مانند دسترسی اختصاصی به داده‌های مشتری و تعامل بالا با مشتری هستند. مدت‌ها است که می‌گویند بانک‌ها روی یک معدن طلا از داده‌های مشتری نشسته‌اند، اما تعداد بانک‌هایی که از این داده‌ها برای مقاصد سودآور استفاده کرده‌اند، زیاد نیست.

بانک‌ها برای مقابله با فینتک‌هایی که امور مالی تعبیه شده را ارائه می‌دهند، در حال توسعه سایت‌های تجارت الکترونیک خود هستند. بانک‌ها در این مجال می‌توانند از بینش گسترده خود درباره نیازها و رفتار مشتریان برای ارائه پیشنهاد و پاداش به خود مشتری‌ها استفاده کنند. آنچه توضیح دادیم تا حدی شبیه به انتقال نبرد به یک زمین خانگی است که در آن بانک‌ها دارای مزیت هستند؛ به ویژه با توجه به پایگاه مشتریان قابل توجه آن‌ها، این مزیت دو چندان می‌شود. بسیاری از بانک‌ها از تعامل مشتری بالاتری نسبت به هم‌تایان فینتکی خود برخوردار هستند اما بخشی که فینتک‌ها در آن از بانک‌ها پیشی گرفته‌اند، تبدیل تعامل مشتری به اقدام برای خرید کالا/خدمت است.



هند واقعاً بهترین رویکرد را در زمینه فینتک اتخاذ کرده است: نوآوری محرک سرمایه‌داری از ایالات متحده، قواعد نظارتی از اروپا و اهمیت ارزش بازیگران فناوری داخلی از چین و APAC.

کارتیک راگاپاتی، رئیس استراتژی و روابط سرمایه‌گذار، فون‌په

راهی برای رشد:

حمایت دولت برای ایجاد زیرساخت‌های عمومی دیجیتال جامع و یکپارچه

دولت‌ها، به ویژه در بازارهای نوظهور، با ایجاد یک اکوسیستم زیرساخت عمومی دیجیتال DPI سه بخش متشکل از لایه‌های هویت دیجیتال، پرداخت و تبادل داده و دسترسی به خدمات مالی را گسترش داده‌اند. دولت‌ها نوآوری را تحریک کرده و در نهایت به نفع عموم مردم عمل کرده‌اند.

DPI در بسترهایی رشد کرده که دولت با تعیین چشم‌انداز کلی زیرساخت‌ها و ایجاد پروتکل و مشوق برای پذیرش فینتک در بخش خصوصی تلاش کرده است. علاوه بر این، موفقیت DPI به جامعیت آن یعنی هویت دیجیتال، دایرکتوری، خدمات پشتیبانی و یکپارچگی کامل آن در سراسر سیستم‌ها بستگی دارد.

زیرساخت عمومی دیجیتال چگونه به بخش خصوصی امکان نوآوری می‌دهد؟

ادغام این لایه‌ها منجر به نتایج مطلوب و مهمی می‌شود

زیرساخت عمومی دیجیتال (DPI) هند دارای پروتکل‌های تعریف شده توسط دولت در سه لایه است که به بخش خصوصی فرصت نوآوری می‌دهد.

۸۵٪

بانک مرکزی هند گزارش داده که کلاهبرداری‌های بانکی به کمترین میزان در شش سال گذشته رسیده، ۸۵ درصد کاهش ارزشی داشته است.

۵ برابر

تعداد پرداخت‌های فوری ماهانه در سه سال گذشته پنج برابر شده و از ۲,۶ میلیارد به ۱۳,۳ میلیارد رسیده است.

شناسنامه ملی دیجیتال سازی	Aadhaar-e-auth	هویت
	eKYC	
	eSign	
پلتفرم برای پرداخت‌های فوری و ارزان بین سیستم	UPI	پرداخت
	IMPS	
	AePS	
	APB	
پردازش پرداخت‌ها با استفاده از تبادل داده‌ها با رضایت کاربر	DigiLocker	داده
	Account AggregatorThe	



نتیجه‌گیری

این دو، سودآور هستند. در دنیایی که امور مالی تعبیه‌شده، تجارت متصل و حوزه‌های میان آن‌ها فراگیر می‌شود، مشارکت و انطباق به اندازه مهارت‌های نوآوری، فناوری و بازاریابی اهمیت خواهد داشت.

فینتک‌های پیشرو در سراسر جهان، داستان‌های موفقیت متفاوتی دارند. در هند و برزیل مدلی پیاده‌شده که تنظیم‌گر با تقویت نوآوری، در عین محافظت از مصرف‌کنندگان، روی لبه تیغ راه می‌رود و نوآوری را توسعه می‌دهد.

بانک‌ها هم راهی موثر و با ارزش افزوده برای بهره‌برداری از داده‌های مشتریان خود از طریق تجارت متصل پیدا کرده‌اند. BCG در هوش مصنوعی مولد، یک اهرم بهره‌وری خاص فینتک‌ها می‌بیند که به آن‌ها کمک می‌کند به اندازه کافی در بازی بمانند و پایگاه خود را پیدا کنند.

تصور نکنید هیجان عصر فینتک تمام شده است! مهندسان فرمول یک برای بهینه‌سازی زمان صرف‌شده در سرعت‌های بالاتر در طول مسیر، اولویت را به بهبود سیستم ترمز می‌دهند. به همین ترتیب، فینتک‌ها هم باید یاد بگیرند که چگونه و چه زمانی سرعت را کم یا زیاد کنند تا در نهایت سریع‌تر به مقصد برسند.

ما وارد دنیایی می‌شویم که موفقیت فینتک‌ها الزامات خاصی دارد: احتیاط به‌عنوان شرط اصلی، اقتصاد یکپارچه سودآور و رشد مشتریان. این تغییر برای همه فینتک‌ها، به‌ویژه هنگام خروج از خزان سرمایه‌گذاری، پیامدهایی دارد. فینتک‌هایی که هدف آن‌ها ورود به بازار سرمایه است، مسیری پیچیده‌تر در پیش دارند: سرمایه‌گذاران روایت دقیق و شفاف چگونگی برنامه‌ریزی شرکت برای دستیابی به رشد سودآور بلندمدت را مطالبه می‌کنند. برای همه فینتک‌های عمومی و خصوصی و همچنین بانک‌هایی که با آن‌ها رقابت می‌کنند، بینش قوی از ساختارهای هزینه و درآمد ضروری خواهد بود.

BCG معتقد است

در آینده شاهد سطوح بالاتری از همکاری و مشارکت بین فینتک‌ها و بانک‌های سنتی خواهیم بود چراکه فرصت‌های همسو شدن

سرگذشت کسب و کار

پی‌بار پیوند فینتک ولجستیک





موردکاوی تجربه همکاری بانک و یک کسب و کار فینتک-لجستیک

● بهبود سرعت، شفافیت و کارآمدی زنجیره تامین

● فرصت‌های تامین مالی برای تجهیزات و موجودی انبار

● تنوع انتخاب‌های پرداخت به رانندگان

● راهکارهای صدور صورتحساب برای کسب و کارها

کسب و کار پی‌بار و بعد از آن، شرکت فناوری‌های هوشمند راهی‌نو، طی مذاکرات همکاری در سال ۱۴۰۰ به پورتفوی شرکت تکنوتجارت اضافه شده است. این کسب و کار، همزمان از امتیازهایی مانند نبوغ بنیانگذار اولیه، همراهی تیم حرفه‌ای و البته اعتماد و حمایت بانک تجارت بهره‌مند بوده و به همین دلیل مزیت پایداری در حوزه فینتک-لجستیک ایجاد کرده است. این کسب و کار، طی سه سال فعالیت موفق خود، توانست از ثبات خود را نشان دهد. پی‌بار، با تمرکز بر سه حوزه نخست توانست ضمن پاسخ‌دهی به دو مسئله اصلی یعنی رصد مسیر حمل کالا از صدور بارنامه تا تحویل به مقصد و همچنین تسویه با راننده به محض تحویل کالا، خدمات با کیفیت و پشتیبانی شده‌ای را به بازیگران اصلی صنعت یعنی صاحبان کالا، رانندگان و تنظیم‌گر به صورت رایگان ارائه دهد و در مسیر رشد نیز حرکت کند.

موردکاوی ارزش پیشنهادی پی‌بار

به‌طور سنتی، رانندگان خارج از بازه زمانی حمل، اهرم فشاری بر صاحبان بار یا شرکت‌های حمل نداشته و همواره مجبور به مذاکره و پیگیری مبالغ کرایه بار و شرایط پرداخت، قبل و بعد از تحویل کالا برای وصول مطالبات خود بوده‌اند. این اقدام برای این انجام می‌شد تا هزینه‌های جاری خود را که گاهی مبالغ بالایی نیز دارد، تامین کنند. حل این مساله، به خودی خود برای رانندگان ارزشمند است؛ چراکه در حال حاضر و با همت پی‌بار، رانندگان در کوتاه‌ترین زمان پس از تحویل بار، بدون نیاز به پیگیری‌های مکرر، حق الزحمه خود را دریافت می‌کنند. علاوه بر این، پلتفرم پی‌بار، قابلیت‌هایی نظیر انتخاب گزینه پرداخت نقدی یعنی راننده اول، دوم یا شخص ثالث و همچنین امکان پرداخت اعتباری کرایه حمل را فراهم کرده است. این اقدامات مورد استقبال و رضایت‌مندی رانندگان قرار گرفته است، تا جایی که طبق آخرین اطلاعات، بالغ بر ۳۲۵ هزار راننده از خدمات پی‌بار استفاده می‌کنند. از طرف دیگر، پرداخت و تسویه گروهی برای صاحبان بزرگ کالا با حمل روزانه چند ده کامیون بار به مقاصد مختلف، امکانی است که پی‌بار با سرعت بالا و دقت لازم، به واسطه بهره‌گیری از خدمات بانکداری باز و فناوری پیشرفته محصول، انجام می‌دهد. علاوه بر این، پرداخت اعتباری هزینه حمل، خدمت دیگری برای بهبود سرمایه در گردش صاحبان کالا است که با پشتوانه سرویس‌های اعتباری بانک تجارت، ارائه می‌شود.

در ضلع سوم، با اشراف اطلاعاتی حاصل از الزام راهداری به بهره‌گیری از ابزارهای صدور بارنامه آنلاین، گام مهمی در راستای سیاست‌گذاری داده‌محور حمل و نقل جاده‌ای برداشته شده و با مجموعه‌ای از مقررات حاکم بر فضای آماد، انطباق حامل، محموله، زمان و شرایط حمل با واقعیت به طور فزاینده‌ای مورد توجه و پیگیری تنظیم‌گر قرار گرفته است. به این ترتیب، فناوری‌هایی که تسویه بارنامه، کمسیون و هزینه حمل، را مدیریت کرده یا مشخصات حامل، راننده‌ها و سایر داده‌های ورودی را دریافت، ذخیره‌سازی، مبادله و صحت‌سنجی می‌کنند، می‌توانند به مرجع مهمی برای دیگر بازیگران صنعت تبدیل شوند.

در مورد پی‌بار، اشتیاق رانندگان و صاحبان کالا در استفاده از خدمات و محصول، مستلزم ارائه و تکمیل اطلاعات طی فرایند ترابری و حمل کالا است. پی‌بار، توانسته که دغدغه‌های تنظیم‌گر در حوزه شفافیت، را به شکل مطلوبی پاسخ دهد.

با صحبت از آماد، عملیات تعریف شده برای حرکت کالا بین سطوح مختلف زنجیره تامین نظیر منبع‌یابی، خرید، فروش، اعلام و توزیع بار، توزین و بارگیری، ترابری، توزین و باراندازی و انبارداری به ذهن متبادر می‌شود. بدین ترتیب، جای تعجب نیست که ردپای اندازه و بهینگی آماد، در مقام توانمندساز دیگر صنایع، به خوبی در تولید ناخالص ملی کشورها قابل مشاهده است. مطابق با جغرافیای طبیعی جمهوری اسلامی ایران و سطح توسعه زیرساخت‌ها، بیش از ۹۰ درصد از حجم نقل و انتقال کالا در کشور، به صورت زمینی و در بخش جاده‌ای صورت می‌گیرد. به منظور کسب تصویر بهتری از پویایی بازیگران کلیدی این صنعت، بد نیست نگاهی به آمار داشته باشیم. در سال گذشته، بیش از پنج هزار شرکت حمل‌ونقل، ۵۷۰ میلیون تن کالا را با صدور بارنامه حمل کرده‌اند. این میزان بار، به بهره‌گیری از ظرفیت ۴۳۳ هزار کامیون باری توسط ۵۵ هزار راننده حرفه‌ای، از ۸۲ پایانه باری، حمل شده‌اند. البته، می‌توان به این گروه، سازمان راهداری، ذیل وزارت راه و شهرسازی را به‌عنوان تنظیم‌گر و ارائه‌دهنده خدمات آماد طرف سوم اضافه کرد.

از سوی دیگر، فناوری‌های مالی (فینتک) در سال‌های اخیر در بخش‌های مختلف آماد نیز وارد شده و به نظر بسیاری از کارشناسان، پیش‌ران بعدی این صنعت خواهد بود. بنابراین، انتظار می‌رود با حذف گلوگاه‌ها، سرعت‌دهی به انجام تراکنش و تضمین اصالت از طریق افزایش شفافیت، تحول آماد انجام شود. برخی از پیشنهادها برای بهبود وضعیت آماد به شرح زیر است:

بازخوانی تجارب بنیانگذار پی‌بار در توسعه همکاری با بانک



سرمایه‌گذار بانکی؛ آری یا خیر؟

مبین زمانی، بنیان‌گذار پی‌بار است؛ کسب‌وکاری که موفق شده علی‌رغم دشواری‌ها، خدمات بانکداری شرکتی و بانکداری باز ارائه دهد. پی‌بار تعامل با بانک تجارت را از سال ۱۳۹۷ و زمانی که هنوز تسهیل‌کنندگان ارتباط میان بانک و استارت‌آپ‌ها وجود نداشتند، آغاز کرده و تجربه‌های آموزنده زیادی برای استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای نوپای جویای همکاری با مجموعه‌های مالی بزرگ دارد. پی‌بار یکی از تجربه‌های همکاری موفق میان بانک و استارت‌آپ‌ها بوده است. مبین زمانی به جوانانی که خواهان تعامل با وی‌سی بانکی هستند، توصیه می‌کند که کسب‌وکار بانک را بشناسند و تلاش کنند برای بانک ارزش افزوده تولید کنند.

■ از آغاز کار پی‌بار شروع کنیم و این سوال که چرا صنعت لجستیک را مناسب همکاری با بانک دیدید؟

اگر تولید ناخالص داخلی کشورها را بررسی کنید به راحتی درمی‌یابید که دو عامل تأثیر زیادی بر میزان بزرگی این شاخص دارند. این دو عامل عبارت از تولید کالا و حرکت کالاها است. بنابراین خدمات لجستیک، سهم بسیار مهم و بزرگی از تولید ناخالص داخلی کشور را به خود اختصاص می‌دهد. فعالیت‌های لجستیکی در دنیا نیز بسیار انجام می‌شود اما ارائه خدمات لجستیکی، بیشتر با هدف پوشش مصرف‌کننده نهایی بوده است. برای مثال اسنپ و دیجی کالا، لجستیک را در همین لایه انجام می‌دهند. بانکداری شرکتی در دنیا هم پلتفرم استارت‌آپی کم دارد و استارت‌آپ‌ها کمتر حاضر به همکاری در این حوزه هستند چراکه کار کردن در این مدل بانکی به شدت دشوار است. ما در پی‌بار با این چالش دست‌وپنجه نرم کردیم. طرف قراردادهای ما شرکت‌های فولاد، پتروشیمی، سیمان و همچنین کارخانه‌های بسیار بزرگ و بازرگان‌های بسیار بزرگ هستند. این مجموعه‌ها به خدمت حمل‌ونقل نیاز مبرم دارند. از آن جایی که من پیش از این در حوزه بانکداری شرکتی فعالیت داشتم و در خارج از کشور هم با بانکداری باز آشنا شدم، سعی کردم برای اولین بار، این دو مفهوم را با یکدیگر تلفیق



کنم. ما در پی بار ساختاری متفاوت از پلتفرم‌های مشابه خارجی داریم و هیچ پلتفرمی در ایران و جهان مانند پی‌بار نیست.

■ به نظر می‌رسد مسیر شما در همکاری با بانک را می‌توان ذیل مفهوم بانکداری باز توضیح داد. چگونه این ایده را عملیاتی کردید؟

من با شرکت‌های بزرگ دنیا همکاری کرده بودم و تصمیم گرفتم بحث SCF و بانکداری باز را دنبال کنم و در این حوزه فعالیت کنم. آن زمان، هنوز بانکداری باز به وجود نیامده بود و خود بانک‌ها هم کمتر از پلتفرم استفاده می‌کردند.

در بانکداری باز، استاندارد پی‌اس‌دی ۲ وجود دارد. مثلاً پیش از این، خدمات دیجیتال در شعبه ارائه می‌شد اما در حال حاضر خدمات دیجیتال در اپلیکیشن‌های بانک ارائه می‌شود و در آینده، تامین‌کنندگان شخص ثالث این خدمات را ارائه می‌دهند. بانک دیگر در شعبه یا اپلیکیشن‌ها به مشتری‌ها خدمات ارائه نمی‌دهد. در واقع اپلیکیشن‌هایی مانند پی‌بار، خدمات بانکی را ارائه می‌دهند. سال ۱۳۹۶ که ما برخی تکنولوژی‌های جدید را ارائه می‌دادیم، ارائه این خدمات به نظر همه، بسیار جدید و تازه بود اما حالا دیگر خدمات پایه بانکی، برون‌سپاری شده است. پیش از این همه به ما می‌گفتند که پی‌اس‌دی ۲ خیلی جدید است اما حالا دیگر استاندارد پی‌اس‌دی ۳ آمده است. پی‌اس‌دی ۳ دیگر به دنبال بانکداری باز نیست؛ بلکه به امور مالی باز است. اینجا است که امکان تسهیلات دهی و اعتباردهی به وجود آمده است. این در حالی است که پیش از این در پی‌بار، همیاربار تسهیلات دهی می‌کرد. در واقع این خدمت جدید همان Open Finance یا به عبارت دیگر، مرحله پیشرفته‌تر بانکداری باز است. اکنون ما در حال تلاش هستیم که SCF را هم به خدمات خود اضافه کنیم. پربیراه نیست اگر که بگوییم در حال حاضر، پی‌بار بزرگترین پلتفرم لجستیک جهان است. ما تا این لحظه حدود ۶۰۰ میلیون دلار پرداخت کرایه داشته‌ایم. اگر پی‌بار در یک کشور دیگر بود دست کم، چند میلیارد دلار ارزش به واسطه مشتری‌ها و تعامل خود با نهادهای مختلف داشت؛ چراکه ای‌پی‌آی ما، تنها به واسطه بانک فعال نیست. سازمان راهداری، وزارت صمت، ثبت احوال همچنین شرکت‌هایی مانند راهکاران و همکاران سیستم، جزو چندین نهادی هستند که با آن‌ها همکاری داریم.

■ چگونه یکی از معتبرترین بانک‌های تجاری کشور را متقاعد کردید که در پی‌بار سرمایه‌گذاری کند؟

این برای ما یک موفقیت بود؛ چراکه این همکاری از آن نظر حائز اهمیت است که بانک تجارت به جای سرمایه‌گذاری مستقیم، به ما خدمات داد

و ما هم در عوض به بانک پلتفرم ارائه دادیم. ثمره این همکاری برای بانک افزایش چسبندگی مشتری بود؛ یعنی مشتری به سادگی نمی‌تواند خدمات به صرفه‌تری برای تامین نیازهای خود انتخاب کند. ما از حسن شهرت و اعتبار بانک تجارت، هلدینگ تفتا و تکنوتجارت بهره می‌بریم و بانک تجارت نیز به واسطه پلتفرم ما، مشتری خود را از دست نمی‌دهد. این گونه بود که ما راه ۱۰ ساله را ظرف چند سال طی کردیم و از یک شبکه بسیار بزرگ و معتبر استفاده کردیم تا اعتبار خود را افزایش دهیم. البته جلب اعتماد بانک بسیار سخت بود؛ چراکه بانک باید اطمینان حاصل می‌کرد ما به عنوان پلتفرم، توانایی خدمات دهی به مهم‌ترین و بزرگ‌ترین مشتریان بانک را داریم. اگر این پروژه مشترک شکست می‌خورد، نه تنها چسبندگی به وجود نمی‌آمد بلکه دافعه هم ایجاد شده بود. بسیار تلاش کردیم که مدیران بانک تجارت را متقاعد کنیم توانایی ارائه خدمات داریم؛ خود مدیران هم بسیار راهنمایی کردند و در آخر موفق شدیم که اعتماد بدنه بانک را جلب کنیم.

■ نقش تکنوتجارت در این میان چه بود؟

واقعیت این است که با همراهی تکنوتجارت، مدل کسب‌وکار ما تقویت شد و ما رشد کردیم. این‌ها مرهون زحمات بدنه تکنوتجارت است چراکه ما داده‌ها را در اختیار این شرکت قرار می‌دهیم و تکنوتجارت هم با تعامل با ما، تحلیل‌های متقن و صحیح ارائه می‌دهد. همین مسئله منجر شد که ترند درآمدی، تعداد مشتری و میزان شناخته شدن پی‌بار افزایش یابد و همچنین مدل تعاملی ما با بانک و مشتری نیز بسیار پیشرفت کرد. روندها و برآیند همه این موارد نشان می‌دهد که وضعیت خوب پی‌بار در حال حاضر، حاصل رویکرد مدیریت جدید تکنوتجارت بوده است و مطمئن هستیم که اتفاق‌های خوب بیشتری نیز به وقوع می‌پیوندد.

امروز بسیاری از کسب‌وکارها، مسئله تامین مالی و جذب سرمایه دارند. می‌خواهیم شما که مسیر تعامل با یک سرمایه‌گذار بانکی را با موفقیت طی کرده‌اید، به کسب‌وکارهایی که سرمایه‌گذار بانکی دارند، توصیه‌هایی ارائه دهید.

من همواره به دوستان می‌گویم که کارآفرینی شغل نیست؛ کارآفرین، یک کارمند خیلی خوب است که چند کارمند خیلی خوب دیگر را پیدا کرده و این افراد تاب‌آوری بسیار زیادی دارند. به همین دلیل هم سختی‌های زیاد و مرارت‌های زیاد را پشت سر می‌گذارند و یک تیم کارآفرینی تشکیل می‌دهند. اگر بخواهم در سن ۴۰ سالگی به جوان‌های ۱۸ ساله توصیه‌ای کنم آن توصیه این است که نحوه تعامل و بروکراسی در بانک را بدانند تا بتوانند با ادبیات بانک صحبت کنند. برای بانک مهم است که چه چیزی به این سیستم ارائه می‌دهید. ما در جلسه‌ها اطلاعات اداره‌های مختلف بانک را می‌گرفتیم تا بتوانیم یک پروپوزال خوب ارائه دهیم؛ یعنی استارت‌آپ‌ها باید به مدل کاری بانک نزدیک شوند. در غیر این صورت، هر چقدر هم موفق باشند اما به هدف بانک نزدیک نشوند، همکاری خوبی شکل نخواهند داد.

■ تعریف شما از هدف بانک چیست؟

هدف بانک، تجهیز منابع ارزان قیمت و تخصیص منابع با مدیریت ریسک، آن هم به نحوی که سودآور باشد، است. اگر یک کسب‌وکار در این تعریف نگنجد، هیچ جایگاهی در بانک ندارد و این برای یک کارآفرین و تیم کارآفرینی، منجر به سرخوردگی می‌شود چراکه با خود فکر می‌کند چرا هر چه رشد می‌کند بانک توجهی به این میزان رشد نمی‌کند. بانکداری شرکتی و تجاری بسیار کار سختی است؛ بنابراین اگر جوانان از بروکراسی بانک اطلاعی ندارند، وی‌سی بانکی انتخاب نکنند. اگر همکاری با استارت‌آپ‌ها برای بانک سودآور نباشد، علاقه‌ای به آن نشان نمی‌دهد چراکه سپرده‌های مردم و همچنین نظارت بانک مرکزی، اجازه نمی‌دهد بانک بدون هیچ تاملی، ریسک کند.

پی بار ۳۵۰ مشتری در سراسر ایران دارد



اعتماد صنایع بزرگ به راهکاری نوآورانه



نسخه ویدئویی مصاحبه

پی بار سامانه یکپارچه، هوشمند، منعطف و به روزی است که برای شفاف سازی و نظام بخشی ارتباطات متقابل صاحبان کالا، توسعه ای حمل و نقل و رانندگان طراحی شده است. این سامانه با ارتقای ساختار سنتی حمل و نقل بار، راهکارهای خلاقانه و متناسب با نیاز صنعت ارائه می دهد. پی بار از سال ۱۴۰۰ در پرتفوی سرمایه گذاری تکنوتجارت حضور دارد و یکی از نمونه های موفق اتصال به خطوط کسب و کاری بانک تجارت است. میثم سلیمانجاء، مدیرعامل پی بار، معتقد است که انعطاف پذیری، عامل اصلی در تجربه موفق هم افزایی پی بار و بانک بوده است.



■ پی‌بار چه نقشی در حوزه‌های فینتک - لجستیک ایفا می‌کند و مسیر توسعه این کسب‌وکار چگونه طی شده است؟

پی‌بار یک پلتفرم جامع فینتک - لجستیک است که با هدف بهینه‌سازی فرایندهای دیپارتمان مالی، حسابداری، بازرگانی و لجستیک طراحی شده است. تمرکز این مجموعه بر صنایع استراتژیک کشور و کرایه حمل بارنامه‌های جاده‌ای است. ماقدم‌های اولیه توسعه پی‌بار را از سال ۱۳۹۵ برداشتیم و هدف ما هم صنایع استراتژیک کشور بود.

پی‌بار به عنوان یک محصول و سرویس نرم‌افزاری، فعالیت در بازار را شروع کرد اما امروز در دامنه عملیات لجستیکی و حسابداری، توسعه داشته است. بنابراین می‌توان ادعا کرد هم در حوزه لجستیک و هم در حوزه مالی و حسابداری، ماژولار هستیم.

■ راهکار نوآورانه پی‌بار برای چه صنایعی ارائه شده است؟

ما فعالیت خود را با زنجیره تامین فولاد آغاز کردیم. ما فینتک بودیم و از ابتدا، راهکارهای پرداخت و بهینه کردن فرایندهای مالی را به عنوان حوزه فعالیت خود انتخاب کرده بودیم، اما نهایتاً به حوزه لجستیک رسیدیم. زمانی که متوجه تنوع عملکرد صنایع شدیم، به شناخت دقیق‌تر زنجیره‌های تامین یعنی فولاد، آلومینیوم، مس و روی به عنوان گروه فلزات اساسی کشور پرداختیم و بعد به زنجیره تامین پتروشیمی، نفت، گاز، خودرو، قطعات خودرو، مواد غذایی و دارو وارد شدیم. پی‌بار با توجه به شناخت مجزایی که از نیازها و چالش‌هایی که بر اساس فرایندهای سنتی در این صنایع جاری و ساری است، توانست ماژول‌های نوآورانه را ابداع کرده و به بازار معرفی کند.

■ نقش تکنوتجارت و بانک تجارت در توسعه این کسب‌وکار چه بود؟

به کمک رابطه وثیقی که با تکنوتجارت به عنوان سرمایه‌گذار خطرپذیر و بدنه بانک تجارت - از ستاد تا شبکه بانکداری تجاری و بانکداری شرکتی و کل شبکه روسای شعب، معاونان و مدیران مناطق - داشتیم، توانستیم این هدف‌گذاری را هوشمندانه‌تر پیش ببریم؛ یعنی رابطه خود را متناسب با ارزش‌هایی که بانک دنبال می‌کند و جای‌گیری صنایع، توسعه‌ای و سازمان‌های مختلف در پورتفوی بانک دارد، سامان بخشیدیم.

ارزش اصلی و بنیادین کسب‌وکار ما در ابتدا، جابه‌جایی پول بود؛ اما امروز با توجه به ارتباط عمیقی که با بانک، به خصوص دو اداره بانکداری تجاری و بانکداری شرکتی، داریم و همچنین خوش‌فکری در این اداره‌ها، هدف‌گذاری‌های ما در مناطق مختلف کشور هم دقیق‌تر شده است. این اقدام، انرژی زیادی از ما می‌گرفت اما هم‌پا بودن و هم‌صدا بودن بانک تجارت در توسعه کسب‌وکارها، تأثیر مستقیمی داشت؛ یعنی تکنوتجارت، علاوه بر این که به عنوان یک منشأ اثر، رابطه ما را با بانک نزدیک‌تر می‌کند، رابطه کسب‌وکار با بانک را هم ملموس‌تر می‌کند. به جز این، بدنه ستاد هم توانسته ارتباط عمیقی با ما در لایه توسعه کسب‌وکار داشته باشد.

■ اگر پی‌بار با بانک تجارت شریک نشده بود، چه مزیتی را از دست می‌داد؟

به نظر من تکنوتجارت در شکل‌گیری ارتباط با بانک، نقش بسزایی داشت. اگر با بانک تجارت شریک نشده بودیم، توسعه بازار و توسعه کسب‌وکار پی‌بار، به این سرعت شکل نمی‌گرفت. برنامه‌ها و اهدافی که تکنوتجارت مشخص می‌کند و همچنین داده‌های کاربردی که بانک در اختیار ما قرار می‌دهد، منجر می‌شود که فرایند بازاریابی تهاجمی را در بازار تجربه کنیم. به جز این، احتمالاً شناخت کمتری هم از اکوسیستم لجستیک و زنجیره تامین دریافت می‌کردیم زیرا ما به تنهایی قادر نبودیم که تمام این زنجیره تامین را به درستی تجربه کنیم. ما به ازای رابطه ما با تکنوتجارت و بانک تجارت، همه این حوزه‌ها را شناختیم. فعالان زنجیره تامین، مشتریان بانک هستند و همین مسئله، کمک زیادی به ما کرده است. باید در نظر داشت که خود ما به تنهایی هم امکان آشنایی با این زنجیره‌ها را داشتیم اما بدون کمک بانک، روند توسعه و رشد ما به شدت به تعویق می‌افتاد و هزینه‌بر هم بود. پی‌بار با کمک بانک به عنوان بازیگر کلیدی اکوسیستم شناخته می‌شود.

■ وضعیت رقبای شما در این صنعت چگونه

است؟

خوب است بدانید سود ماهیانه پی‌بار به حدود دو هزار میلیارد تومان، رسیده است. ما به عنوان یک بازیگر اصلی، تا دو سال پیش رقیب نداشتیم. از اینجا به بعد، قصد داریم برای بهینه کردن فرایندها در حوزه توزیع و یکپارچه‌سازی، اقداماتی انجام دهیم. برای تحقق این امر با قانون‌گذار رابری می‌کنیم و علاوه بر آن، قصد داریم با سایر پلتفرم‌های اصلی فعال صنایع، یکپارچه‌سازی انجام دهیم تا پس از این هم بیشترین سهم را در بازار داشته باشیم. روزانه ۶۰ میلیارد تومان پرداخت کرایه حمل‌راننده در پی‌بار انجام می‌شود. راننده، پیمان‌کار و صنایع، مسئول پرداخت برنامه یا همان مشتری است. بیش از ۳۵۰ سازمان از صنایع گوناگونی مانند فولاد، پتروشیمی، آلومینیوم یا دیگر صنایع مشتری ما هستند. اتفاق جدیدی که رقم خورده هم این است که قصد داریم تسهیلات پلتفرمی ارائه دهیم. این امر هم به کمک بانک انجام شد و بر پایه فینتک عمل می‌کند. ما در حال بهینه کردن زیرساخت این محصول هستیم و بازبینی فرایندها در حال انجام است.

تکنوتجارت می‌تواند در برخورد با لایه حاکمیت به ما کمک کند چراکه ما با سیاست‌گذار تعاملاتی داریم اما نتیجه بسیار کند حاصل می‌شود. به همین دلیل تصور می‌کنیم که تکنوتجارت و بانک تجارت می‌توانند در این مسئله به ما کمک زیادی کنند.

■ ارتباطی که توضیح دادید دستاوردی برای بانک و بسیاری از کسب‌وکارهای نوآوری است که وارد سیستم‌های بانکی می‌شوند؛ چرا بسیاری از کسب‌وکارهای نوپا نمی‌توانند چنین ارتباطی برقرار کنند؟ چگونه می‌توان در دل یک ساختار بانکی رسمی، کسب‌وکاری نوآورانه توسعه داد؟

نمی‌توان فرمول یکسانی برای همه کسب‌وکارها تعیین کرد اما صبر و انعطاف، دو قابلیت هستند که منجر به ارتباط سازنده می‌شود. آنچه ما تجربه کردیم، عبارت از انطباق فرهنگ سازمانی است؛ چراکه بانک به عنوان یک نهاد اقتصادی و یک سازمان که در لایه‌های متفاوت ساختار عملکرد خود را دارد، بسیار سخت تغییر رویه می‌دهد. این در حالی است که ما به عنوان یک استارت‌آپ، ادعا می‌کنیم که از متدهای روز استفاده می‌کنیم و چابک - Agile - هستیم. این دو فرهنگ سازمانی با یکدیگر مغایرت دارند؛ بنابراین انطباق این فرهنگ سازمانی و همسو شدن با یک نهاد اقتصادی مانند بانک، زمان‌بر بود؛ اما ارتباط ما بر پایه یک شناخت، شکل گرفت. ما در لایه بازار، بازاریابی و مارکتینگ با بازیاب‌های مناطق استان‌ها، ارتباط گرفتیم. همزمان تلاش کردیم با معاونان کسب‌وکار و سپس با مدیران مناطق، تعامل داشته باشیم. در واقع می‌توان گفت که نقش این اشخاص در شهرستان‌ها، برای ما در این پروسه، شتاب‌دهنده بود. تصور کنید یک استارت‌آپی بتواند همزمان هم در چارچوب‌های یک سازمان رسمی رفتار کند و هم فرهنگ خود را در درون حفظ کند. معمولاً در حوزه توسعه بازار با این چالش مواجه بودیم و تیم تکنیکال حوزه زیرساخت یا تیم‌های دیگر، چندان با فرهنگ سازمانی متفاوت، ارتباطی نداشتند. از سوی دیگر، خود بانکداری تجاری و بانکداری شرکتی هم در لایه‌های مدیریتی، دستورالعمل‌های هوشمندانه‌ای برای ما ایجاد کرد.

■ یک وجه تمایز دیگر پی‌بار این است که توانسته فینتک را با لجستیک گره بزند. این امر چگونه محقق شد؟

بنیانگذار ما، آقای مبین زمانی از تمثیلی استفاده می‌کند و می‌گوید: «انگار که دیوار یک هواپیما از جا کنده شود و مسافران آن به دنیایی دیگر وارد شوند.» ما نیز ناگهان، وارد دنیای لجستیک شدیم و ساختار و فضای لجستیک با ساختار فرهنگی ما بسیار متفاوت بود. ترکیب این دو صنعت باهم، زمان‌بر بود اما بالاخره توانستیم به درک درستی از اهداف و گروه مخاطب خود اشراف پیدا کنیم.

زمانی که رفع نیاز صنعتی مانند فولاد یا پتروشیمی را در عسلویه و ماهشهر را هدف خود قرار دادیم، شروع به شناخت و درک آن صنایع کردیم؛ زیرا رابطه کسب‌وکار ما، رابطه B2B یا همان رابطه دو کسب‌وکار با یکدیگر است. بنابراین، مشتری ما، مدیرعامل کسب‌وکارهای بزرگ هستند اما کاربرمان، کارشناسان حوزه‌های مالی، حسابداری و لجستیک هستند.

■ فضای لجستیک ایران به چه شکل پیش می‌رود و پی‌بار در آینده لجستیک ایران، چگونه خود را تعریف می‌کند؟

آینده فضای لجستیک به شکل مستقیم با قانون‌گذار مرتبط می‌شود. تحریم‌ها، به شکل مستقیم به لجستیک گره می‌خورند و زیرساخت‌هایی که قانون‌گذار تعیین می‌کند، آینده را برای این صنعت تصویر می‌کشد. ما به عنوان یک بستر در دنیای «نرم‌افزار به عنوان یک سرویس» دست در دست قانون‌گذار می‌گذاریم تا بتوانیم شفاف‌سازی و دیجیتال‌سازی سند را انجام دهیم. ما سعی می‌کنیم که فرایندهای مالی حسابداری مرتبط به دارایی و مالیات را دیجیتالی کنیم. هر چه زیرساخت‌ها قوی‌تر شود، وضعیت لجستیک هم بهبود می‌یابد. وضع نامساعد سائیری کشور، اثر سوء بر لجستیک دارد و از سوی دیگر هم تحریم‌ها، گردش کالا در کل کشور را مختل می‌کند.

درباره کسب و کارهایی که حوزه‌های اصلی فعالیت آن‌ها شامل فناوری و اطلاعات نبوده، صادق است.

تژینو؛ نسل جدید کارخانه‌های نوآوری صنعت محور

نیری با بیان پیچیدگی‌های تحول دیجیتال سازمان‌های بزرگ ادامه داد: تصور کنید که درباره سازمانی صحبت می‌کنیم که یک نهاد تنظیم‌گر سختگیر شرایط حیات آن‌ها را تعیین می‌کند. زمانی که درباره بانک و تحول دیجیتال در بانک سخن می‌گوییم، با مجموعه‌ای مواجه هستیم که بیش از ۱۵ هزار نیروی انسانی دارد. بنابراین پرواضح است که چنین سازمانی به عنوان یک بانک برای اجرای تحول دیجیتال، مسیر دشواری پیش روی خود دارد. یکی از راه‌های موثر برای ایجاد تحول دیجیتال و اجرایی‌سازی آن در سازمانی مانند بانک، استفاده از نوآوری باز است.

به تعبیر مدیرعامل تکنوتجارت، نوآوری باز عبارت یعنی استفاده از ظرفیت زیادی که معمولاً در بیرون از سازمان مادر قرار دارد. سجادی نیری به سرمایه‌گذاری خطرپذیر شرکتی به عنوان یکی از ابزارهای نوآوری باز اشاره کرد و اساسی‌ترین اقدام برای تحول دیجیتال را «ساخت اکوسیستم بومی» دانست و گفت: اکوسیستم بومی، عبارت از میراث ما برای فرداست؛ یعنی مجموعه اقداماتی که ما امروز در سازمان برای تحول دیجیتال انجام می‌دهیم در فردایی نزدیک، سبب نوآورانه شدن کسب و کارها می‌شود. دغدغه ما برای ساخت اکوسیستم بومی نیز از همین مسئله منشأ می‌گیرد.

شکل‌گیری تژینو در دل تکنوتجارت (بازوی نوآوری باز بانک تجارت)

او با اشاره به چالش‌های ادامه حیات کارخانه نوآوری آزادی توضیح داد: «متأسفانه در سال ۱۴۰۱ مشکلی میان صاحب ملک، پارک پردیس و هم‌آوا به وجود آمد و زمزمه‌هایی مبنی بر احتمال تعطیلی کارخانه نوآوری آزادی شنیده می‌شد. در همان زمان، بانک تجارت، تصمیم گرفت پروژه مجتمع نوآوری خود را وسعت ببخشد تا پرچم نوآوری همچنان در فراز بماند و دامنه اثرگذاری این بانک در زیست‌بوم نوآوری بیشتر شود.»

آغازگر نسل جدید کارخانه‌های نوآوری کشور

نیری در توضیح ویژگی‌های تژینو گفت: این نسل جدید کارخانه نوآوری فرصتی در اختیار نسل بعدی قرار می‌دهد. این کارخانه‌ها نوعی دیگر از صنعت ما را به شکل فناورانه دنبال می‌کنند و از اجتماع شرکت‌های هم‌صنعت در کنار یکدیگر به وجود می‌آیند. مجتمع نوآوری و فناوری تجارت و به تعبیر ما «تژینو» مجموعه‌ای است صنعت‌محور و شامل جامعه‌ای از شرکت‌های فینتکی است. آنجلا استریچ، در مقاله‌ای توضیح داده که هر شرکت در سال‌های آینده، یک شرکت فینتک است.

نیری در ادامه بیان کرد: فینتک قرار است زیرساخت توسعه صنایع را برای کشور ایجاد کند و نسل بعدی کارخانه نوآوری با تاکید بر فناوری‌های مالی بر همین موضوع متمرکز خواهد بود. بنابراین، تژینو نیز مجمعی به بزرگی ۴۸ هزار متر مربع است که ۲۰ هزار متر مربع آن محل استقرار شرکت‌های نوآور خواهد بود؛ یعنی می‌توان تخمین زد که ما میزبان دو هزار نفر نیروی جوان خواهیم بود که تحول‌آفرین هستند.

مدیرعامل تکنوتجارت در پایان افق پیش روی تژینو را ترسیم کرد: تژینو قرار است تربیت‌کننده و تسهیل‌گری برای نسل بعدی اکوسیستم و در یک کلام میراث ما برای فردای اکوسیستم باشد. فردای اکوسیستم، همان جایی است که ما امیدواریم با گردهم آوردن دوستانی نوآور، از مزیت‌های آن برای توسعه بهره ببریم. تصویب و آغاز این طرح، با حمایت و کمک هیئت مدیره بانک تجارت، هلدینگ تفتا و دیگر فعالان مجموعه میسر شده است و احداث آن برای کشور منشأ اثر خواهد بود.



«بانک تجارت قصد دارد با احداث «تژینو» بیش از ۲۰ هزار مترمربع فضای قابل استقرار برای شرکت‌ها و تیم‌های نوآور به وجود آورد.» این، خبری است که سید محمد حسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت در هشتمین رویداد یلدا سامیت، اعلام کرد. بنا بر توضیحات مدیرعامل تکنوتجارت، تژینو پیشگام نسل تازه کارخانه نوآوری صنعت‌محور است که با اولویت توسعه فناوری‌های مالی به هم‌افزایی بیشتر کسب و کارهای نوآورانه کمک می‌کند. این خبر در حالی اعلام می‌شود که با بلا تکلیفی وضعیت کارخانه نوآوری آزادی که به عنوان نماد اکوسیستم استارت‌آپی شناخته می‌شود، این اکوسیستم بیش از پیش نیاز به زیرساخت و فضا برای هم‌افزایی بیشتر کسب و کارها دارد. بانک تجارت، برای پاسخ به این نیاز، قصد دارد زمینی به وسعت شش هزار متر در نزدیکی کارخانه نوآوری آزادی و ناحیه نوآوری شریف را به توسعه نوآوری اختصاص دهد. به همین سبب هم تژینو، پیشگام نسل جدید کارخانه‌های نوآوری خواهد بود.

تحول دیجیتال سازمان‌های بزرگ بانوآوری باز

محمد حسین سجادی نیری مدیرعامل تکنوتجارت در هشتمین رویداد یلدا سامیت، با اشاره به تحول دیجیتال و فرایند شکل‌گیری آن در ایران بیان کرد: چندین سال است که مسئله تحول دیجیتال در کشور تبدیل به یکی از مباحث مهم شده که سازمان‌های ایرانی با آن درگیر هستند. این مسئله به خصوص

کاربردهای بانکداری باز

BCG کاربرد بانکداری باز را در سه صنعت منتخب بررسی کرده است - خرده‌فروشی، خودکارسازی حمل‌ونقل، سفر و مهمان‌یاری - این مطالعه نشان می‌دهد فرصت‌هایی برای بهبود سفر مشتری (از جمله در فرایند تجزیه و تحلیل ریسک مالی) و همچنین بهبود تجربه مشتری (در زمینه‌هایی مانند پرداخت) وجود دارد. ایده‌آل این است که راهکارها بدون دشواری و برای مصرف‌کننده نامرئی باشند.



WHITE PAPER

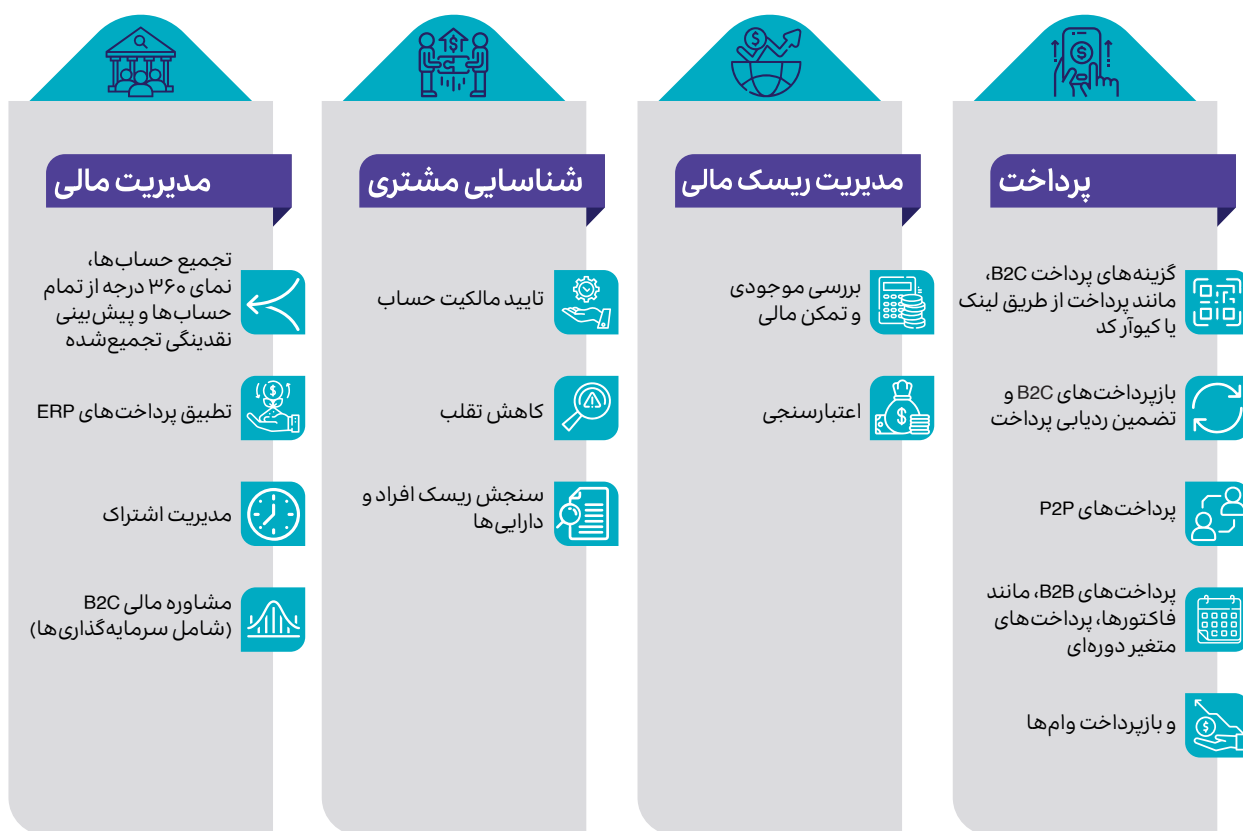
The Power of Open Banking: Exploring the Next Wave of Use Cases

September 2023
George Davie, Wilko Klaassen, Signe Löffler-Kochen, Conor Tieran, Markus Ampenberger, Carlos Bravo, Dirk
Häusler, Max Nitsche, Ella Rabener, Sergey Sushentsev, Jose Velasco, Anne-Sophie Vogt



بانکداری باز در چه حوزه‌هایی کارایی دارد؟

علاوه بر پرداخت، بانکداری باز برای مدیریت ریسک مالی، شناخت مشتری و مدیریت مالی استفاده می‌شود.



پاک‌سازی و دسته‌بندی داده‌ها

وفاداری و شخصی‌سازی
بازاریابی هدفمند (B2C و B2B)

مشترک در بخش‌های مختلف

بررسی کارایی بانکداری باز در سه صنعت



کشورها برای دسترسی به طیف وسیعی از خدمات دولتی استفاده می‌شود.

● وفاداری و شخصی‌سازی: بانکداری باز می‌تواند اطلاعات منحصر به فردی را بر اساس رفتارهای خرید مصرف‌کننده ارائه دهد. این موضوع می‌تواند به فروشندگان در صنایع مختلف کمک کند تا کمپین‌های بازاریابی سفارشی و پیشنهادهای شخصی‌سازی شده ایجاد کنند.

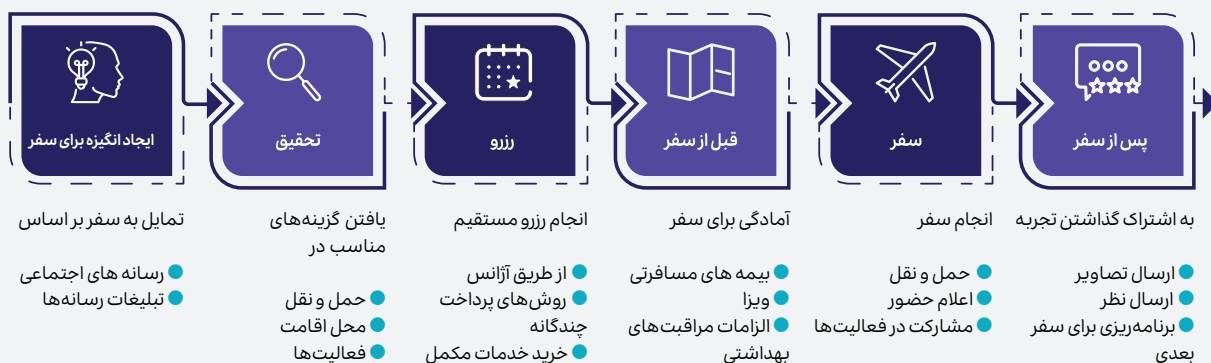
در هر یک از سه صنعت، کاربردها در سطوح مختلف در حال توسعه و آزمون هستند: متداول‌ترین و عمومی‌ترین کاربرد (قابل استفاده در تمامی صنایع) پرداخت است. فراتر از پرداخت، کاربردها به سه دسته تقسیم می‌شوند که هر یک نمایانگر یک فرصت تجاری متمایز هستند:

● مدیریت ریسک مالی: شرکت‌های فعال در صنایع سفر و مهمانیاری، خرده‌فروشی و خودکارسازی می‌توانند از داده‌های تراکنش و حساب برای ارزیابی دقیق‌تر ریسک اعتباری استفاده کنند. خرده‌فروشی پیشرفته‌ترین صنعت از نظر آمادگی است.

● تایید مالکیت حساب: بانکداری باز می‌تواند به توسعه‌ای در تایید مالکیت حساب مشتری کمک کند و فرایند احراز هویت / شناسایی مشتری را تکمیل کند. یکی از موارد استفاده بالقوه، شناسه‌های دیجیتال است که در برخی

بانکداری باز در سفر و مهمان‌یاری

نیازهای مشتری در طول این خرید در دسته‌های متمایز می‌گنجد: از تحقیق آنلاین در مورد گزینه‌ها تا آماده‌سازی برای سفر و به اشتراک‌گذاری تجربه.



بانکداری باز می‌تواند بسیاری از چالش‌ها در سراسر مراحل سفر را حل کند. به عنوان مثال، طرح‌های پرداخت از طریق خدمات مبتنی بر API هزینه‌های پرداخت را کاهش می‌دهد. بررسی‌های احراز هویت می‌تواند از طریق حساب بانکی انجام شود و داده‌های تراکنش مشتری می‌تواند به توصیه‌ها و تجربیات شخصی‌سازی شده کمک کند—که این برای هر دو طرف، یعنی کسب‌وکار و مشتری، منفعت ایجاد می‌کند. مشتریان همچنین می‌توانند رویه‌های خسته‌کننده سفر را کوتاه و از اوقات خود استفاده بیشتری کنند.

ارزش آفرینی بانکداری باز از طریق زنجیره ارزش سفر

و ذخیره خواهد کرد که امکان شخصی‌سازی بیشتر و بهره‌گیری فروشندگان را فراهم می‌کند. یک استراتژی داده یکپارچه به توسعه‌ای کمک می‌کند تا تعامل خود را بهینه‌سازی کنند، برای این منظور QR کدها می‌توانند برای تسهیل ثبت نام و پشتیبانی در دسترس قرار گیرند.

هتل‌ها تنها یک مثال از ده‌ها مثال ممکن برای کاربردهای بانکداری باز در صنعت گردشگری هستند. مزایای مشابهی می‌تواند به شرکت‌های اجاره خودرو و سایر ارائه‌دهندگان خدمات سفر نیز تعلق گیرد.

در بسیاری از موارد، منطقی است که هتل‌ها و سایر ارائه‌دهندگان خدمات سفر یک اپلیکیشن اختصاصی با قابلیت‌های بانکداری باز بسازند. مشتریان می‌توانند این اپلیکیشن را دانلود کرده و با دسترسی به حساب خود، شناسایی را تسهیل کنند و قبل از رسیدن به مقصد، ورود کنند. در زمان ورود، نیازی به ارائه کارت یا گذرنامه به عنوان مدرک شناسایی نخواهد بود. کلیدهای اتاق می‌توانند از طریق اپلیکیشن صادر شوند، به این معنی که نیازی به انتظار در پذیرش در زمان ورود نخواهد بود. بسیاری از هتل‌ها در حال حاضر اپلیکیشن‌هایی به مشتریان خود ارائه می‌دهند، اما افزودن قابلیت‌های بانکداری باز احتمالاً آن‌ها را جذاب‌تر خواهد کرد. این اپلیکیشن‌ها همچنین حجم زیادی از داده‌ها را تولید، پردازش

دومیلیونی شدن با جت مرهون توسعه طلبی تصمیم گیران



هزینه فرصت فرار از ریسک نوآوری

شرکت سیمرغ تجارت، بازوی خدمات نوین بانک تجارت است که خدمات برخط متعددی به مشتریهای بانک تجارت ارائه می دهد. به گفته محمد مهدی اسماعیلی (مدیرعامل سیمرغ تجارت)، اعطای وام و اعتبار، ارائه سرویس های بانکی تنها بخشی از خدمات ارائه شده سیمرغ است. از نظر اسماعیلی که تحصیلات خود را در رشته مهندسی نرم افزار گذرانده و در حوزه فناوری کشور تجارب ارزنده ای دارد، تکنوتجارت پتانسیل های زیادی برای ارزش افزایی در بانک تجارت و بهره مند کردن این بانک از پتانسیل های تیم های نوآور فینتکی دارد.



■ جایگاه سیمرغ تجارت در بانک تجارت

چيست و چه ماموریت‌هایی را دنبال می‌کند؟

سیمرغ سابقه‌ای نسبتاً طولانی و پرفراز و نشیب دارد اما از زمان استقرار تیم جدید، ایجاد خدمات نوآورانه بانکی و مالی و گسترش خدمات بانک تجارت در حوزه خرد به عنوان ماموریت شرکت تعریف شد. ما با تمرکز بر محصولات اعتباری و تسهیلاتی تلاش کردیم خدمات سنتی بانک را به لایه‌های نوین فناوریانه منتقل کنیم. سیمرغ تا این لحظه، موفق شده سبد محصولات متنوعی ارائه دهد. بابت، به عنوان کانال ارائه خدمات خرد بانک تجارت و ارائه دهنده خدمات در حوزه تحول دیجیتال توسعه یافته است. این محصول تاکنون توفیق شایان توجهی داشته است. بابت در حال حاضر بین یک و نیم تا دو میلیون کاربر دارد و می‌توانیم به زودی، دو میلیونی شدن آن را جشن بگیریم. جالب است که بدانید از زمان ثبت درخواست تا دریافت تسهیلات، رکورد حدود ۱۵ دقیقه در بابت ثبت شده است.

«بانکداری تعبیه شده»، «امور مالی تعبیه شده» و «بانکداری به عنوان خدمت» روش‌های نوین برای گسترش خدمات بانکی هستند. ما برای تحقق این امر، همکاری وسیعی با سایر بازیگران بزرگ اکوسیستم (مانند تارا، ازکی وام، کیپا و دیجی‌پی به عنوان پلتفرم‌های خدمات مالی، و تولیدکنندگان بزرگ کشور داشته ایم. با اتصال سیستم‌های ما با سیستم‌های این بازیگران، امکان استفاده از اعتبار بانک و خرید کالا و خدمات برای مشتریان از شبکه پذیرش پلتفرم‌ها و تولیدکنندگان بوجود آمد. با ارائه چنین خدماتی در بابت عملاً دامنه خدمات بانک توسعه یافت و خدمات جدیدی به سبد خدمات قابل ارائه برای مشتریان اضافه شد.

همچنین سیمرغ متولی بانکداری باز بانک تجارت است و تمام سرویس‌هایی که قرار است به شرکت‌های بیرون از بانک ارائه شوند، از طریق پلتفرم آرک-پلتفرم بانکداری باز تجارت-استفاده می‌کنند.

■ بسیاری از اقدامات شما در سیمرغ تجارت

از جنس نوآوری بانکی بوده‌اند. چالش‌های

نوآوری در بانک از نظر شما چیست؟

واقعیت این است که بدنه اقتصادی بانک، یکپارچه نیست؛ افراد مختلف در بانک نظرهای متفاوتی نیز دارند. در حالی که برخی افراد در بانک نگاهی توسعه محور به خدمات بانکی دارند، برخی دیگر اقدامات محافظه کارانه تر و کنترلی را اولویت می‌دانند. برآیند این دو نگاه جهت‌گیری بانک را مشخص می‌کند؛ این برآیند مشخص می‌کند که

چه میزان توسعه، ارزش تحمل چه میزان ریسک را دارد. در حالی که شعارهایی مانند «سیستمی امن است که کار نکند» باین شعار «هر مجموعه و شرکت یا هک شده است یا خبر ندارد که هک شده» در حوزه امنیت، نشان از یک دیدگاه متمرکز بر ریسک‌گریزی دارند، ایجاد خدمات نوآورانه و نگاه بازیگر اول بودن در بین رقبا، تنیده با ریسک است. اما به هر حال هر توسعه نوآورانه و هر خدمت جدید، ریسکی را به سازمان تحمیل خواهد کرد. اما مهم آن است که با بررسی دقیق، هزینه فایده آن خدمت مشخص شود. البته مطابق تجربه شخصی من، بخش زیادی از این که نوآوری پریسک به نظر می‌رسد ناشی از آن است که شناخت درباره آن‌ها کمتر است و نبود شفافیت کافی باعث نگرانی‌های بیشتر می‌شود. اگر فرایندهای شفاف‌سازی انجام شود، متوجه خواهید شد که در بسیاری از موارد ریسک نوآوری و توسعه خدمات غیرحضوری آن چنان زیاد نیست. این خطای شناختی ناشی از شفاف نبودن فرایندهای خدمات غیرحضوری است که باعث نگرانی بیش از حد شده است. بنابراین، شفاف شدن فرایندها، ریسک آن‌ها را کاهش می‌دهد. سیمرغ تمام اقدامات خود را مطابق آیین‌نامه‌های مربوطه پایهریزی کرد و به همین سبب موجبات اطمینان بانک به عملکرد و خدمات ارائه شده فراهم شد. بسیار خرسند و خوش شانس بوده‌ام که ارکان اصلی بانک تجارت نگاه ویژه‌ای به توسعه دارند. همگرا بودن ارکان اصلی بانک، منجر به ایجاد خدمات نوین سیمرغ شد و بدون حمایت ایشان، این توسعه امکان‌پذیر نبود.

■ قانون‌گذاری و تنظیم‌گری ما چه نقشی در تسهیل رشد پلتفرم‌های

فینتک بازی می‌کند؟

نگاه قانون‌گذار و سیاست‌گذار در کشور اجتناب از ریسک است. این نگاه منجر می‌شود سیاست‌گذار، عمدتاً قوانینی خلاف مسیر توسعه پی‌ریزی وضع کند. تفاوت نگاه سیاست‌گذار در اجتناب و دوری از ریسک، در مقایسه روند توسعه کشورهای مختلف کاملاً مشهود است. زمانی که تصمیم‌ها عاری از هر گونه ریسک و خطر باشند، روند توسعه هم کند می‌شود. این نقصان در فضای غیرشفاف، دو چندان می‌شود؛ مثلاً رمازرها را به خاطر بیاورید. هیچکس درباره پول دیجیتال صحبت نمی‌کند و به همین دلیل هم طبعاً کسی نمی‌داند که استفاده از رمازرها مجاز است یا خیر. به نظر می‌رسد حتی بانک‌ها هم از این تاریکی و ابهام مستثنی نیستند؛ قانون‌گذار به آن‌ها اجازه فعالیت در این عرصه را نداده اما مانعی هم برای فعالیت ایجاد نکرده است. بازنده اصلی هم مردم هستند زیرا هر لحظه ممکن است یک تصمیم جدید، منجر به ضرر و زیان آن‌ها شود.

■ علی‌رغم آنچه گفته شد شما تجربه موفق در حوزه بانکداری باز داشته‌اید.

از نظر شما بانکداری باز چگونه فرصت‌های اقتصادی خلق می‌کند؟

در فضای بانکداری باز، سرویس‌ها در اختیار مجموعه‌ها قرار می‌گیرند و خدمات مالی ارائه شده، جامع‌تر می‌شود. اینجا بانک کمتر در لبه ارتباط با مشتری نهایی قرار می‌گیرد. اما رشد شبکه سرویس‌گیرنده، منجر به رشد بانک هم می‌شود. در بانکداری باز، خدمات مالی و سرویس‌های بانکی در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار می‌گیرد و این کسب‌وکارهای جوان می‌توانند به کمک پکیجی که خدمات مالی هم به آن اضافه شده است، خدمات بیشتری را در اختیار مشتری خود قرار دهند.

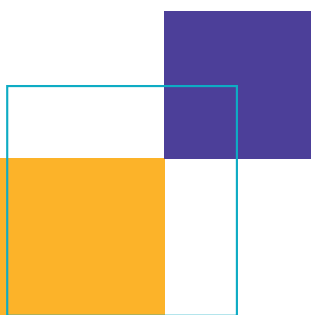
به عنوان مثال در محصول کالانو، اعتبار ایجاد شده، در شبکه تولیدکنندگان بزرگ کشور ارائه می‌شود. لیکن خود این مجموعه‌های بزرگ کشور هم نیازمند همکاری مجموعه‌هایی هستند که به ایشان در ارائه خدمت اعتباری کمک کند، با ایجاد این نیاز، دوباره فضا برای فعالیت استارت‌آپ‌ها و فینتک‌ها، فراهم می‌شود تا فضای ارائه دادن خدمات اعتباری و تسهیلات بهتر مدیریت شود و طرفین بهتر از خدمات بانکی استفاده کنند.

■ در چنین فضایی نقش پلتفرم‌های فینتکی چیست؟

در رقابت بین بانک‌ها، بانک‌های پیشرو به کمک پلتفرم‌ها از بقیه رقبا خود سبقت می‌گیرند. مدیران ارشد بانک تجارت فرصت همکاری را درک کرده‌اند و در حقیقت پلتفرم‌ها را همکاری استراتژیک می‌دانند. یکی از بارزترین نمونه‌های سوددهی این هم‌افزایی، همکاری مشترک سیمرگ تجارت و دیجی‌پی است؛ سال گذشته، بیش از ۱۳ هزار تسهیلات از طریق درگاه دیجی‌پی و بر بستر سیستم تسهیلات سیمرگ تجارت به مردم ارائه شد که این امر منجر به افزایش قدرت خرید عمومی گردید. این تسهیلات از طریق دیجی‌پی و با کمک بانک تجارت به مردم تعلق گرفت. امیدوار هستیم که در ادامه مسیر، بتوانیم با پلتفرم‌های بیشتری همکاری استراتژیک داشته باشیم.

■ یکی از شاخص‌های سرمایه‌گذاری موفق، یک سرمایه‌گذار خطرپذیر شرکتي مثل تکنوتجارت همین اتصال کسب‌وکارهای پرتفو به هسته کسب‌وکار شرکت مادر است. شما چه کسب‌وکارهایی را دارای چنین پتانسیلی می‌دانید؟

فعالیت تکنوتجارت ذیل بانک را می‌توان یکی از اتفاقات خوب در بانک تجارت دانست زیرا مأموریت تکنوتجارت، جذب استارت‌آپ‌ها به بدنه بانک است و بسیاری از بانک‌ها چنین قابلیت‌هایی را در خود ایجاد نکرده‌اند و به طبع از فرصت همکاری با استارت‌آپ‌ها هم محروم هستند. اگر بانک حمایتی که تا این لحظه از شرکت تکنوتجارت داشته است را ادامه داده و در مقاطع بعدی آن را افزایش دهد، ارزش‌های جدیدی در بانک خلق می‌شوند. همچنین، چنانچه بانک سهل‌گیری بیشتری در بخش تکنولوژی انجام دهد، استارت‌آپ‌های بیشتر و در نتیجه نوآوری بیشتری جذب بانک می‌شود. می‌توان با نگاه به تجارب جهانی از بار فرایندهای سنتی و سنگین بانک کاست و راه را برای مجموعه‌های کوچک اما نوآور فینتکی گشود. امروز استارت‌آپ‌ها یا فینتک‌هایی که تمایل به فعالیت و همکاری با بانک دارند، به‌سختی موفق به ایجاد ارتباط با بانک می‌شوند. چنین به نظر می‌رسد که تکنوتجارت یک مسیر سندباکس را در پی گرفته است و امیدوارم که این مسیر سندباکس، بسیار سریع، نتیجه دهد و مجموعه‌های نوآور به بانک متصل شوند و بانک ثمره شیرین این اعتماد را بچشد. اگر به واسطه جایگاه دادن به تکنوتجارت، اتصال اولیه کسب‌وکارها و بانک راحت‌تر رخ دهد، حتماً نفع این اقدام به بانک هم می‌رسد؛ زیرا با موفقیت یک استارت‌آپ، زنجیره ارزش بانک هم گسترده‌تر می‌شود. اگر این مسیر هموار شود، چندین برابر بیشتر ارزش برای بانک و مردم ایجاد خواهد شد.



اعلام آمادگی تکنوتجارت برای پیشبرد قانون جهش تولید دانش بنیان در بانک تجارت

جهش تولید دانش بنیان گفت: بانک تجارت در حوزه اقتصاد دیجیتال، تامین مالی زنجیره‌ای، داده‌کاوی و هوش مصنوعی جزو بانک‌های پیشرو در کشور است و طرح‌های متعددی در راستای توسعه دیجیتالی در حال انجام است. به همین دلیل این ظرفیت‌های قانونی برای ما بسیار اهمیت دارند.

او در پایان با ذکر همین نکته، از مدیران هلدینگ تفتا خواست که این مهم را در دستور کار خود قرار دهند و پروژه‌های جدید را ذیل قانون جهش تولید دانش بنیان، پیش ببرند.

از جهان جدا نیستیم

مهدی الیاسی، معاون سیاست‌گذاری و ارزیابی راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، با اشاره به اهمیت سازمان‌های بزرگی مانند بانک تجارت در ساختن فرهنگ و اقتصاد گفت: مطالعات مفصلی هنگام تدوین قانون جهش تولید دانش بنیان انجام شد و این قانون، تعمداً دست شرکت‌های بزرگ را برای تامین مالی دانش بنیان‌ها باز گذاشت. ما هنگام تدوین این قانون متوجه شدیم که بیشتر کشورها به جای بخشودگی مالیاتی، سیاست اعتبار مالیاتی را برای تامین مالی دانش بنیان‌ها به کار می‌گیرند. من خوشحال هستم که این مطالب را در جمع مدیران بانک تجارت بیان کرده‌ام که بسیار پیشتر از تدوین قانون فوق و مشوق‌های آن، با تاسیس تکنوتجارت، نیت خیر خود مبنی بر کمک به اکوسیستم نوآوری کشور را نشان داده‌اند و حالا هم با اعلام آمادگی تکنوتجارت برای بهره‌گیری از اعتبار مالیاتی در بانک، این فعالیت‌ها هدفمندتر می‌شود.

متنوع‌سازی بازیگران دانش بنیان و مسئله تامین مالی

ابوالفضل باقری، عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، با توضیح این نکته که در قانون جهش تولید دانش بنیان تلاش شده که زمین بازی دانش بنیان گسترش یابد، بیان کرد: اکنون هلدینگ‌های صنعتی کشور به نوعی با فعالیت‌های نوآورانه درگیر شده‌اند. بانک‌ها و نهادهای تامین مالی، پارک‌ها و دانشگاه‌ها همگی یا در حال انجام فعالیت‌های تحقیق و توسعه یا سرمایه‌گذاری در این بخش هستند و با اعلام آمادگی تکنوتجارت برای بهره‌گیری از اعتبار مالیاتی، بانک تجارت نیز فعالیت‌های خود در این حیطه را هدفمندتر می‌کند.

او تاثیر قانون جهش تولید دانش بنیان را نیز با ارائه اعداد و ارقام ترسیم کرد. باقری توضیح داد: در سال مالی ۱۴۰۲ بنا بر آمار، ۵۲۷ شرکت که ۳۹۳ عدد از آن‌ها دانش بنیان بودند و ۱۳۴ عدد غیردانش بنیان، تاییدیه طرح خود را دریافت کردند. از این تعداد، ۱۵۲۳ پروژه توسط معاونت علمی تایید شد و هزینه آن‌ها را مصوب کرد. بنا بر اعلام معاونت علمی چنانچه ۴۰۲ همت سقف هزینه‌کرد در این پروژه‌ها است که تبدیل به اعتبار مالیاتی می‌شود. از این میزان هم ۱۰۴ همت از مالیات قطعی عملکرد شرکت کسر شده است. تفاوت این دو عدد هم ناشی از این است که پروژه‌ها مدت‌دار بوده است و هزینه‌کرد امسال نیز ادامه دارد. جالب است بدانید ایران تنها کشوری است که ۱۰۰ درصد هزینه‌های تحقیق و توسعه را با عنوان اعتبار مالیاتی باز می‌گرداند.

رویداد آشنایی با روش‌های بهره‌مندی از اعتبار مالیاتی با نگاهی ویژه به ماده ۱۱ و ماده ۱۳ قانون جهش تولید دانش بنیان، در محل ساختمان مرکزی بانک تجارت برگزار شد. در این رویداد که به منظور شناسایی فرصت‌های قانونی برای تامین مالی نوآوری توسط تکنوتجارت برگزار شده بود، حاضران درباره پتانسیل‌های قانون برای ارتقای سرمایه‌گذاری در نوآوری و فناوری و همچنین تحقیق و توسعه در بخش بانکی به بحث و تبادل نظر پرداختند.

ضرورت افزایش سرمایه‌گذاری بانک در دانش بنیان‌ها

مرتضی ترک تبری، ریاست هیئت مدیره بانک تجارت با اشاره به سابقه بانک تجارت در همپاری شرکت‌های دانش بنیان گفت: بانک تجارت سابقه حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط، استارت‌آپ‌ها و فینتک‌ها را در کارنامه خود دارد و توانسته از طریق همکاری با شبکه‌های استارت‌آپی نوآور بانکداری باز را توسعه دهد. به اعتقاد من هر چقدر که بانک بتواند از میزان سرمایه‌گذاری‌های غیردانش بنیان خود کاسته و سرمایه‌گذاری در حوزه دانش بنیان را افزایش دهد، به سود بیشتری خواهد رسید؛ چراکه با سرمایه‌گذاری بیشتر در شرکت‌های فناورانه و دانش بنیان، در آینده از میزان هزینه‌های ما کاسته می‌شود. هر چقدر بتوانیم فرایندهای خود را دیجیتال کنیم و از شرکت‌های دانش بنیان و فناورانه‌تر خارج از مجموعه کمک بگیریم، اصطکاک داخلی خودمان نیز کمتر خواهد شد و بهره‌وری بیشتری را تجربه می‌کنیم. امیدوارم که این جلسه هم بتواند به همه ما کمک کند با ظرفیت‌های قانونی ارتقای نوآوری بیشتر آشنا شویم.

اعلام آمادگی تکنوتجارت برای راهبری بهره‌گیری بانک از اعتبار مالیاتی

سید محمد حسین سجادی نیری، مدیرعامل تکنوتجارت، ضمن خیرمقدم‌گویی به حاضران، تلاش تصمیم‌گیران بانک تجارت برای حمایت از نوآوری باز را ارج نهاد.

وی با اشاره به قانون جهش تولید دانش بنیان و فرصت اعتبار مالیاتی اظهار کرد: همه بانک‌ها برای استفاده از ظرفیت قانونی اعتبار مالیاتی، ظرفیت یکسانی ندارند و بانک تجارت، با تجربه و پشتوانه نوآورانه خود، می‌تواند در این زمینه به خوبی وارد شود. یکی از ظرفیت‌های قانون فوق، ماده ۱۸ آن است که مشخصاً برای بانک‌ها تدوین شده و این ظرفیت عبارت از همکاری بانک‌ها با صندوق نوآوری و شکوفایی است.

مدیرعامل تکنوتجارت در پایان این بخش از سخنان خود آمادگی تکنوتجارت برای بهره‌گیری از اعتبار مالیاتی در بانک را اعلام کرد و گفت: وجود نهادی که نیازهای بانک را همگرا کند، مستندات یکپارچه ارائه دهد و همچنین به واسطه تعامل و ارتباط با معاونت علمی و صندوق نوآوری و شکوفایی، فرایند دریافت اعتبار مالیاتی را تسهیل کند، برای بانک حیاتی است. شرکت تکنوتجارت برای انجام این وظیفه و ایفای نقش تخصصی خود، اعلام آمادگی می‌کند تا بانک بتواند از این ظرفیت‌های ارزشمند بهره بگیرد.

تسهیل توسعه دیجیتال بانک تجارت با قانون دانش بنیان

سید مهدی حسینی دولت‌آبادی، عضو هیئت مدیره بانک تجارت با اشاره به ظرفیت‌های اعتبار مالیاتی در بندهای مختلف قانون

بانکداری به عنوان خدمت

بانک‌هایی که قادر به ارائه راهکارهای بانکی برندشده توسط شرکای اکوسیستم هستند، می‌توانند نرخ تبدیل را تا هفت برابر افزایش دهند و بازده بالقوه هر مشتری را دو برابر کنند.



تعریف بانکداری به عنوان خدمت

بانکداری به عنوان خدمت شامل مؤسسات مالی با مجوز بانکی است که فرایندها و فناوری‌های کسب‌وکار خود را بازچینی می‌کنند تا به سایر کسب‌وکارهای غیرمالی این امکان را بدهند که محصولات و خدمات مالی برنندشده ارائه دهند.

یکی از دلایل اصلی پذیرش بانکداری به عنوان خدمت توسط مؤسسات مالی، باز کردن مسیرهای کسب‌وکاری جدید با مشارکت بسیاری از اکوسیستم‌ها و پلتفرم‌های غیر بانکی، مانند تجارت الکترونیک، شرکت‌های مخابراتی و شرکت‌های حمل‌ونقل (که اینجا به آن‌ها شرکای اکوسیستم می‌گوییم) است.

مزایای بانکداری به عنوان خدمت

بانکداری به عنوان خدمت، همکاری‌های نوآورانه و سودآور متقابلی پدید می‌آورد:

شرکای اکوسیستم می‌توانند:

- از بانکداری به عنوان خدمت برای ارائه محصولات مالی که با کسب‌وکار اصلی آن‌ها هم‌افزایی دارد، استفاده کنند؛
- از دریافت مجوز بانکی برای محصولات مالی خود بی‌نیاز می‌شوند.

در مقابل مؤسسات مالی می‌توانند:

- به سبب بهره‌گیری از چابکی شرکای اکوسیستم، محصولات و خدمات خود را با آخرین روندهای نوآوری و فناوری تطبیق دهند؛
- با تجمیع و تحلیل داده‌های مشتریان توسط شرکای اکوسیستم، به پیشنهادها و شخصی‌سازی شده، حفظ مشتری، تحریک فروش و افزایش درآمد دست یابند؛
- با هزینه‌های اندک دامنه مشتریان خود را گسترش دهند.

مرز مفاهیم

بانکداری به عنوان خدمت، بانکداری باز و امور مالی تعبیه شده

در چشم‌انداز دائماً در حال تغییر خدمات مالی، اصطلاحاتی همچون بانکداری باز و امور مالی تعبیه شده در کنار بانکداری به عنوان خدمت ظهور کرده‌اند و غالباً در بحث‌ها به هم پیوسته‌اند. درک این مفاهیم برای حفظ ابتکار عمل در پیچیدگی‌های اکوسیستم‌های بانکی مدرن ضروری است. بانکداری باز به چارچوبی قانونی اشاره دارد که به فراهم‌کنندگان خدمات مالی، امکان دسترسی و استفاده از داده‌ها و خدمات بانکی مشتریان را از طریق رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی (API) می‌دهد. بانکداری باز به توسعه برنامه‌ها و خدمات جدید مدیریت مالی، تسهیل پرداخت‌ها و بهبود تجربه مشتری کمک می‌کند.

برخلاف بانکداری باز که چارچوب و مدلی است که عمدتاً بر اشتراک‌گذاری داده‌ها تمرکز دارد، بانکداری به عنوان خدمت، شامل ارائه طیف وسیعی از عملکردهای بانکی (از جمله مدیریت حساب، پرداخت‌ها و وام‌دهی) به عنوان خدمات مازولار است. بانکداری باز دسترسی به داده‌های مالی را تسهیل می‌کند اما بانکداری به عنوان خدمت یک گام جلوتر می‌رود و ارائه خدمات مالی واقعی را میسر می‌سازد.

امور مالی تعبیه شده، یکپارچگی خدمات مالی از جمله وام‌دهی، پرداخت و پس‌انداز با پلتفرم‌ها، محصولات یا تجربیات غیرمالی است. با ادغام محصولات و خدمات مالی در محصولات اصلی شرکای اکوسیستم، این کسب‌وکارها می‌توانند وفاداری مشتریان را تقویت کرده، نرخ تبدیل فروش را افزایش دهند و موجب رشد درآمد شوند.

«بانکداری به عنوان خدمت» به عنوان فناوری و زیرساخت اصلی محرک امور مالی تعبیه شده عمل می‌کند.



۳۳٪ از شرکای اکوسیستمی که به دنبال ارائه راهکارهای امور مالی تعبیه شده هستند، در حال حاضر در مراحل پیشرفته‌ای از پیاده‌سازی بانکداری به عنوان خدمت هستند.



بانکداری به عنوان خدمت به بانک X این امکان را می‌دهد که محصولات مالی را از طریق پلتفرم‌های شرکای اکوسیستم ارائه کند



مؤسسات مالی در مواجهه با الزامات افزایش کارایی داخلی و کاهش هزینه‌های عملیاتی، به‌طور فزاینده‌ای به بانکداری به عنوان خدمت روی آورده‌اند. این تغییر در یک نقطه بحرانی اتفاق می‌افتد؛ نظرسنجی KPMG نشان می‌دهد مدیریت هزینه یکی از نگرانی‌های اصلی بانک‌ها است. پذیرش ابزارهای بانکی برنشته شده توسط شرکا یا، به عبارت دیگر بازی در چارچوب بانکداری به عنوان خدمت می‌تواند نسبت هزینه به درآمد را تا ۲۰ درصد کاهش دهد. به دنبال آن، الزام به سطح بالای کارایی، مؤسسات مالی را مجبور خواهد کرد در مدل‌های عملیاتی موجود خود بازنگری کنند و مزایای قانع‌کننده پذیرش راهکارهای بانکداری به عنوان خدمت را شناسایی کنند.

بانکداری به عنوان خدمت چه شرکای مهمی در کنار خود دارد؟

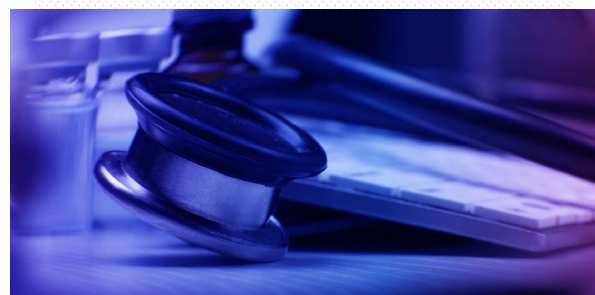
● پرداخت و فینتک



طبق آمار جهانی، پرداخت دیجیتال همچنان بیشترین سرمایه در حوزه فینتک را جذب می‌کند و انتظار می‌رود که این روند به رشد خود ادامه دهد

دیجیتال‌سازی و رویکردهای نوآورانه در حوزه پرداخت، انقلابی در انتظارات و تعاملات پدید آورده است.

● بهداشت و درمان

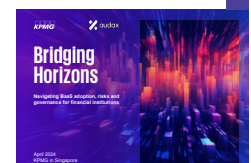


پیش‌بینی می‌شود که بخش بهداشت و درمان بیش از پیش به استقبال راهکارهای جدید تسهیل معاملات برود.

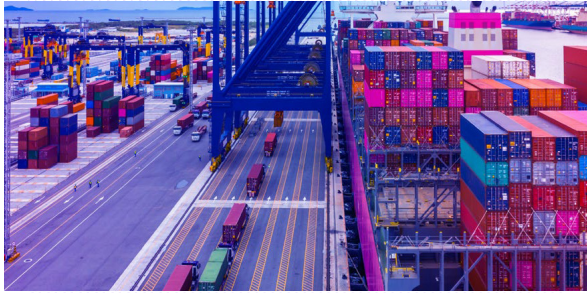
با توجه به گسترش پدیده پیری جمعیت، نوآوری‌ها و ابتکارات دولتی با هدف تقویت کارایی و بهبود مراقبت، افزایش قابل توجهی دارد.

تعییه پرداخت و تامین مالی انعطاف‌پذیر می‌تواند دسترسی به دارو و خدمات بهداشتی را میسر کند.

ساده‌سازی تعاملات و معاملات بین فعالان بهداشت و درمان و بیماران نه تنها شفافیت را ترویج می‌کند بلکه اعتماد را در رابطه میان بیمار-پزشک تقویت می‌کند.



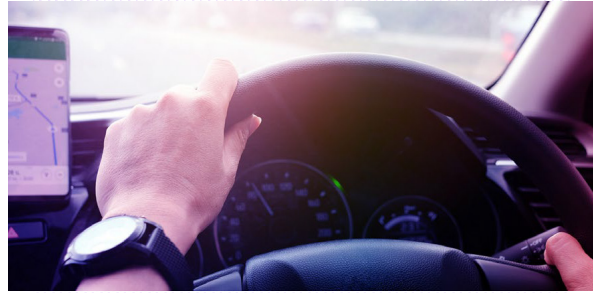
● لجستیک



پذیرش یکپارچگی مالی می‌تواند مزایای فراوانی برای بسیاری از کسب‌وکارها و اکوسیستم‌های آن‌ها به ارمغان آورد.

تلاش‌ها برای بهبود دسترسی به تامین مالی از طریق ساده‌سازی فرایندها، کاهش ورودی‌های دستی و بهینه‌سازی جریان‌های نقدی برای کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بسیار مهم است و شامل ارائه راهکارهایی مانند گزینه‌های اعتبار و تامین مالی، تسهیل پرداخت‌های مرزی و موارد دیگر می‌شود.

● لجستیک و مهمان‌یاری



سویر اپلیکیشن‌ها با ارائه خدماتی همچون درخواست تاکسی، تحویل کالا، حمل و نقل و گردشگری به کشورگشایی خود ادامه می‌دهند.

امکانات یکپارچه پرداخت و تامین مالی، احتمالاً فراوانی تراکنش‌های مالی انجام‌شده در این پلتفرم‌ها را افزایش می‌دهد و در نهایت تجربه مشتری را غنی‌تر می‌کند.

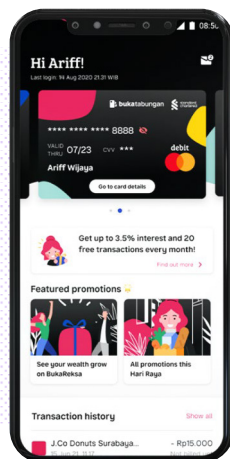
محصولات مالی پیچیده مانند ارز خارجی (FX)، خدمات سپرده‌گذاری و پرداخت‌های بین‌المللی موجب فراگیری استفاده از پلتفرم‌ها در میان کاربران می‌شود.

مؤسسات مالی باید مقدمات فناورانه پشتیبانی از شرکای اکوسیستم را فراهم کنند تا از فرصت‌های بازار در حال رشد جا نمانند. حوزه‌های مختلف کسب‌وکار، راهکارها و اکوسیستم‌های فناوری منحصر به خود را دارند. پذیرش تغییر به سمت بانکداری به عنوان خدمت دیگر یک گزینه نیست؛ بلکه یک ضرورت استراتژیک است که مؤسسات مالی و بانکی بزرگ باید اولویت آن را درک کنند.

نمونه موفق

تقویت تجارت الکترونیک با خدمات بانکی دیجیتال و شرکای اکوسیستم

اداکس (Audax)، ارائه‌دهنده راهکارهای بانکی دیجیتال، به بوکالاپاک (Bukalapak)، پلتفرم تجارت الکترونیک اندونزی، برای ورود به خدمات بانکی دیجیتال (BukaTabungan) از طریق شراکت اکوسیستمی با Standard Chartered Bank کمک کرد. این همکاری باعث سه برابر شدن تعداد مشتریان این بانک در اندونزی شد و فرصتی قابل توجه برای درآمدزایی ایجاد کرد. سرویس بانکی دیجیتال (BukaTabungan)، خدمات بانکی دیجیتالی را به‌طور فراگیر، آسان و ایمن به اکوسیستم (Bukalapak) با بیش از ۱۱۰ میلیون کاربر و ۲۰ میلیون مالک کسب‌وکار ارائه می‌دهد.



ملاحظات ریسک و حاکمیت برای مؤسسات مالی

بانکداری به عنوان خدمت، فرصتی تحول آفرین برای بانک‌ها و مؤسسات مالی فراهم می‌کند تا مدل‌های عملیاتی خود را بازتعریف کرده و از نوآوری دیجیتال استقبال کنند اما چالش‌های مختلفی از نظر ریسک و حاکمیت وجود دارد که مؤسسات مالی باید به آن‌ها رسیدگی کنند. KPMG ریسک‌های خارجی و داخلی مؤسسات مالی را به منظور موفقیت در راهبرد بانکداری به عنوان خدمت ترسیم می‌کند.

ریسک‌های خارجی

- رعایت مقررات
- الزامات قانونی
- ریسک تجاری
- مدیریت ریسک طرف سوم

ریسک‌های داخلی

- ارزیابی آمادگی سازمانی
- ادغام فناوری
- آمادگی عملیاتی
- چارچوب مدیریت ریسک و کنترل‌ها
- حاکمیت چابک

غلبه بر ریسک‌های خارجی ۱. انطباق با مقررات

به عنوان مثال، کسب حمایت نظارتی در یک فرایند کاملاً دیجیتال و بدون وقفه (STP) برای موفقیت بانکداری به عنوان خدمت حیاتی است. مؤسسات مالی باید با نهادهای نظارتی همکاری کنند تا اطمینان حاصل شود که در فرایندهای کاملاً خودکار که کارایی تراکنش را افزایش می‌دهند، با استانداردهای نظارتی مطابقت دارند و هم‌راستا هستند. این موضوع به ویژه برای کشورهایی که مکانیزم‌های متمرکز اعتبارسنجی درآمد در آن‌ها وجود ندارد،

زمان لازم برای تایید مدل کسب و کار بانکداری به عنوان خدمت: نهادهای نظارتی نقش مهمی در شکل دهی به چشم انداز بخش خدمات مالی، به ویژه برای مدل‌های کسب و کار جدید مانند بانکداری به عنوان خدمت دارند. انطباق با دستورالعمل‌های نظارتی برای بانکداری به عنوان خدمت ضروری است، زیرا این مدل شامل مؤسسات غیرمالی است که محصولات مالی را تحت مجوز یک موسسه مالی ارائه می‌دهند و نیاز به رعایت چارچوب‌های پیچیده نظارتی دارند. نکات کلیدی شامل انتقال امن داده‌های مالی بین طرف‌های درگیر است. تاخیر در انطباق می‌تواند پیش‌بینی‌های تجاری را مختل کند و خطرانی برای ادامه فعالیت کل کسب و کار به همراه داشته باشد.



انتقال نقاط تماس مشتری ایجاد شود. موسسات مالی باید شرکای بانکداری به عنوان خدمت را با توجه به شهرت و قابلیت های تجاری آنها ارزیابی کنند و اطمینان حاصل کنند که جوانب امور برای مدیریت ادامه فعالیت های کسب و کار سنجیده شده است.

۴. مدیریت ریسک طرف سوم

محصولات مالی تحت برند شریک به صورت سفید برچسب (white-label) ارائه می شوند و از مجوز موسسه مالی استفاده می شود. در نتیجه، شهرت موسسه مالی به شدت به شهرت شریک وابسته می شود. موسسات مالی باید تحقیقات دقیقی روی شرکای بالقوه انجام دهند و ثبات مالی، انطباق با مقررات، شیوه های امنیت داده، حاکمیت داخلی و سوابق ارائه خدمات آنها را بررسی کنند. علاوه بر این، ایجاد توافقات قراردادی واضح و طرح های اضطراری برای مدیریت اختلالات یا اختلافات احتمالی، ریسک را کاهش داده و شهرت تمامی طرف های درگیر را حفظ می کند.

اهمیت دارد. در این موارد، پلتفرم های بانکداری به عنوان خدمت می توانند گزینه های متعددی برای انطباق با مقررات ارائه دهند، از جمله مدل های تخمین درآمد جایگزین و اعتبارسنجی مدارک درآمد.

۲. درک انتظارات نظارتی

موسسات مالی باید درک کاملی از انتظارات نظارتی داشته باشند، به ویژه در زمینه های کلیدی انطباق مانند شناخت مشتری (KYC). از همان ابتدا، موسسات مالی می توانند با هم راستا کردن عملیات خود با استانداردهای نظارتی خطر عدم انطباق را کاهش دهند و به این ترتیب اعتماد مشتریان و نهادهای نظارتی را جلب کنند.

الزامات نظارتی

همکاری با ارائه دهندگان شخص ثالث معتبر و مطابقت پذیر، دسترسی به داده های با کیفیت بالا را که برای عملیات بانکداری به عنوان خدمت ضروری است، تضمین می کند و در عین حال خطر نقض داده ها یا تخلفات نظارتی را کاهش می دهد.

حاکمیت داده

انطباق با مقررات حاکمیت داده در حوزه بانکداری به عنوان خدمت بسیار حائز اهمیت است. موسسات مالی باید اطمینان حاصل کنند که شیوه های مدیریت داده ها با الزامات قانونی هر حوزه قضایی که در آن فعالیت می کنند، مطابقت دارد و در عین حال داده های مشتری را حفظ کرده و از اعتماد موجود به اکوسیستم بانکداری به عنوان خدمت محافظت کنند.

۳. ارزیابی ریسک کسب و کار

موسسات مالی باید به دقت ریسک های کسب و کاری مرتبط با انتخاب شرکای بانکداری به عنوان خدمت و مدل های تجاری آنها را ارزیابی کنند. در یک همکاری بانکداری به عنوان خدمت، مالکیت مشتری و داده ها همچنان در اختیار موسسات مالی باقی می ماند، اما نقاط تماس مشتری از طریق اکوسیستم شریک انجام می شود، که شامل مراحل مختلفی از جمله آغاز همکاری، انجام تراکنش ها و خدمات دهی است. بنابراین، اگر شریک بانکداری به عنوان خدمت فعالیت خود را متوقف کند، ممکن است پیچیدگی هایی در

قابلیت: حفاظت یکپارچه در برابر ریسک های شخص ثالث

● مشکل:

موسسات مالی با دشواری در تامین یک ارائه دهنده خدمات شخص سوم قابل اعتماد و ایمن مواجه هستند، که منجر به اختلالات بالقوه در ارائه خدمات و تجربه مشتری می شود.

● راه حل:

پلتفرم Audax به گونه ای طراحی شده است که تعاملات قوی و مقاوم را تسهیل کند و یکپارچگی منسجم با چندین ارائه دهنده خدمات شخص ثالث را ممکن سازد. این انعطاف پذیری به موسسه مالی اجازه می دهد با توجه به در دسترس بودن، ارائه دهندگان را تغییر دهد.

● نتیجه:

موسسات مالی با تاب آوری لازم برای پیمایش در اکوسیستم پیچیده شخص ثالث در بازار مجهز می شوند. علاوه بر این، موسسات مالی می توانند اطمینان حاصل کنند که ارائه خدمات بدون وقفه است و شهرت خود را در جهت قابل اعتماد بودن و انطباق تقویت کنند.



کاهش ریسک‌های داخلی و افزایش تاب‌آوری

۱. ارزیابی آمادگی سازمانی

شایستگی دیجیتال: ارزیابی آمادگی و ظرفیت سازمان برای پذیرش تحول دیجیتال، از جمله پذیرش بانکداری به عنوان خدمت، ضروری است. چندین عامل باید مورد توجه قرار گیرد:

- زیرساخت فناوری موجود و ظرفیت آن برای سازگاری یا مقیاس‌پذیری؛
- وجود افراد مناسب برای رهبری تحول دیجیتال، از جمله مالکان محصول، مهندسان و نقش‌های مشابه؛
- تمایل سازمان به پذیرش تغییر؛
- اشتباهات ریسک و تحمل چالش‌های مسیر.

فرایندهای مهم برای کاهش ریسک

- طراحی و ساخت پلتفرم و فرایندهای لازم
- استقرار و نگهداری از پلتفرم
- رسیدگی به ادغام و همزیستی پلتفرم بانکداری به عنوان خدمت با اکوسیستم موجود
- ارائه آموزش و آماده‌سازی سازمان برای پذیرش مدل کسب‌وکار بانکداری به عنوان خدمت

اشتهای ریسک

وضع سیاست‌های شفاف اشتباهات ریسک برای توسعه بانکداری به عنوان خدمت در سازمان ضروری است. این امر شامل تعریف پارامترهایی برای مدل‌های اعتباری، مدیریت پرتفو و سیاست‌های مدیریت ریسک است.

۲. همگرایی فناوری

اطمینان از همگرایی بی‌نقص پلتفرم‌های بانکداری به عنوان خدمت با سیستم‌های IT موجود، برنامه‌ها و مخازن داده برای کارایی عملیاتی، انسجام داده‌ها و گزارش‌دهی ضروری است. موسسات مالی باید استراتژی‌های شفاف برای همگرایی تدوین کنند، آزمایش‌های جامع انجام دهند و پروتکل‌های لازم را برای تسهیل تبادل داده‌های روان و خودکارسازی جریان کار پیاده کنند.

۳. آمادگی عملیاتی

ارزیابی قابلیت‌های عملیاتی، فرایندها و آمادگی زیرساخت‌های سازمان برای ادغام بانکداری به عنوان خدمت بسیار حائز اهمیت است. این امر شامل ارزیابی عواملی مانند کارایی جریان کار، تخصیص منابع، قابلیت‌های خدمات مشتری و مقیاس‌پذیری برای سازگاری با رشد احتمالی حجم تراکنش‌ها است.

وضوح استراتژی تجاری

هماهنگی ابتکارات بانکداری به عنوان خدمت با اهداف کلی کسب‌وکار شایان توجه است. مدیریت ارشد باید به روشنی اعلام کند که این امر جایگزینی نیست، بلکه فرصتی برای ساخت جریان‌های درآمدی و کانال‌های تعامل بیشتر است. ارتباط و هماهنگی در تمامی سطوح سازمان برای کاهش مقاومت داخلی و تسهیل پذیرش موفق بانکداری به عنوان خدمت ضروری است.

حمایت مدیریت ارشد

تأمین حمایت و مشارکت فعال از سوی مدیریت ارشد اهمیت حیاتی دارد. توصیه می‌شود که یک رهبر ارشد به عنوان حامی برنامه همگرایی بانکداری به عنوان خدمت منصوب شود. این امر اطمینان می‌دهد که حامی، مسئولیت زیر را به عهده دارد:

- ارتباط استراتژیک بانکداری به عنوان خدمت در سراسر سازمان
- تخصیص بودجه کافی برای حمایت از پیاده‌سازی
- رفع هرگونه مانع با مداخله برای اطمینان از پیشرفت فرایندها
- ایجاد تغییرات در رفتار سازمانی که برای پذیرش و موفقیت بانکداری به عنوان خدمت ضروری است.

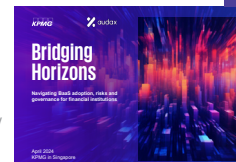


۴. چارچوب مدیریت ریسک (RMF)

بازنگری و سازگاری چارچوب مدیریت ریسک موجود شامل به‌روزرسانی سیاست‌ها، رویه‌ها و کنترل‌ها برای کاهش موثر ریسک‌های مربوط به امنیت داده‌ها، انطباق، تقلب و تاب‌آوری عملیاتی است.

چابکی در پاسخ

اطمینان از اینکه چارچوب مدیریت ریسک می‌تواند به سرعت به شرایط متغیر بازار، الزامات نظارتی و ریسک‌های نوظهور پاسخ دهد، برای حفظ مزیت رقابتی و انطباق با مقررات حیاتی است. موسسات مالی باید سازوکارهایی برای



نظارت مداوم، ارزیابی و تنظیم شیوه‌های مدیریت ریسک به منظور رسیدگی پیشگیرانه به تهدیدات و فرصت‌های در حال تحول برقرار کنند.

کنترل‌های مناسب مدیریت ریسک

طراحی و پیاده‌سازی کنترل‌های مناسب مدیریت ریسک که با ویژگی‌ها و الزامات منحصر به فرد عملیات بانکداری به عنوان خدمت سازگار باشد، ضروری است و شامل ایجاد تدابیر امنیت اطلاعات قوی، چارچوب‌های ارزیابی ریسک اعتباری و کنترل‌های عملیاتی برای حفاظت از داده‌های مشتری، دارایی‌های مالی و شهرت است.

۵. حاکمیت چابک در تضاد با ساختار کمیته‌ای موجود

یکی از چالش‌های پیش روی سازمان‌های بزرگ، وجود کمیته‌های حاکمیتی پیچیده است. این موضوع اغلب منجر به درگیر شدن چندین ذی‌نفع در تصمیم‌گیری‌ها می‌شود که به طولانی شدن فرایندهای تصمیم‌گیری منجر می‌گردد. موسسات مالی باید به این چالش توجه داشته باشند، زیرا چابکی و پاسخگویی برای موفقیت راهکارهای دیجیتال مانند بانکداری به عنوان خدمت حیاتی است.

راهکار اساسی، تدوین یک چارچوب حاکمیتی چابک و واگذاری مسئولیت تصمیم‌گیری به گروه منتخب از رهبران ارشد است. این رهبران باید متعهد به زمان‌های کوتاه‌تر برای تصمیم‌گیری باشند و چابکی را درون سازمان تقویت کنند. خطوط ارتباطی، تفویض مسئولیت و گزارش‌دهی شفاف برای حمایت از تصمیم‌گیری استراتژیک و برتری عملیاتی مهم و اساسی است.

قابلیت حل چالش‌های خاص در چارچوب‌های نظارتی خاص

مشکل

یک موسسه مالی چندملیتی بزرگ به دنبال پیاده‌سازی بانکداری به عنوان خدمت بود اما با چالش‌هایی در هماهنگی فرایندهای ریسک و حاکمیت با این مدل جدید مواجه شد. ساختارهای تصمیم‌گیری سنتی برای پاسخ به بازار پویا و چشم‌انداز رقابتی بسیار کند بودند و توانایی موسسه مالی را برای راه‌اندازی راهکار بانکداری به عنوان خدمت محدود می‌کردند.

راهکار

«اودکس» با این موسسه مالی همکاری کرد تا یک چارچوب ریسک و حاکمیت که به طور خاص برای پذیرش بانکداری به عنوان خدمت طراحی شده بود، تدوین کند. این چارچوب با پیاده‌سازی رویکردها و سیاست‌های مدیریت تصمیم‌گیری جایگزین، امکان تصمیم‌گیری سریع‌تر را فراهم کرد و از خودکارسازی و کاربرد هوش مصنوعی برای تصمیمات با ریسک پایین بهره‌برداری کرد.

نتیجه

موسسه مالی با راهنمایی «Audx» چارچوب ریسک و حاکمیت خاص خود را با موفقیت پیاده‌سازی کرد. تصمیمات می‌توانستند در عرض ده روز اتخاذ شوند که پنج برابر سریع‌تر از قبل بود و موسسه مالی را برای راه‌اندازی کسب و کار چابک‌تر کرد و آن‌ها را پیشروی بی‌رقیب بازار بانکداری به عنوان خدمت کرد.

ملاحظات

موسسات مالی برای توسعه بانکداری به عنوان خدمت، سه گزینه اصلی دارند:

۱. ساخت پلتفرم فناوری درون سازمانی
۲. خرید راهکار از یک شریک معتبر
۳. انتخاب یک راهکار کاملاً یکپارچه

انتخاب ساخت پلتفرم درون سازمانی مستلزم هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های زمانی قابل توجهی است. خرید و ترکیب قابلیت‌ها از تامین‌کنندگان هزینه‌های بالایی را به همراه خواهد داشت و خطرات همگرایی و وابستگی‌های چندگانه را به دنبال دارد. از سوی دیگر، انتخاب یک راهکار یکپارچه و مقیاس‌پذیر، مزایای متعددی دارد، از جمله صرفه‌جویی در هزینه، افزایش سرعت ورود به بازار، سهولت در پذیرش.



خرید فناوری



مزایا

- پذیرش سریع
- همگرایی سریع قابلیت‌های جدید برای پاسخ به نیازهای فوری و تقاضاهای بازار
- بازگشت سریع سرمایه
- هزینه‌های پیاده‌سازی که به مرور زمان تقسیم می‌شود، منجر به تحقق سریع‌تر مزایایی مانند افزایش کارایی یا رشد درآمد می‌شود.
- تخصص
- تامین‌کنندگان خارجی تجربه و دانش با بهترین شیوه‌ها را به ارمغان می‌آورند.
- جابجایی
- توسعه‌دهندگان متخصص با به‌روزرسانی‌های مداوم قابلیت‌های جدید اضافه می‌کنند.

ساخت فناوری



مزایا

- کنترل
- موسسات مالی می‌توانند نظارت و مدیریت کامل بر زیرساخت فناوری خود داشته باشند و سیستم‌های خود را بر اساس نیازهای منحصر به فرد خود سفارشی و بهینه‌سازی کنند.
- صرفه‌جویی در هزینه‌های بلندمدت
- هزینه اولیه ممکن است گزاف باشد، اما فرصت‌هایی نیز برای صرفه‌جویی در هزینه‌های بلندمدت وجود دارد.
- راهکارهای سفارشی:
- این گزینه مناسب راهکارهایی است که باید به دقت با نیازهای سازمان‌ها مطابقت پیدا کنند. این هم‌راستایی تضمین می‌کند که پلتفرم بانکداری به‌عنوان خدمت، با سیستم‌ها، فرایندها و اهداف استراتژیک بانک‌ها و موسسات مالی همگرا و یکپارچه می‌شود.

خرید فناوری



معایب

- شهرت و قابلیت‌های تامین‌کننده فناوری:
- تامین‌کننده فناوری ضرورتاً باید تجربه همگرایی با ارائه‌دهندگان خدمات و داده‌های اکوسیستم و پیاده‌سازی در زیرساخت‌های پیچیده بانکی را داشته باشد.
- استراتژی میزبانی
- باید بین استراتژی پیاده‌سازی نرم‌افزار به‌عنوان خدمت (SaaS) یا میزبانی موسسه مالی دست به انتخاب زده شود و اطمینان حاصل شود که تامین‌کننده فناوری انتخاب‌شده می‌تواند آن نوع پیاده‌سازی را پشتیبانی کند.
- تاب‌آوری پلتفرم
- تضمین ارائه خدمات بی‌وقفه در مواجهه با اختلالات یا حملات سایبری، حیاتی است.
- سطوح خدمات
- در توافق‌نامه سطح خدمات (SLA)، سطوح خدمات پلتفرم، کیفیت، دسترسی و عملکرد خدمات تامین‌کننده تعریف می‌شود. موسسات مالی باید اطمینان حاصل کنند که SLA ها با الزامات عملیاتی و انتظارات آن‌ها هم‌راستا باشد تا ارائه خدمات بهینه را تضمین کرده و ریسک‌های مرتبط با اختلالات خدمات را کاهش دهند.

ساخت فناوری



معایب

- قابلیت و ظرفیت تیم موجود
- ساخت یک پلتفرم کامل بانکداری به‌عنوان خدمت نیاز به تخصص از حوزه‌های کاری مختلف دارد. موسسات مالی باید شکاف‌های مهارتی را شناسایی کرده و آموزش یا حمایت‌های لازم را ارائه دهند.
- تخصیص منابع
- ساخت راهکارهای درون‌سازمانی نیاز به زمان، منابع و هزینه‌های قابل توجهی دارد و اغلب با عملیات عادی کسب‌وکار برای منابع رقابت می‌کند.
- موانع فرهنگی
- مقاومت فرهنگی داخلی می‌تواند پذیرش فناوری‌های جدید را مختل کرده و نوآوری را تحت تأثیر قرار دهد.
- زمان پیش‌برد
- برآورد زمان لازم برای توسعه راهکارهای بانکداری به‌عنوان خدمت از صفر و پیمایش پیچیدگی‌های همگرایی با سیستم‌های بانکی فعلی معمولاً شامل یک زمان‌بندی سه تا چهار ساله است.



خلاصه اجرایی

بخش مالی در حال دگرگونی به سوی آینده‌ای است که در آن بانکداری به عنوان خدمت (BaaS) اهمیت زیادی دارد. پیش‌بینی می‌شود درآمد کل بانکداری به عنوان خدمت به بیش از ۳۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۷ افزایش یابد. برای بانک‌ها به‌طور فزاینده‌ای الزامی است که نه تنها به این روند دگرگون‌کننده پیوندند، بلکه در آن پیشرو باشند.

KPMG رهنمودهایی برای بانک‌ها و موسسات مالی که قصد دارند به‌منظور انطباق و اجرای استراتژی بانکداری به عنوان خدمت در سازمان‌های خود آماده شوند، طراحی کرده که بخش‌هایی از آن را خواندید. این مستند با تشریح نقش محوری بانکداری به عنوان خدمت در بخش خدمات مالی، به مزایای اجرای بانکداری به عنوان خدمت اشاره می‌کند که شامل بازده سرمایه، فرصت‌های فروش متقابل و دسترسی به منابع درآمدی ناشناخته است.

آینده بانکداری به عنوان خدمت، امیدوارکننده است اما پذیرش آن توسط بانک‌ها و موسسات مالی با موانعی روبه‌رو است:

- موانع خارجی (شامل تطابق با قوانین و ریسک‌های مربوط به شهرت)
- موانع داخلی (شامل آمادگی عملیاتی و مجموعه‌ای از چارچوب‌ها و کنترل‌های مدیریت ریسک).
- در این چشم‌انداز، همکاری‌های استراتژیک نقش محوری دارند. نوآوری و همکاری با فینتک‌ها برای موسسات مالی مزایای مهمی دارد از جمله:
 - موسسه‌های مالی با بهره‌گیری از فناوری‌ها و رویکردهای نوآورانه شرکا، نقشه‌راه ارائه محصولات و خدمات خود را تدوین می‌کنند؛
 - با چابکی فرصت‌های جدید را شناسایی می‌کنند و روی روندهای موثر بازار سرمایه‌گذاری کنند.
 - سریع‌تر و با پشتوانه تخصصی بهتری وارد بازار می‌شوند.



طرح‌ریزی استراتژی‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر در بانک



تکنوتجارت؛ مبدع زبان مشترک بانک و نوآوران

مریم ابراهیمی، مدیر اداره سرمایه‌گذاری بانک تجارت، با تأکید بر نقش حیاتی تکنوتجارت در توسعه نوآوری بانک تجارت، بر ضرورت ایجاد تعادل میان ریسک و بازده در سرمایه‌گذاری‌ها تأکید می‌کند. از نگاه او به عنوان استراتژیستی باتجربه در حوزه سرمایه‌گذاری، تکنوتجارت پلی میان بانک و استارت‌آپ‌هاست که می‌تواند با ایجاد مدل‌های نوآورانه، نه تنها درآمدزایی کند بلکه تحولاتی اساسی در خدمات بانکی رقم بزند و سطح بهره‌وری و نوآوری بانک را ارتقا دهد.



■ تکنوتجارت در مسیر ۵ ساله حیات خود

چه مسیری را طی کرده است؟

بخش زیادی از سرمایه‌گذاری بانکی در حوزه فناوری، استارت‌آپ و فینتک انجام شده که مشتری‌های بانک را افزایش داده و سرویس‌دهی‌ها را ارتقا داده است، گرچه هنوز این اقدامات به جنس درآمدی نزدیک نشده‌اند. فکر می‌کنم بعد از این باید تعادل میان ریسک و بازده در سرمایه‌گذاری‌ها رعایت شود چراکه تا پیش از این بانک سعی می‌کرد سبب توسعه این حوزه شود و از سوی دیگر هم مزیت رقابتی در این بازار برای خود به وجود بیاورد- که این اتفاق رخ داد و بانک تجارت در حوزه فناوری مزیت رقابتی دارد- اما به هر حال بانک در ادامه روند سرمایه‌گذاری‌های خود به دنبال کسب درآمد و سودآوری است. در واقع انتظار از تکنوتجارت آن است که مدل کسب‌وکاری خود و کسب‌وکارهای پرتفوی‌اش را به روز کنند تا به درآمدزایی بیشتری برسند.

■ علاوه بر درآمدزایی، چه ضرورتی موجب

می‌شود که بانک با کسب‌وکارهای فناوری و نوآور

تعاملی از جنس سرمایه‌گذاری داشته باشد؟

مزیت چالاکي و به‌روز بودن استارت‌آپ‌ها و فینتک‌ها برای توسعه خدمات بانک کارایی دارد. بانک با توجه به ساختار خود، برای جذب دانش روز در حوزه‌هایی مانند کلان داده و هوش مصنوعی، محدودیت دارد. می‌توان گفت اساساً در بدنه بانک چالاکي تعریف نشده است و شرکت‌هایی از جنس فناوری (مانند تاتا) خارج از بانک مأموریت‌های اساسی فناوری را از سمت بانک دریافت کرده‌اند.

تعامل با نوآوران خارج از بانک، شکل دیگر تعامل‌هاست. بانک می‌تواند بسیار نوآورانه‌تر باشد و به نظر من تکنوتجارت می‌تواند زبان مشترک بانک و توسعه‌ای نوگرا باشد؛ چراکه با موضوعات روز و ابزارهای به‌روز آشنا است. بانک‌ها و به خصوص بانک تجارت هم که حجم مشتریان و تراکنش بسیاری را در خود جای داده، می‌تواند با اتصال با استارت‌آپ‌ها و فینتک‌ها، بسیاری از ظرفیت‌های بالقوه خود را به جریان بیندازد. این امر حتماً برای دو طرف بسیار سودآور است. بعد از گذشت زمان، توقع بانک از استارت‌آپ‌ها بیشتر می‌شود؛ چرا که بانک منجر به سودآوری آن‌ها شده و در آن روی دیگر سکه هم استارت‌آپ‌ها معتقدند که آنان سبب شدند ظرفیت بالقوه بانک، بالفعل شود.

■ به نظر شما چگونه می‌توان تعادل را در

میدان بازی بانک، سرمایه‌گذار خطرپذیر و

استارت‌آپ برقرار کرد؟

راه حل این چالش آن است که مدل درآمدی و سرمایه‌گذاری بهبود پیدا کند. در اثر اتصال استارت‌آپ‌ها به بانک، افزایش حجم تراکنش، حفظ مشتریان و بهبود ارائه خدمات در بانک حاصل می‌شوند اما این یک بهره‌برداری یک‌طرفه نیست. استارت‌آپ‌ها هم از وجود بانک

بهره بسیار زیادی می‌برند و به همین دلیل باید تعادل ایجاد شود. تعادل در این شرایط، با ایجاد لاین درآمدی استارت‌آپ‌ها برای تکنوتجارت به وجود می‌آید. این مدل کسب‌وکار باید طوری تعریف شود که پایداری و استقلال شرکت‌هایی مانند تکنوتجارت را تضمین کند.

■ به‌عنوان یک سی‌وی‌سی همواره از تکنوتجارت خواسته می‌شود

که به زنجیره ارزش بانک متصل شود. این اتصال در چه شرایطی به

خوبی اتفاق می‌افتد؟

تکنوتجارت علاوه بر این که بنا بر وظیفه باید به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌ها، فینتک‌ها و موضوعات نوآورانه و فناورانه ورود کند، مأموریت دیگری نیز دارد. این مأموریت شامل بررسی لاین‌های گوناگون کسب‌وکار بانک و نیازسنجی مشتریان بانک است. مشتریان خرد و کلان بانک به شکل اختصاصی در هر صنف، نیازهای گوناگونی دارند. اگر این نیازها سنجیده شود و ابزارهای خاص برای هر نیازی به وجود بیایند، تکنوتجارت می‌تواند مبدع مدل‌های نوآورانه همکاری کسب‌وکارهای خارج از بانک با بانک باشد. یکی دیگر از اقداماتی که تکنوتجارت می‌تواند انجام دهد، تحلیل رفتار مشتری (با هدف مدیریت ریسک و بازاریابی هدفمند) است. این مهم به دست نخواهد آمد مگر این که بتوانیم داده‌ها را تحلیل کرده و همزمان از هوش مصنوعی بهره ببریم. خبر خوش این که چنین قابلیت‌هایی در تکنوتجارت وجود دارد و این شرکت می‌تواند منجر به چالاکي بانک شود.

■ آیا این آمادگی از سوی بانک وجود دارد که تکنوتجارت در موارد این

چنینی وارد شود؟

آنچه مسلم است این که بانک باید چابک شود و این گونه با روش‌های سنتی نمی‌توان به کار و فعالیت ادامه داد. ما از واحدهای مختلف بانکی نیازسنجی کرده‌ایم و در نتیجه چالش‌های بانکی و مسائل شفاف شده است.

■ در حال حاضر چه چالش-فرصت‌هایی وجود دارد که تکنوتجارت

می‌تواند در خصوص آن‌ها نقش آفرینی کند؟

بخش‌های مختلف بانک چالش‌هایی دارند که اگر بخواهم مثال بزنم یکی از آن‌ها توکن‌سازی املاک است. با این راهکار، دارایی‌ها با رعایت ضوابط مولد می‌شوند. مثال دیگر مربوط به بهره‌برداری از قانون جهش تولید دانش‌بنیان برای بانک است. تکنوتجارت در این حوزه‌ها بهترین مشاور و راهبر اجرایی‌سازی در این حوزه‌هاست. ما هم نیازسنجی واحدهای مختلف مانند بانکداری شخصی، مدیریت فناوری و اطلاعات، بانکداری شرکتی، بانکداری اصناف و بانکداری تجاری را انجام داده‌ایم. می‌توان در مرحله بعد نیازهای توسعه‌ای تابعه بانک و صرافی‌ها، کارگزاری‌ها، صنایع، تامین سرمایه‌ها و بخش لیزینگ بانک را نیز ارزیابی کرد.

■ در سیاست‌هایی که شما ترسیم کردید نقش تکنوتجارت به‌عنوان

بازوی نوآوری بانک، پررنگ است. می‌خواهیم در پایان چشم‌اندازی از

توسعه نقش آفرینی تکنوتجارت ترسیم کنید.

به نظر من تکنوتجارت باید با اشراف کامل بر خطوط کسب‌وکاری و فرایندهای بانک، رویه‌های بانکی را بهینه و دیجیتال کند. تکنوتجارت باید همزمان بانک و مشتریان را به سمتی برود که اقدامات با منطق فناورانه و دیجیتال پیش بروند و از حالت سنتی و کلاسیک خارج شوند. همچنین مهم است که تکنوتجارت باید جریان‌های درآمدی خود را داشته باشد و بتواند به مرور زمان با توسعه‌ای دیگر هم همکاری کند و تنها متکی به بانک نباشد؛ بعد از این اقدامات می‌توان مسیر IPO کردن را طی کرد.

مسیر شکل گیری و رشد تکنوتجارت



از غربال ایده ها تا تکنوتجارت

بانک ها اغلب دارای ساختارهای بوروکراتیک و پیچیده هستند و این ویژگی ذاتی می تواند مانع انعطاف پذیری آن ها شود. یکی از استراتژی های رایج میان بانک های موفق جهانی، ایجاد بازوی نوآوری و سرمایه گذاری خطرپذیر است. این ساختارهای نوآور، پاسخ سریع به تغییرات بازار و نیازهای مشتریان را میسر می کند. بانک تجارت نیز این ماموریت را به تکنوتجارت داده است. در مصاحبه با پدram رضایی (رئیس هیئت مدیره تکنوتجارت و رئیس اداره نرم افزار بانک تجارت) درباره تاریخچه شکل گیری تکنوتجارت و موفقیت های حاصل از توسعه نوآوری باز پرداخته ایم.



■ می‌شود گفت شما از قدم‌های اولیه شکل‌گیری تکنوتجارت حضور داشته‌اید. ایده تاسیس این شرکت چگونه شکل گرفت و ماموریت این شرکت چگونه آغاز شد؟

پیش از شکل‌گیری تکنوتجارت، جلسه‌هایی با عنوان کمیته غربال ایده‌ها در بانک برگزار می‌شد. در این کمیته، شرکت‌های استارت‌آپی، کسب‌وکار خود را معرفی می‌کردند و چشم‌انداز صنعت خود را نشان می‌دادند. این اقدام، در بانک انجام می‌شد اما اجرای آنچه در جلسه‌ها به تصویب می‌رسید، بسیار کند پیش می‌رفت. به نظر من ایده اصلی تاسیس و ایجاد تکنوتجارت، احتمالاً از همان جلسه‌ها به وجود آمده و آقای مقیمی تحت‌تأثیر آن جلسه‌ها، تمایل پیدا کردند که تاسیس این شرکت را به عنوان نهادی مستقل پیگیری کنند. بعد از جلسات کمیته غربال ایده، اجرا و فعالیت در حوزه‌های جدید به شرکتی محول شد که بعدها، با نام تکنوتجارت شناخته شد. آن زمان شرکت تکنوتجارت وجود نداشت؛ در واقع شرکتی با نام بازرگان گستر آسیا بود که در بانک تجارت ثبت شده بود. صداوسیما، شریک بانک تجارت در آن شرکت بود. همان زمان بانک به این نتیجه رسید که همه سهم آن شرکت را از صداوسیما بخرد تا ۱۰۰ درصد شرکت را از آن خود کند. قرار شد که از طریق همان شرکت جدید، به حوزه‌های سرمایه‌گذاری و نوآوری ورود کنیم و در حوزه فینتک تجربه کسب کنیم. در آن سال‌ها، آقایان مقیمی و علی محمدی بسیار تلاش کردند تا شرکت تکنوتجارت شکل گرفت. این شرکت در ساختمان میرداماد شروع به کار کرد.

■ سمت و سوی فعالیت‌های آغازین تکنوتجارت چه بود؟

پیش از هر چیزی مایل هستم تأکید کنم که در آن زمان ایده‌های بیشتری ارائه می‌شد و استارت‌آپ‌های کوچک و نوپا بیشتر تشکیل می‌شدند. صنعت آی‌تی، آن زمان رونق بیشتری داشت و شرکت‌های بیشتری در این حوزه‌ها، فعالیت می‌کردند. این استارت‌آپ‌های کوچک که دانشجویان و گروه‌های دانشجویی آن‌ها را شکل می‌دادند، منجر شد که بسیاری از دانشجویان جدیدتر هم به سمت فعالیت‌های نوآورانه بیایند. پس از مدتی که از فعالیت تکنوتجارت گذشت، بانک تصمیم گرفت که سمت و سوی این فعالیت‌های جسورانه را تغییر دهد؛ بنابراین تکنوتجارت به سمت سرمایه‌گذاری در شرکت‌های بزرگ‌تر رفت.

■ به نظر شما، حفظ و ارتقای هویت نوآورانه تکنوتجارت چگونه میسر می‌شود؟

تکنوتجارت، شرکتی است که باید دست به سرمایه‌گذاری خطرپذیر و جسورانه بزند. تکنوتجارت برای این که سرمایه‌گذاری جسورانه کند، باید اختیار عمل داشته باشد و به سرعت اقدام کند تا از تحولات سریع بازار نوآوری عقب نماند. واقعیت این است که بروکراسی‌ها از اختیار عمل تکنوتجارت می‌کاهند و این منجر می‌شود تکنوتجارت نتواند آن طور که شایسته یک شرکت سرمایه‌گذاری جسورانه است اقدام به سرمایه‌گذاری کند و تحرک و سرعت داشته باشد. لازمه فعالیت در این صنعت، چابکی در تصمیم‌گیری‌هاست. روند سرمایه‌گذاری در کشور کند شده و وضعیت اقتصادی خاصی به کسب‌وکارها تحمیل شده است؛ در حقیقت همین وضعیت بحرانی است که ایجاب می‌کند ما نوآوری را گسترش دهیم. امیدواریم با تصمیماتی که هیئت مدیره تکنوتجارت می‌گیرد و اختیار عملی که بانک به این شرکت اعطا می‌کند، تکنوتجارت بتواند سریع‌تر و جسورانه‌تر ایده‌های جوان را به خدمت بگیرد و از این ایده‌ها در سطح کشور هم استفاده شود. در کنار این‌ها لازم است که در ایران قوانین کارآمد تنظیم شوند، نهادهای رگولاتوری شکل بگیرند و همچنین برخی امور تسهیل شود تا استارت‌آپ‌ها بتوانند راحت‌تر رشد کنند. تکنوتجارت هم باید بتواند از ظرفیتی که توسط رگولاتوری و سازمان‌های حمایتی از فینتک‌ها ایجاد می‌کنند، بهره بیشتری ببرد. امیدواریم که این امر هر چه سریع‌تر انجام شود.

■ جایگاه امروز و آینده تکنوتجارت را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

جایگاهی که شما امروز برای تکنوتجارت در زیست‌بوم نوآوری مشاهده می‌کنید، تنها ظرف پنج سال به دست آمده و پرتفوی تکنوتجارت در همین پنج سال چنین رشدی داشته است. همه این نتایج، نشان‌دهنده آن است که تلاش‌های تکنوتجارت به ثمر نشست است و شرکت توانسته با سرمایه‌گذاری جسورانه در استارت‌آپ‌های بزرگ‌تر اثرگذاری شایان توجهی داشته باشد. تکنوتجارت همچنین به نحوی عمل کرده که بانک سرمایه خود را در اختیار شرکت قرار داده است. این اعتماد منجر شده تکنوتجارت، تبدیل به بازوی بانک برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای فناورانه و فینتکی شود. شرکت تکنوتجارت همچنین تلاش می‌کند با متصل کردن کسب‌وکارهای پرتفوی سرمایه‌گذاری خود به بانک، ارزش‌آفرینی کند. به نظر ما تکنوتجارت تا به امروز در این زمینه موفق بوده است. برای مثال در حوزه امضای دیجیتال توانستیم از ظرفیت‌های تکنوتجارت استفاده کرده و امضانورا وارد بانک کنیم که نیازهای ما را برآورده می‌کند. در حال حاضر تکنوتجارت وضعیت خوبی دارد و با بسیاری از مجموعه‌های نوآوری در کشور در ارتباط است و به همین دلیل هم بانک به این شرکت اعتماد می‌کند اما ما امیدوار هستیم با عملکرد خوب خود، سبب افزایش هر چه بیشتر این اعتماد شویم.





نوآوری باز لنگرگاه ایده‌ها و فناوری‌ها

نوآوری باز یا نوآوری بسته؟

جی‌پی‌مورگان پلتفرم مبتنی بر بلاکچین خود (Onyx) را توسعه داده است، اما از سوی دیگر در شرکت بلاکچینی ConsenSys سرمایه‌گذاری کرده است. اپل از نوآوری بسته برای طراحی و توسعه محصولات انحصاری خود استفاده می‌کند اما از طریق توسعه‌دهندگان اکوسیستم و سازندگان سخت‌افزار (نوآوری باز)، اپلیکیشن‌ها و خدمات جدید وارد بازار می‌کند. تسلا برخی پتنت‌های خود را آزاد کرده (نوآوری باز) تا رشد بازار خودروهای الکتریکی را تسریع کند؛ اما توسعه فناوری‌های کلیدی باتری و نرم‌افزارهای خود را در محیطی بسته مدیریت می‌کند. با ترکیب نوآوری باز و بسته، می‌توان هم از انعطاف‌پذیری و سرعت نوآوری باز بهره برد و هم از عمق و کنترل نوآوری بسته برای ایجاد ارزش بلندمدت استفاده کرد. هنر ما ترکیب هوشمندانه و استراتژیک این دو رویکرد است.

کاخ بسازیم یا بندر؟

کاخ حکمروایی سازمان هر قدر با شکوه و از بهترین نیروها و منابع برخوردار باشد، از جهان در حال تحول خارج از خود بی‌نیاز نیست. از هزاران سال پیش توسعه و ساخت بنادر یکی از نمادهای تمدن‌ها بوده و ترس از اینکه روزی دشمن از بنادر برای حملات نظامی استفاده کند، حاکمان جاه‌طلب را از ساخت بنادر بازداشتی است. مزیت‌های ارتباطی بنادر، ضرورت مدیریت ریسک را توجیه می‌کنند. در مورد نوآوری باز هم می‌توان چنین گفت که در ساختارهای نوآوری باز، کشتی‌های ایده‌ها، فناوری‌ها و استعدادها پهلو می‌گیرند. این ساختارها محل ارتباط، هم‌افزایی و تحول هستند و گسترش بازارها و دستیابی به دستاوردهای بی‌سابقه را ممکن می‌کنند. گاه یک استارت‌آپ کوچک، جرقه‌ای برای تغییری بزرگ است و فناوری‌های تازه‌وارد، نیروی محرکه‌ای برای خطوط تازه کسب‌وکاری. پس کافی است با ریسک‌های نوآوری باز واقع‌بینانه مواجه شویم.

فرمان در دست سازمان!

بسیاری از سازمان‌های بزرگ از نوآوری باز می‌ترسند چرا که تصور می‌کنند نوآوری باز کنترل را از دست آن‌ها خارج می‌کند و هسته کسب‌وکار و دارایی‌های فکری را در معرض آسیب قرار می‌دهد. این ترس را می‌توان با ساختار دادن به همکاری‌ها و مشارکت‌ها برطرف کرد. به عنوان مثال از اصول اولیه ساختاری که برای نوآوری باز ایجاد می‌شود، تعریف قواعد حفاظت از داده‌ها و دارایی‌های فکری است و در این موضوع تجربه انباشته پیشگامان نوآوری باز به ما کمک می‌کند.

زیگانه تمنا کنم؟

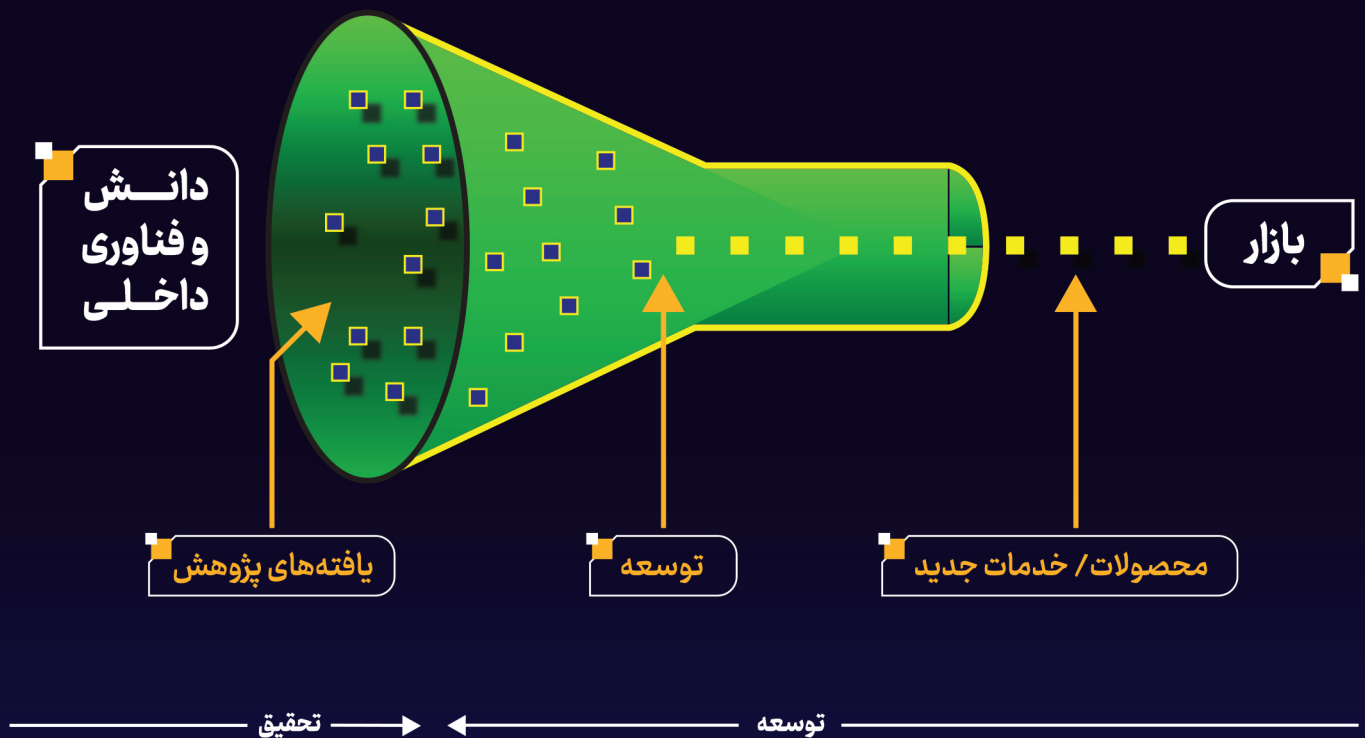
سازمان‌های بزرگ، واحدهای فنی و تحقیق و توسعه وسیع دارند و گاه دچار این سوءتفاهم می‌شوند که با اضافه شدن شرکای بیرونی، بناسد جایگزینی صورت گیرد؛ حال آن که هدف نوآوری باز ارتقا است و نه جایگزینی. تیم‌های فنی داخلی هر قدر هم که زبده باشند، سرعت بالای فناوری‌ها و فشار امور جاری به حدی است که نمی‌توان مطمئن بود این واحدها توان همگامی با فناوری‌های نوظهور و ضروری برای آینده را دارند. نوآوری باز و استراتژی باز قابلیت رسوب نوآوری در لایه‌های سازمان را با هزینه کم و در زمان اندک پدید می‌آورد و تفکر اکوسیستمی را تقویت می‌کند. به همین دلیل است که نوآوری باز انتخاب سازمان‌هایی است که علاوه بر تحول دیجیتال، ارزش فرهنگ دیجیتال را درک کرده‌اند.

هسته قدرتمند و بازوی خلاق

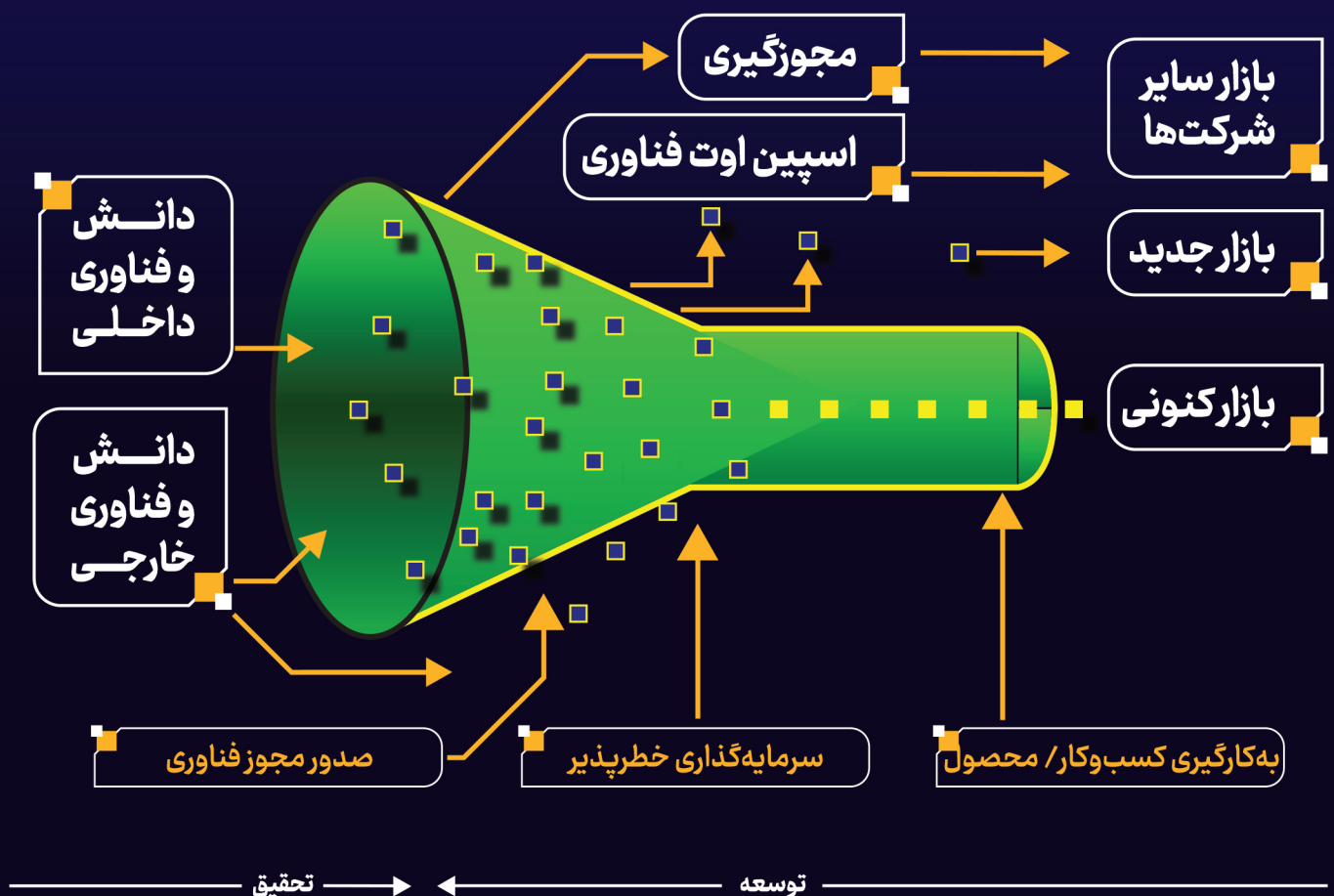
سازمان قدرتمند امروزی، به ساختارها، استراتژی‌ها و ابزارهایی نیاز دارد که پیشران نوآوری باز در سازمان باشند. گلدمن ساکس از طریق بازوی سرمایه‌گذاری خود در استارت‌آپ‌هایی مانند Stripe و Plaid سرمایه‌گذاری کرد. HSBC با برگزاری منظم هکاتون‌ها ایده‌های تازه جذب می‌کند. سیتی‌بانک پلتفرم Citi Developer Hub را راه‌اندازی کرده که راهی برای دسترسی به API‌های این بانک است و... سازمان‌های مالی پیش‌تاز نشان داده‌اند که علی‌رغم پیچیدگی‌های این صنعت، نوآوری باز نه تنها تهدیدی برای ساختارهای موجود نیست، بلکه فرصتی است برای بهره‌وری بیشتر و آینده‌ای بهتر. اکنون، زمان غلبه بر ترس‌هاست!

ترامپ به عنوان چهل و هفتمین رئیس‌جمهور ایالات متحده تحلیف خود را در کنار مدیران عامل دنیای فناوری برگزار کرد. این رخداد را باید در کنار شکل‌گیری دپارتمان کارآمدی دولت (DOGE) به ریاست ایلان ماسک تفسیر کنیم. فارغ از بیم الیگارش سیلیکون ولی، به نظر می‌رسد تصمیمات مبتنی بر «استراتژی باز» در حال پرده‌برداری شدن هستند و تلاش می‌شود نگاه نوآوران در ساختار دولتی امریکا رسوخ کند یا دست کم این گونه نمایش داده شود. استراتژی باز و نوآوری باز، بر اساس رویکردهایی طراحی شده‌اند که هم‌آفرینی و مشارکت را تشویق می‌کنند؛ اما چه چیزی موجب می‌شود استراتژی باز نه فقط در سازمان‌های پیشرو، بلکه در سایر ساختارها مورد توجه قرار گیرد؟ آیا نوآوری باز تهدیدی برای ساختارهای موجود است؟

سیستم نوآوری بسته



سیستم نوآوری باز





نسخه الکترونیک



فصلنامه نوآوری بانک تجارت

سال نخست، شماره سوم، پلدای ۱۴۰۳
تهیه شده در روابط عمومی تکنوتجارت