

جهش ۲۶ درصدی تراکنش‌های «تاپ» در نیلسون ریپورت ۲۰۲۵

پرشتاب‌ترین نرخ رشد تراکنش در میان شرکت‌های پرداخت ایرانی



آخرین گزارش نشریه معتبر نیلسون ریپورت حکایت از آن دارد که تعداد تراکنش‌های پردازش شده توسط تاپ در سال ۲۰۲۵ به ۸۰۲۷ میلیارد تراکنش رسیده که نسبت به سال ۲۰۲۴، رشد ۲۶ درصدی داشته است.

صفحه ۲

سرفصل اخبار



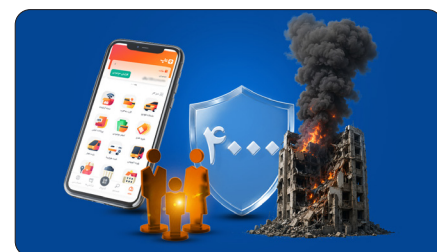
افزایش درآمد شاپرک؛ کارمزد تراکنش‌ها
بالا رفت



تجارت الکترونیک پارسین در زمره
شرکت‌های دانش بنیان قرار گرفت



صعود به جایگاه سوم مبلغ تراکنش‌ها



حمایت از ۱۴ هزار خانواده آسیب دیده
جنگ رمضان با همراهی تاپ

رتاپ

رتاپ؛ بهبود عملیاتی درآمد و بازآرایی انتظارات تکنیکال



صفحه ۴

شاپرک

جزئیات عملکرد تاپ در دو گزارش اخیر شاپرک
ثبت بالاترین رشد در تعداد تراکنش‌های موبایلی
و بهبود شاخص‌های اثربخشی



صفحه ۳

پرونده ویژه: نبض اعتبار (صفحات ۵ الی ۸)

تحول اعتباری در تجارت الکترونیک
پارسین؛ کلید مهار نکول کجاست؟



صفحه ۸

تاپ؛ گام‌های استراتژیک
در قلمرو خدمات اعتباری



صفحه ۷

روایتی از خلق کیف پول
در تجارت الکترونیک پارسین



صفحه ۵

مقدمه ▶ رضا قربانی
نائب رئیس کمیسیون تحول نوآوری
و بهره‌وری اتاق بازرگانی تهران

اعتبار از بانک به نقطه خرید می‌رود

BNPL فقط شکل تازه‌ای از خرید قسطی نیست؛ اعتباری که زمانی باید از بانک می‌گرفتیم، حالا درست در لحظه خرید و در دل تجربه پرداخت در دسترس قرار می‌گیرد. چند سال پیش اگر می‌خواستیم چیزی را قسطی بخریم، مسیر کم‌وبیش مشخص بود: بانک، مدارک، ضامن، چک، انتظار و در نهایت شاید وامی که با آن خرید می‌کردیم. حالا این مسیر آرام‌آرام در حال تغییر است.

ادامه در صفحه ۵



تجارت الکترونیک پارسین
حامی دومین رویداد بزرگ کاربردهای هوش مصنوعی در صنایع و کسب‌وکارها

IRAN AI 2026

۳۰ و ۳۱ شهریورماه ۱۴۰۵ - تهران - دانشگاه صنعتی شریف

ثبت پرشتاب‌ترین رشد میان شرکت‌های ایرانی

جهش ۲۶ درصدی تراکنش‌های «تاپ» در نیلسون ریپورت ۲۰۲۵

۱



جدیدترین گزارش نشریه تخصصی وبین‌المللی نیلسون ریپورت (Nilson Report) شماره ۱۳۱۲، مربوط به عملکرد سال ۲۰۲۵ میلادی حاکی از آن است، شرکت تجارت الکترونیک پارسیان با ثبت برجسته‌ترین عملکرد عملیاتی، موفق به صعود به رتبه ۳۸ منطقه خاورمیانه و آفریقا و کسب رتبه سوم در میان شرکت‌های پرداخت الکترونیک (PSP) ایران شده است.

مطابق با داده‌های منتشر شده، تعداد تراکنش‌های پردازش‌شده توسط تاپ از ۶.۳۷۲ میلیارد تراکنش در سال ۲۰۲۴ به ۸.۰۲۷ میلیارد تراکنش در سال ۲۰۲۵ رسیده است. این جهش ۲۶ درصدی پرشتاب‌ترین نرخ رشد تعداد تراکنش در میان تمامی PSPهای ایرانی حاضر در جدول نیلسون ریپورت محسوب می‌شود و سهم تاپ از کل تراکنش‌های نمایندگان ایران را از ۱۴ درصد به ۱۷.۱ درصد ارتقا داده است.

افزایش بهره‌وری شبکه پذیرندگی و کاهش فاصله با صدر جدول

از نکات کلیدی عملکرد تاپ در این دوره، کاهش چشمگیر فاصله تاپ با دو بازیگر نخست بازار پرداخت الکترونیک کشور است. تاپ که در دوره قبل ۲.۴۹۲

شاخص عملکردی	سال ۲۰۲۴	سال ۲۰۲۵	میزان تغییر / رشد
تعداد تراکنش‌ها	۶.۳۷۲ میلیارد	۸.۰۲۷ میلیارد	+۲۶.۰% (رتبه اول رشد در ایران)
رتبه در جدول نیلسون ریپورت	۳۹	۳۸	۱ پله صعود
جایگاه در میان شرکت‌های ایرانی	سوم	سوم	حفظ جایگاه و کاهش فاصله با صدر
سهم از کل تراکنش‌های PSPهای ایران	۱۴.۱%	۱۷.۱%	۳ درصد افزایش

از ۱.۲۲۳ میلیون به ۱.۰۴۶ میلیون دستگاه تغییر یافته که نشان می‌دهد تراکم و تراکنش به ازای هر پایانه در شبکه این شرکت حدود ۴۷ درصد افزایش یافته است؛ امری که از بهره‌برداری مؤثرتر و افزایش بهره‌وری شبکه پذیرندگی تاپ حکایت دارد.

میلیارد تراکنش با رتبه دوم فاصله داشت، توانسته این فاصله را به حدود ۱.۱۰۳ میلیارد تراکنش کاهش دهد و به دو شرکت بالای جدول نزدیک‌تر شود. همچنین، تعداد پایانه‌های فروش ثبت‌شده برای تجارت الکترونیک پارسیان با مدیریت بهینه

افزایش درآمد شاپرکی؛ کارمزد تراکنش‌ها بالا رفت

۲



اهمیت این افشا برای سهامداران رتاپ (نماد بورسی شرکت) از آن جهت است که اجرای این تغییرات، از زمان اجرا موجب افزایش ۱۸ درصدی درآمدهای شاپرکی شرکت خواهد شد. بر اساس اطلاعات منتشرشده در کدال، مبلغ فروش این خدمت در سال مالی قبل ۱۰,۳۷۷,۹۹۳ میلیون ریال بوده و درآمد حاصل از «کارمزد در شبکه پرداخت» حدود ۱۴ درصد از کل درآمد شرکت را تشکیل داده است. بنابراین، افزایش نرخ کارمزد می‌تواند یکی از عوامل مؤثر بر رشد درآمد در دوره‌های آینده باشد؛ هرچند میزان اثر نهایی بر سودآوری شرکت به عواملی مانند تعداد تراکنش‌ها، ترکیب درآمدها و هزینه‌های شرکت نیز بستگی خواهد داشت.

شرکت تجارت الکترونیک پارسیان در اطلاعیه‌ای که در سامانه کدال منتشر کرد، از تغییر نرخ فروش خدمات در شبکه پرداخت خبر داد. این مجوز از سوی شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک) صادر شده و نرخ جدید از ۲۰ شهریور ۱۴۰۵ اعمال خواهد شد. بر اساس این افشا، حداقل نرخ کارمزد دریافتی از پذیرندگان کارتخوان از ۱۲۰۰ ریال به ۲۰۰۰ ریال به ازای هر تراکنش افزایش یافته است. به این ترتیب، نرخ کارمزد در مرحله نخست حدود ۶۷ درصد افزایش پیدا می‌کند. البته شرکت در توضیحات خود اعلام کرده است که این نرخ از ابتدای آذرماه به ۲۴۰۰ ریال خواهد رسید. این تغییر در چارچوب بخشنامه بانک مرکزی به شماره ۵/۱۱۹۲۷۱ و ابلاغیه شاپرک انجام شده است.

تجارت الکترونیک پارسیان در زمره شرکت‌های دانش‌بنیان قرار گرفت

۳



نرم‌افزارهای رایانه‌ای» و با رتبه «نوآور» به تایید رسیده است. کسب این عنوان، علاوه بر صحه‌گذاری بر توانمندی‌های بومی و نوآورانه شرکت در حوزه زیرساخت‌ها و محصولات نرم‌افزاری صنعت پرداخت، امکان بهره‌مندی از مزایا و حمایت‌های قانونی متعددی از جمله تسهیلات در حوزه تحقیق و توسعه (R&D)، استفاده از اعتبارات مالیاتی و تسهیلات صندوق نوآوری و شکوفایی و همچنین ارتقای اعتبار تجاری در زیست‌بوم فناوری و مالی کشور را برای شرکت تجارت الکترونیک پارسیان فراهم می‌سازد.

طبق اعلام دبیرخانه ارزیابی شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان، تجارت الکترونیک پارسیان به عنوان نخستین شرکت ارائه‌دهنده خدمات پرداخت (PSP) در کشور، موفق به اخذ تاییدیه رسمی دانش‌بنیان با رتبه «نوآور» شد. بر اساس ارزیابی‌های صورت‌گرفته بر طبق آیین‌نامه اجرایی «قانون حمایت از شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات»، تاپ به عنوان پیشگام در صنعت پرداخت الکترونیک کشور، در حوزه فناوری «فناوری اطلاعات و ارتباطات و

صعود تجارت الکترونیک پارسیان به جایگاه سوم مبلغ تراکنش‌ها

۴



مهم‌ترین رویداد کارنامه تیرماه تاپ، صعود یک‌پله‌ای این شرکت در شاخص سهم بازار از نظر مبلغ تراکنش‌ها است. این شرکت با تصاحب ۱۰.۳۲ درصد از کل مبلغ تراکنش‌های شبکه پرداخت کشور، موفق شد خود را به رتبه سوم شرکت‌های پرداخت الکترونیک (PSP) برساند. همچنین تاپ در شاخص سهم از تعداد تراکنش‌ها نیز با ثبت سهم ۱۲.۴۰ درصدی، جایگاه استوار سوم خود را حفظ کرد.

شرکت تجارت الکترونیک پارسیان با تصاحب ۱۰.۳۲ درصد از کل مبلغ تراکنش‌های شبکه پرداخت کشور، موفق شد خود را به رتبه سوم شرکت‌های پرداخت الکترونیک (PSP) برساند. گزارش شاپرک (شماره ۱۳۳) مربوط به تیرماه ۱۴۰۵ نشان می‌دهد تاپ، با ثبت عملکردی درخشان و رشدی همه‌جانبه در شاخص‌های کلیدی، توانسته است سهم خود را از بازار پرداخت کشور به میزان چشمگیری افزایش دهد.

حمایت از ۱۴ هزار خانواده آسیب‌دیده جنگ رمضان با همراهی تاپ

۵



کیف پول اپلیکیشن تاپ به هموطنان آسیب‌دیده اختصاص داده است. زینالی در خصوص اصلاح فرآیندهای سنتی گذشته و استفاده از مزایای پرداخت الکترونیک در این پروژه بیان داشت: در گذشته صدور و ارسال کارت‌های فیزیکی نقدی یا بن‌کارت برای این خانوارها بسیار زمان‌بر بود

مصطفی زینالی، مدیر توسعه پذیرندگان تجاری شرکت تجارت الکترونیک پارسیان، از نقش‌آفرینی کلیدی زیرساخت‌های فنی این شرکت در اجرای پروژه بزرگ و هوشمند حمایت از خانواده‌های آسیب‌دیده در جنگ رمضان در سطح ملی خبر داد. وی تصریح کرد این شرکت توانسته است زیرساخت‌های فین‌تک نظیر کیف پول دیجیتال، زیرساخت‌های بانکی و شبکه پذیرندگان را به عنوان یک بازوی اجرایی قدرتمند در خدمت پروژه‌های کلان حمایتی کشور قرار دهد.

او افزود: در همین راستا و در قالب پروژه «کیف پول برکت»، بالغ بر ۴ هزار خانواده آسیب‌دیده در جنگ رمضان، از طریق شرکت تجارت الکترونیک پارسیان و اپلیکیشن تاپ از تسهیلات بلاعوض خرید لوازم خانگی برخوردار شده‌اند. این طرح ملی که با همکاری بنیاد برکت ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) عملیاتی شده، تاکنون در مجموع ۳۵۰ میلیارد تومان منابع را از طریق

و توزیع کمک‌ها را با تأخیر مواجه می‌کرد، اما شرکت تجارت الکترونیک پارسیان با حذف کامل کارت فیزیکی، سریع‌ترین مسیر یعنی ایجاد کیف پول اختصاصی «برکت» را روی اپلیکیشن تاپ پیاده‌سازی کرد. منابع مالی این طرح به صورت تجمیعی از دو کانال کمک بلاعوض بنیاد برکت و تسهیلات بانکی کم‌بهره در قالب وام ۶۰ ماهه با کارمزد ۴ درصد تأمین و در کیف پول کاربر تجمیع می‌شود.

شایان ذکر است در اجرای این طرح حمایتی، هموطنان توانستند لوازم خانگی مورد نیاز خود را در سریع‌ترین زمان و به آسان‌ترین شیوه ممکن خریداری کنند. این خدمات از طریق شبکه فروشگاه‌های طرف قرارداد با «تاپ»، شامل بیش از هزار نقطه فروش حضوری، عمدتاً متمرکز در استان‌های تهران، اصفهان، ایلام، کرمانشاه، همدان و مرکزی و همچنین ۱۰ پلتفرم آنلاین برای خرید غیرحضوری، در اختیار متقاضیان قرار گرفت.

بخش دوم، گزارش ۱۴۰۴ شاپرک رشد چشمگیر در بازار USSD و بهبود شاخص‌های اثربخشی



بر اساس داده‌های تراکنشی و شاخص‌های تجمیعی گزارش مربوط به سال مالی ۱۴۰۴ شاپرک، تجارت الکترونیک پارسیان با ثبت آمارهای قابل توجه در شاخص‌های مختلف سهم بازار و اثربخشی ابزارهای پذیرش، بیشترین رشد در ابزار پذیرش کدهای دستوری (USSD) و همچنین ارتقای چشمگیر شاخص‌های عملکردی کارنامه قابل توجهی از خود به جای گذاشته است.

◀ پیشتازی در بازار کدهای دستوری (USSD)

تاپ در حوزه تراکنش‌های کدهای دستوری عملکرد درخشانی به نمایش گذاشته و بیشترین میزان رشد سهم بازار را در میان تمامی شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت (PSP) به خود اختصاص داده است:
- **تعداد تراکنش‌های USSD:** سهم این شرکت از تعداد تراکنش‌های ابزار پذیرش کدهای دستوری به ۲۲.۹۷ درصد رسیده که نشان‌دهنده رشد ۳.۳۲ درصدی نسبت به سال گذشته است. تجارت الکترونیک پارسیان با این میزان افزایش، بالاترین رشد سهم تعدادی را در بین شرکت‌های PSP کسب کرده است.
- **مبلغ تراکنش‌های USSD:** در حوزه ارزش ریالی (مبلغ) تراکنش‌های کدهای دستوری نیز این شرکت با ثبت سهم ۲۵.۸۶ درصدی و رشد ۳.۴۸ درصدی نسبت به سال قبل، بیشترین افزایش سهم را در صنعت پرداخت کشور به دست آورده است.

◀ سهم‌کلی از تعداد و مبلغ تراکنش‌ها

در سال مالی ۱۴۰۴، سهم تاپ در مجموع شبکه پرداخت به شرح زیر ثبت شده است:
- **سهم کلی:** ۱۲.۲۰ درصد از کل تعداد تراکنش‌ها و ۹.۸۹ درصد از کل مبلغ تراکنش‌های صنعت پرداخت کشور
- **کارخوان‌های فروشگاه‌ها:** ۱۲.۳۷ درصد از تعداد تراکنش‌ها و ۱۰.۵۲ درصد از مبلغ تراکنش‌های کارخوان‌ها
- **تراکنش‌های اینترنتی:** ۶.۶ درصد از کل تعداد تراکنش‌های اینترنتی و ۷/۸۲ درصد از مبلغ تراکنش‌ها با رشد ۰/۹۵ درصدی نسبت به سال ۱۴۰۳
- **سهم در انواع خدمات (تعداد):** ۱۱.۹۴ درصد از تعداد تراکنش‌های خرید، ۱۶.۱۸ درصد از تعداد تراکنش‌های پرداخت قبض و خرید شارژ با رشد ۱/۱۳ درصدی نسبه به سال قبل و ۱۳.۰۳ درصد از تعداد تراکنش‌های مانده‌گیری
- **سهم در انواع خدمات (مبلغ):** ۹.۷۸ درصد از مبلغ تراکنش‌های خرید و ۱۱.۳۲ درصد از مبلغ تراکنش‌های پرداخت قبض و خرید شارژ

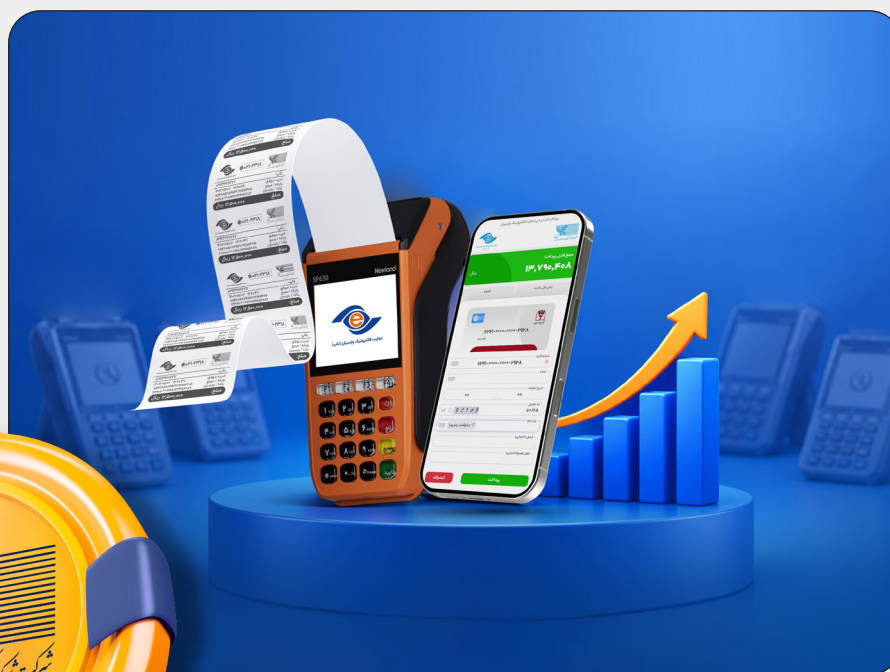
◀ توسعه ابزارهای موبایلی و مدیریت پایانه‌ها

- **ابزارهای موبایلی:** سهم این شرکت از تعداد ابزار موبایل فعال سیستمی نسبت به سال ۱۴۰۳ با رشد ۱.۹۱ درصدی همراه بوده است. همچنین در بخش ابزارهای موبایلی تراکنش‌دار سیستمی، تجارت الکترونیک پارسیان با ۲.۴۴ درصد افزایش سهم نسبت به سال گذشته، بیشترین میزان رشد را در میان شرکت‌های PSP به ثبت رسانده است.
- **کاهش ابزارهای کم‌تراکنش:** سهم ابزارهای کم‌تراکنش و فاقد تراکنش در سال ۱۴۰۴ این شرکت نسبت به سال ۱۴۰۳، به میزان ۲۸.۵۳ درصد کاهش یافته که نشان‌دهنده کیفی‌سازی ناوگان، پایش و مدیریت بهینه ابزارهای پذیرش است.

◀ بهبود شاخص‌های اثربخشی کارخوان‌های فروشگاه‌ها

در سال ۱۴۰۴ شرکت تجارت الکترونیک پارسیان موفق شد کارایی‌های جامع و مدیریت پایانه‌های فروش خود را ارتقا دهد:
- **کارخوان‌های فعال سیستمی:** شاخص اثربخشی این شرکت با ۰.۰۷ درصد بهبود، به عدد ۱.۳۵ رسید. کسب عدد بالاتر از یک نشان می‌دهد که توزیع کارخوان‌های فروشگاه‌های پارسیان موفق‌تر از میانگین صنعت بوده و توانسته تراکنش بیشتری جذب کند.
- **کارخوان‌های تراکنش‌دار:** شاخص اثربخشی این بخش نیز با ۰.۰۴ درصد بهبود به عدد ۱.۴۰ رسید؛ بدین معنا که میزان جذب تراکنش روی کارخوان‌های تراکنش‌دار این شرکت نسبت به سهم تعدادی آن‌ها از کل کارخوان‌های تراکنش‌دار کشور بالاتر بوده است.

بخش اول گزارش مرداد ۱۴۰۵ شاپرک کاهش چشمگیر کارخوان‌های فاقد تراکنش و ثبت بالاترین رشد در تعداد تراکنش‌های موبایلی



بر اساس جدیدترین گزارش شرکت شبکه پرداخت الکترونیک کارت (شاپرک) مربوط به مردادماه سال جاری، شرکت تجارت الکترونیک پارسیان جایگاه سوم را در میان شرکت‌های ارائه دهنده خدمات پرداخت (PSP) از نظر سهم تعداد و مبلغ تراکنش‌ها حفظ کرده است.

◀ رشد تراکنش‌های موبایلی و اینترنتی

بررسی داده‌های شاپرک نشان می‌دهد تاپ در مردادماه در بخش تعداد تراکنش‌های موبایلی، رشد ۴.۳۶ درصدی را نسبت به تیرماه ثبت کرده که بیشترین میزان رشد در میان شرکت‌های این حوزه بوده است. همچنین در شاخص سهم از مبلغ تراکنش‌های اینترنتی نیز این شرکت رشد ۱.۸۸ درصدی را تجربه کرده است. در حوزه ابزارهای پذیرش تراکنش‌دار، تجارت الکترونیک پارسیان با افزایش ۰.۲۹ درصدی در سهم تعداد کارخوان‌های فروشگاه‌های فعال، بالاترین رشد را نسبت به سایر شرکت‌ها به خود اختصاص داده است. طبق این گزارش، تاپ در کنار PSP‌های مطرح در صنعت پرداخت حجم قابل توجهی از تراکنش‌های کارخوان فروشگاه‌ها را به خود اختصاص داده است.

همچنین در شاخص نسبت تعداد خطای پذیرندگی به کل تراکنش‌ها، عملکرد شرکت بهبود ۰.۰۰۸ درصدی را نسبت به تیرماه ثبت کرده و به عدد ۰.۰۳۲ درصد رسیده است.

◀ شاخص‌های اثربخشی و مدیریت ابزارها

بررسی گزارش شماره ۱۳۴ شاپرک در خصوص کارخوان‌های فعال سیستمی نشان می‌دهد این شرکت با وجود داشتن ۸.۷۷ درصد از کل کارخوان‌های کشور (رتبه ششم)، توانسته ۱۲.۳۶ درصد از کل تراکنش‌ها (رتبه سوم) را جذب کند که این عملکرد، شاخص اثربخشی ۱.۴۰۹ را به همراه داشته است. در بخش کارخوان‌های تراکنش‌دار نیز تاپ با داشتن ۹.۱۹ درصد از کل ابزارها (رتبه پنجم)، موفق به کسب ۱۲.۳۶ درصد از کل تعداد تراکنش‌ها (رتبه سوم) شده که منجر به ثبت شاخص اثربخشی ۱.۳۴۵ شده است.

◀ کاهش قابل توجه کارخوان‌های فاقد تراکنش

علاوه بر این، در شاخص سهم از تعداد کارخوان‌های فاقد تراکنش از کل کارخوان‌های فعال سیستمی، تاپ در مردادماه موفق شد میزان کارخوان‌های فاقد تراکنش خود را ۴.۱۳ درصد کاهش دهد که نسبت به گزارش‌های گذشته تغییری قابل توجه به شمار می‌رود.

قابل ذکر است ثبت شاخص اثربخشی بالاتر از عدد یک و کاهش کارخوان‌های فاقد تراکنش بیانگر آن است

نام شرکت	فعال سیستمی هر شرکت		تغییر
	مرداد ۱۴۰۵	تیر ۱۴۰۵	
آسان پرداخت پرشین	۲۱/۲۵٪	۲۰/۴۲٪	۰/۸۲٪
الکترونیک کارت دماوند	۳۹/۲۹٪	۴۳/۶۱٪	-۴/۳۳٪
به پرداخت ملت	۸/۲۰٪	۷/۴۸٪	-۰/۷۲٪
پرداخت الکترونیک سداد	۱۴/۰۹٪	۱۷/۸۸٪	-۳/۷۹٪
پرداخت الکترونیک پاسارگاد	۱۹/۱۲٪	۲۲/۷۹٪	-۳/۶۸٪
پرداخت الکترونیک سامان	۱۷/۲۶٪	۱۶/۹۲٪	-۰/۳۴٪
پرداخت الکترونیک سپهر	۲۲/۱۱٪	۲۲/۵۹٪	-۰/۴۹٪
پرداخت نوین آریا	۱۷/۸۹٪	۱۷/۴۴٪	-۰/۴۶٪
تجارت الکترونیک پارسیان	۱۵/۱۵٪	۱۹/۲۸٪	-۴/۱۳٪
فرایردازان آروند امید	۲۰/۸۴٪	۲۱/۴۱٪	-۰/۵۷٪
فن آوا کارت	۴۴/۲۰٪	۴۴/۶۶٪	-۰/۴۶٪
کارت اعتباری ایران کیش	۲۱/۶۲٪	۲۱/۱۷٪	-۰/۴۵٪
مجموع	۱۸/۹۹٪	۱۹/۸۱٪	-۰/۱۸۲٪

◀ سهم تعداد کارخوان‌های فاقد تراکنش هر شرکت از کل کارخوان‌های فعال سیستمی آن - مرداد ۱۴۰۵

که جانمایی، توزیع و مدیریت کارخوان‌های تجارت الکترونیک پارسیان به گونه‌ای بوده که بازدهی و میزان تراکنش هر دستگاه، بیشتر از سهم کل تعداد کارخوان‌های آن در بازار کشور بوده است.

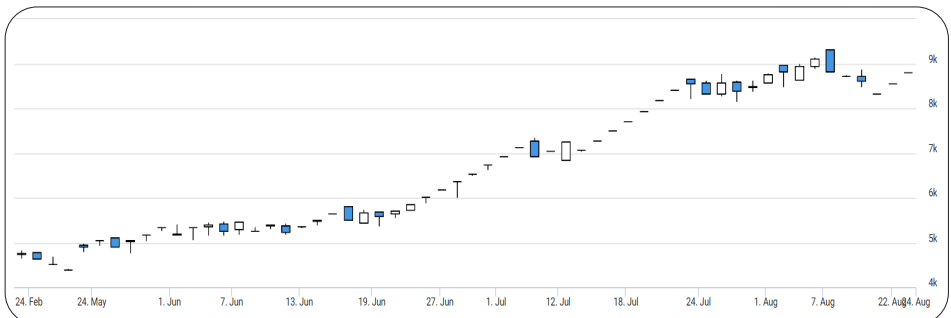
رتاپ؛ بهبود عملیاتی درآمد و بازاریابی انتظارات تکنیکال



سیدمحمد رضا اعلمی

کارشناس بازار سرمایه

عملکرد رتاپ در شش‌ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ۱۴۰۵ نشان می‌دهد شرکت در مسیر توسعه درآمد عملیاتی و بهبود سودآوری عملیاتی قرار گرفته است. درآمدهای عملیاتی شرکت با رشد ۴۱ درصدی از ۷,۰۷۹,۳۸۵ میلیون ریال در شش‌ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ۱۴۰۴ به ۹,۹۹۳,۶۴۶ میلیون ریال رسیده است. هم‌زمان، سود ناخالص با رشد ۱۱۸ درصدی به ۴۵۱,۴۰۲ میلیون ریال افزایش یافته و نتیجه عملیاتی شرکت از زیان ۲۳۳,۷۵۷ میلیون ریالی به سود ۳۵,۳۶۳ میلیون ریالی تبدیل شده است.

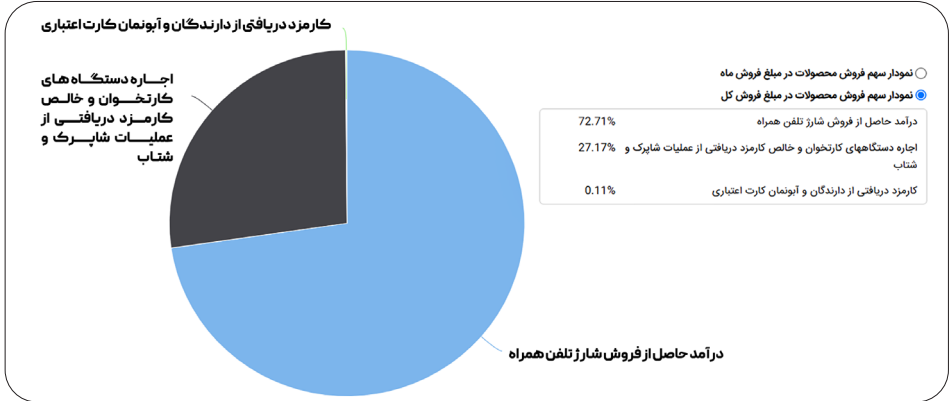


نمودار شش‌ماهه قیمت رتاپ

این تغییرات، از منظر بازار سرمایه، اهمیت بیشتری از رشد اسمی فروش دارد؛ زیرا نشان می‌دهد افزایش درآمد در حال انتقال به سطوح بالاتر صورت سود و زیان است. در چنین شرایطی، بازار معمولاً پیش از انعکاس کامل آثار رشد عملیاتی در سود هر سهم، به بهبود انتظارات خود واکنش نشان می‌دهد. روند صعودی قیمت رتاپ از محدوده حدود ۴,۵۰۰ ریال در اسفند ۱۴۰۴ تا محدوده ۸,۸۰۰ ریال در مرداد ۱۴۰۵ را می‌توان در همین چارچوب تحلیل کرد.

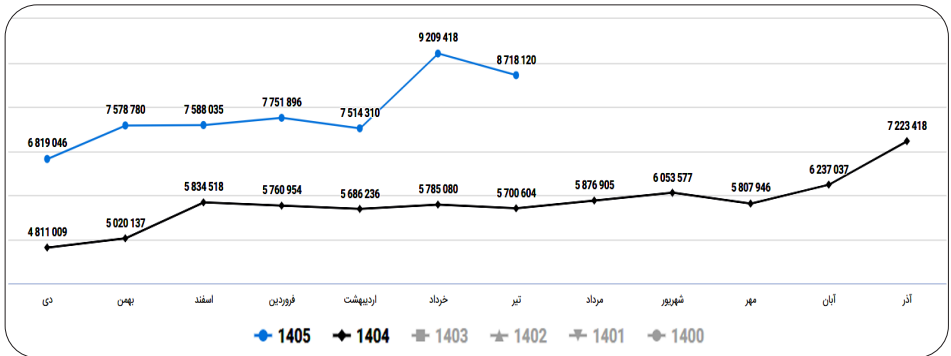
رشد فروش و نقش محصولات اصلی در درآمد شرکت

گزارش فعالیت ماهانه منتهی به ۳۱ خرداد ۱۴۰۵ نشان می‌دهد فروش شارژ تلفن همراه با رقم ۴۶,۴۶۱,۴۸۵ میلیون ریال، حدود ۷۳ درصد از جمع درآمدهای قابل شناسایی دوره را تشکیل می‌دهد. خدمات اجاره دستگاه‌های کارت‌خوان و خالص کارمزد عملیات شاپرک و شتاب نیز با رقم ۱۶,۹۵۲,۶۷۷ میلیون ریال، سهمی حدود ۲۶/۷ درصد دارد. درآمد حاصل از کارمزد دارندگان و آبونمان کارت اعتباری نیز حدود ۱ درصد از این ترکیب را شامل می‌شود.



نمودار سهم فروش محصولات در مبلغ فروش کل

در بخش فروش شارژ، درآمد تیر ۱۴۰۵ به ۸,۷۱۸,۱۲۰ میلیون ریال رسیده است؛ در حالی که این رقم در تیر ۱۴۰۴ برابر با ۵,۷۰۹,۶۰۴ میلیون ریال بوده است. بر این اساس، رشد سالانه فروش تیرماه حدود ۵۲/۹ درصد محاسبه می‌شود. درآمد خرداد ۱۴۰۵ نیز ۹,۲۰۹,۴۱۸ میلیون ریال ثبت شده است. میانگین درآمد حاصل از فروش شارژ در چهار ماه نخست سال ۱۴۰۵، حدود ۸,۲۹۸,۴۳۶ میلیون ریال بوده که در مقایسه با میانگین چهار ماه مشابه سال ۱۴۰۴، رشد تقریبی ۴۱ درصدی را نشان می‌دهد.



مبلغ فروش محصول (درآمد حاصل از فروش شارژ تلفن همراه)

اهمیت این ارقام در آن است که فروش شارژ، موتور اصلی گردش درآمدی شرکت محسوب می‌شود و خدمات پرداخت نیز به‌عنوان دومین محور درآمدی، ظرفیت تکمیل و تقویت این روند را دارد. از نگاه تحلیلی، استمرار رشد حجم فروش و بهبود سهم خدمات کارمزدی می‌تواند ترکیب درآمدی شرکت را در دوره‌های بعدی متوازن‌تر کند.

بهبود حاشیه سود؛ متغیر کلیدی برای ارزش‌گذاری

بهای تمام‌شده درآمدهای عملیاتی در شش‌ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ۱۴۰۵ با رشد ۳۹ درصدی به ۹,۵۴۲,۲۴۴ میلیون ریال رسیده است؛ اما رشد درآمد، از رشد بهای تمام‌شده بیشتر بوده و همین موضوع موجب افزایش سود ناخالص شده است. حاشیه سود ناخالص از حدود ۲/۹ درصد در دوره مشابه به حدود ۴/۵ درصد در دوره جاری ارتقا یافته است.

این بهبود در حاشیه سود، از نظر ارزش‌گذاری اهمیت اساسی دارد. در شرکت‌هایی که بخش عمده درآمد آن‌ها مبتنی بر حجم بالای عملیات است، حتی تغییر محدود در حاشیه سود می‌تواند اثر قابل‌توجهی بر سود عملیاتی و جریان نقدی ایجاد کند. علاوه بر این، هزینه‌های فروش، اداری و عمومی از ۴۴۰,۶۳۸ میلیون ریال به ۴۱۶,۰۳۹ میلیون ریال کاهش

یافته است. ترکیب رشد درآمد و کنترل این هزینه‌ها، زمینه تبدیل زیان عملیاتی به سود عملیاتی را فراهم کرده است. EPS پایه شرکت در شش‌ماهه ۱۴۰۵ برابر با ۴۲ ریال و سود خالص هر سهم ۴۱ ریال گزارش شده است. البته که این ارقام باید در چارچوب شش‌ماهه بررسی شوند و با EPS‌های نمایش داده‌شده در سامانه‌های معاملاتی که ممکن است مربوط به دوره‌های زمانی متفاوت باشند، یکسان تلقی نشوند.

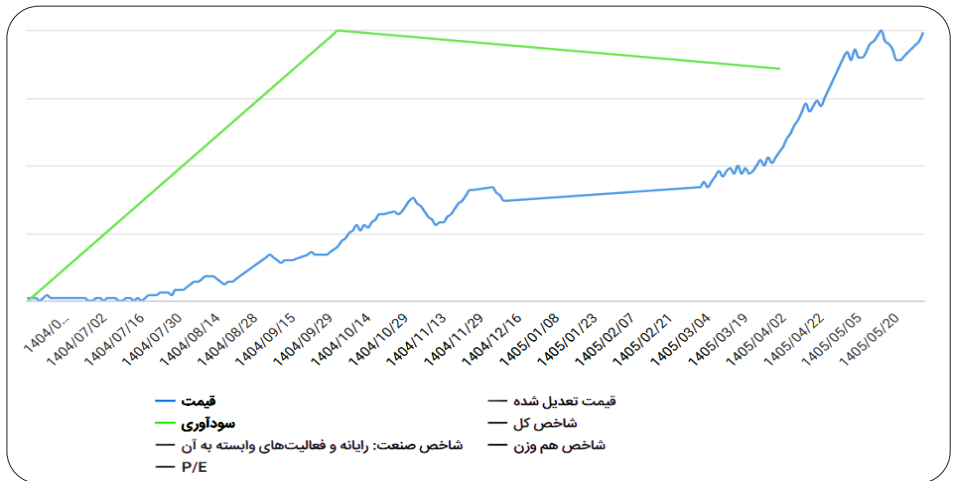
جریان نقد عملیاتی و ظرفیت پشتیبانی از روند بنیادی

جریان نقد عملیاتی خالص شرکت در شش‌ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ۱۴۰۵ برابر با ۸۹۹,۲۷۶ میلیون ریال بوده است. مثبت بودن جریان نقد عملیاتی نشان می‌دهد فعالیت اصلی شرکت توان ایجاد نقدینگی دارد. جریان نقد سرمایه‌گذاری نیز عمدتاً به خرید دارایی‌های نامشهود اختصاص داشته است؛ به‌گونه‌ای که خرید دارایی نامشهود ۴۴۲,۰۴۱ میلیون ریال ثبت شده است.

برای یک شرکت فعال در حوزه پرداخت الکترونیک، سرمایه‌گذاری در دارایی‌های نامشهود، زیرساخت نرم‌افزاری و توسعه خدمات دیجیتال می‌تواند با ظرفیت رشد آینده هم‌راستا باشد. از این منظر، کیفیت سرمایه‌گذاری و توان شرکت در تبدیل زیرساخت‌های ایجادشده به درآمد مستمر، متغیر مهمی در ارزیابی دوره‌های بعد خواهد بود.

پیوند داده‌های بنیادی با رفتار قیمت

قیمت سهام رتاپ در شش ماه منتهی به مرداد ۱۴۰۵ بیش از ۸۵ درصد رشد کرده است. این حرکت در چند مرحله شکل گرفته و از محدوده ۴,۵۰۰ ریال در اسفند ۱۴۰۴، ابتدا به محدوده ۶,۰۰۰ تا ۷,۰۰۰ ریال در خرداد و تیر ۱۴۰۵ و سپس به محدوده ۸,۵۰۰ تا ۹,۲۰۰ ریال در مرداد رسیده است.

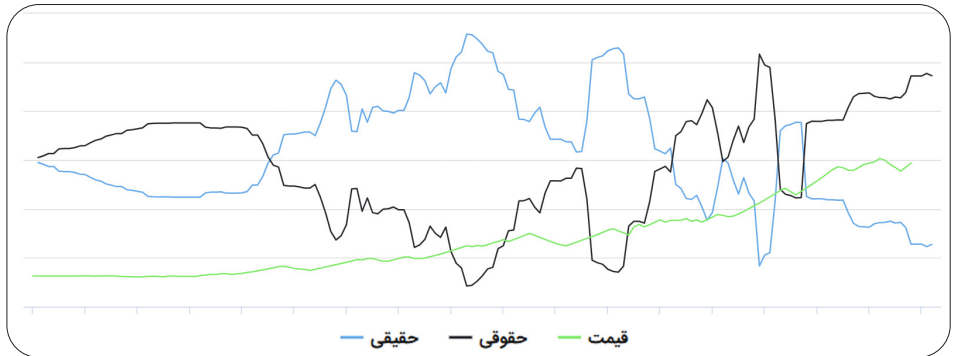


تطبیق نمودار قیمت روزانه سهام، سودآوری (رتاپ)

از منظر بنیادی، محرک اصلی این روند را می‌توان در سه عامل خلاصه کرد: رشد ۴۱ درصدی درآمد، رشد ۱۱۸ درصدی سود ناخالص و خروج عملکرد عملیاتی از زیان. بازار معمولاً به تغییر جهت سود عملیاتی حساس است؛ زیرا این شاخص نسبت به سود خالص، تصویر مستقیم‌تری از عملکرد فعالیت اصلی شرکت ارائه می‌کند. در نمودار قیمت، محدوده ۸,۱۸۰ تا ۸,۳۴۰ ریال به‌عنوان حمایت نزدیک و محدوده ۸,۶۰۰ تا ۹,۰۸۰ ریال به‌عنوان مقاومت مهم قابل بررسی است. تثبیت قیمت بالاتر از مقاومت یادشده، در صورت همراهی حجم معاملات، می‌تواند زمینه حرکت به سمت محدوده روانی ۱۰,۰۰۰ ریال را فراهم کند. البته حجم معاملات نیز باید به‌عنوان ابزار تأییدکننده شکست مورد توجه قرار گیرد.

رفتار حقیقی و حقوقی؛ تأییدکننده کیفیت حرکت قیمت

نمودار وابستگی حقیقی و حقوقی نشان می‌دهد جریان معاملات در دوره یک‌ساله منتهی به مرداد ۱۴۰۵ چندمرحله‌ای بوده است. در مقاطع مختلف، ورود و خروج سرمایه‌گذاران حقیقی و حقوقی با شدت‌های متفاوت رخ داده و قیمت نیز هم‌زمان مسیر صعودی خود را حفظ کرده است.



نمودار وابستگی حقیقی و حقوقی

در سطح فعلی، تداوم روند صعودی زمانی از پشتوانه بیشتری برخوردار خواهد بود که افزایش قیمت با رشد حجم معاملات، حفظ حمایت محدوده ۸,۱۸۰ تا ۸,۳۴۰ ریال و بهبود سرانه خرید حقیقی همراه شود. بنابراین، پیوند میان گزارش‌های ماهانه، سود ناخالص و رفتار نقدینگی، چارچوب مناسب‌تری برای ارزیابی رتاپ نسبت به اتکا به هر شاخص منفردی را فراهم می‌کند.

نتیجه‌گیری

رتاپ در سال ۱۴۰۵ نشانه‌های مشخصی از توسعه درآمد و بهبود عملکرد عملیاتی نشان داده است. رشد فروش شارژ، ارتقای حاشیه سود ناخالص و تبدیل زیان عملیاتی به سود، سه متغیر بنیادی مهمی هستند که می‌توانند انتظارات بازار را تقویت کنند. اثر این متغیرها تاکنون در روند صعودی قیمت تا محدوده ۸,۸۰۰ ریال منعکس شده است. در ادامه، رفتار قیمت در محدوده ۸,۶۰۰ تا ۹,۰۸۰ ریال، میزان همراهی حجم معاملات و انتشار گزارش‌های ماهانه، مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده مسیر تکنیکالی سهم خواهند بود. تثبیت رشد درآمد و تداوم بهبود سود عملیاتی می‌تواند پیوند میان ارزش‌گذاری بنیادی و روند قیمت را در دوره‌های بعدی مستحکم‌تر کند.

ورود به پرونده

ادامه از صفحه اول

امروز ممکن است درست در لحظه خرید، فقط با یک گزینه روبه‌رو شویم: «الان بخر، بعداً پرداخت کن.» چند کلیک می‌کنیم، اعتبارمان بررسی می‌شود و خرید انجام می‌شود؛ بدون اینکه به شعبه بانک رفته باشیم یا حتی احساس کنیم برای دریافت وام اقدام کرده‌ایم. برای من، اهمیت BNPL فقط در قسطی کردن خرید نیست. اتفاق مهم‌تری در حال رخ دادن است: اعتبار دارد از شعبه بانک به نقطه خرید منتقل می‌شود.

در مدل سنتی، اول سراغ اعتبار می‌رفتیم و بعد خرید می‌کردیم. در مدل جدید، ابتدا تصمیم خرید گرفته می‌شود و اعتبار همان‌جا و در همان لحظه وارد تجربه خرید می‌شود. به بیان دیگر، اعتبار کم‌کم از یک محصول مالی مستقل به بخشی از فرایند پرداخت تبدیل می‌شود. این تغییر در ایران اهمیت بیشتری دارد. ما برخلاف بسیاری از اقتصادهای توسعه‌یافته، هیچ‌وقت کارت اعتباری را در مقیاس گسترده تجربه نکردیم. کارت بانکی برای ما بیشتر ابزاری برای خرج کردن پول موجود در حساب بوده است. از طرف دیگر، تورم و کاهش قدرت خرید باعث شده دسترسی به اعتبار خرد برای بخش بزرگی از جامعه مهم‌تر شود.

برای همین فکر می‌کنم BNPL در ایران صرفاً یک روند وارداتی نیست. این ابزار می‌تواند بخشی از خلأ کارت اعتباری را پر کند. اما رشد تعداد کاربران یا حجم اعتبار به‌تنهایی نشانه موفقیت این بازار نیست. پشت هر خرید چندمیلیون تومانی یک زنجیره مالی واقعی

قرار دارد: پول را چه کسی تأمین می‌کند؟ هزینه این پول چقدر است؟ ریسک نکول را چه کسی می‌پذیرد؟ و مهم‌تر از همه، آیا اعتبار به کسی داده می‌شود که واقعاً توان بازپرداخت آن را دارد؟

اینجاست که داده و اعتبارسنجی اهمیت پیدا می‌کنند.

به نظرم رقابت آینده این بازار فقط بر سر این نیست که چه کسی اعتبار بیشتری می‌دهد. مسئله اصلی این است که چه کسی می‌تواند اعتبار درست را، به آدم درست، در زمان درست بدهد؛ با مدلی که هم برای مشتری قابل تحمل باشد و هم برای تأمین‌کننده اعتبار اقتصادی

باقی بماند.

شاید چند سال دیگر حتی BNPL اصطلاح اصلی این بازار نباشد و بیشتر درباره «اعتبار تعبیه‌شده» صحبت کنیم. اعتبار می‌تواند هنگام خرید کالا، رزرو سفر یا دریافت یک خدمت، درست مثل گزینه پرداخت، بخشی طبیعی و تقریباً نامرئی از تجربه ما شود.

این اتفاق برای صنعت پرداخت هم مهم است. سال‌ها سؤال اصلی این بود که پول موجود مشتری را چطور سریع‌تر و امن‌تر جابه‌جا کنیم.

حالا یک سؤال تازه هم مطرح شده است:

اگر مشتری در همان لحظه پول کافی نداشته باشد، چه کسی می‌تواند برای او قدرت خرید ایجاد کند؟

شاید بخش مهمی از آینده رقابت صنعت مالی نه در شعبه بانک، بلکه درست همان‌جایی رقم بخورد که مشتری تصمیم می‌گیرد دکمه «خرید» را بزند.



گفت‌وگو با داود حمزه مدیر فناوری‌های کسب و کار مالی اعتباری، درباره تحول در لندتک و BNPL

روایتی از خلق کیف پول در تجارت الکترونیک پارسیان

مسیر مالی اعتباری در شرکت تجارت الکترونیک پارسیان، داستان تبدیل یک ایده در روزهای کرونا به یک خط کسب‌وکاری با ۱۰۰ سازمان بزرگ است؛ بستری منطبق بر نیازهای واقعی جامعه با ترکیب هوشمندانه فناوری، رفتارشناسی کاربر و انضباط مالی...

شاید تا همین چند سال پیش، بحث مالی اعتباری یا خرید اعتباری یک سرویس فانتزی بود؛ طوری که کاربر با خودش می‌گفت: «فعلاً پول نقد دارم، ولی بدم نمی‌آید از اعتبارم استفاده کنم.» اما تورم شدید سال‌های اخیر، معادله را به کلی عوض کرد. خرید اعتباری دیگر یک انتخاب ترفنی نیست، بلکه یک «ضرورت معیشتی» برای حفظ قدرت خرید مردم است. اهمیت این حوزه ما را بر آن داشت تا به صورت جدی و تخصصی روی موضوع مالی اعتباری تمرکز کنیم. در ادامه داود حمزه، مدیر فناوری‌های کسب و کار مالی اعتباری شرکت تجارت الکترونیک پارسیان نحوه شکل‌گیری کیف پول در تجارت الکترونیک پارسیان و پیوند آن با اعتبار و پرداخت‌های موسوم به BNPL را تشریح می‌کند:

◀ بخش اول: متولد در روز سیزده‌بدر

اگر بخواهم داستان شکل‌گیری این حوزه را از نقطه صفر تعریف کنم، باید به آبان‌ماه سال ۱۳۹۸ برگردم. موضوع کیف پول نزدیک به یک دهه است که وارد فضای فین‌تک ایران شده، اما در ابتدا کسب‌وکارها صرفاً برای سروسامان دادن به امور داخلی، تسویه حساب‌های خرد و نگهداری مانده حساب مشتریان خودشان یک کیف پول ایجاد می‌کردند. سال ۹۸، ایده ساخت یک بستر جامع کیف پول در شرکت تجارت الکترونیک پارسیان کلید زده شد.

از آبان تا اواخر بهمن ۹۸، تمرکز کامل روی توسعه این زیرساخت گذاشته شد. در آن مقطع حساس و سرنوشت‌ساز، مهندس زمانی (معاونت وقت فنی) و آقای افصلی در بخش مالی، کمک‌های سازنده و حمایت‌های فراوانی از شروع پروژه داشتند که حتماً باید به آن اشاره کنم. در سال‌های اخیر نیز دکتر ساکیانی، مدیرعامل محترم تاپ، با حمایت‌های قاطع خود باعث شدند بتوانیم این زیرساخت بزرگ را به نقطه مطلوب فعلی برسانیم. یادم هست تست‌های نهایی سیستم را در اسفند ۹۸ گرفتیم و در روز سیزده‌بدر سال ۱۳۹۹ در اوج



از همان ابتدا سراغ مدل B2C رفتند؛ یعنی اعتبارهای خرد به اشخاص حقیقی دادند. اما ما در تاپ با رویکرد B2B استارت زدیم.

منطق ما روشن بود: پرسنل یک سازمان را بر اساس قراردادهای حقوقی مستحکم با خود آن سازمان احراز هویت و اعتبارسنجی کردیم.

امروز با صراحت می‌گویم که بیش از ۱۰۰ سازمان بزرگ کشور را وارد این زیرساخت

کرده‌ایم. اعتباری که به پرسنل این سازمان‌ها تخصیص داده می‌شود، در یک «کلوز لوپ» یا حلقه بسته بومی به گردش درمی‌آید؛ این حلقه شامل سرویس‌های متنوع اپلیکیشن تاپ، خدمات گردشگری، فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ و ده‌ها وب‌سایت آنلاین طرف قرارداد است.

ادامه در صفحه ۶

◀ بیش از ۱۰۰ سازمان بزرگ کشور را وارد

این زیرساخت کرده‌ایم. اعتباری که به

پرسنل این سازمان‌ها تخصیص داده

می‌شود، در یک «کلوز لوپ» یا حلقه

بسته بومی به گردش درمی‌آید...»

تعطیلات عید، زیرساخت کیف پول را به جای یک ابزار ساده، به‌عنوان یک سرویس ارزش‌افزوده روی اپلیکیشن «تاپ» اضافه کردیم.

استقبال فراتر از انتظار بود؛ تا پایان سال ۹۹ توانستیم بیش از یک میلیون کاربر جذب کنیم. با جا افتادن کیف پول، زنجیره بعدی یعنی «اعتبار» شکل گرفت. تا قبل از سال ۱۴۰۰، ساختار اعتباری درستی در کشور وجود

نداشت. ما از ابتدای سال ۱۴۰۰، محصول اعتباری‌مان را به پختگی رساندیم، اما با یک استراتژی کاملاً متفاوت و متمایز از بقیه بازار.

◀ بخش دوم: راه متفاوت پارسیان؛ BNPL سازمانی

اکثر بازیگران لندتک و BNPL (الان بخر، بعداً پرداخت کن) در ایران،

ادامه از صفحه ۵

حتی خدمات مجموعه‌های عظیمی مثل اسنپ، تپسی و دیجی‌کالا نیز از طریق این شبکه قابل استفاده است.

در سال ۱۴۰۱، با تصویب هیئت‌مدیره، تیم پروژه از بدنه اصلی تجارت الکترونیک پارسیان به مجموعه «تابان آتی‌پرداز» منتقل شد. علت چه بود؟ قلب کسب‌وکاری ما باید دقیقاً کنار «تاپ» می‌تپید. تاپ ساختاری استارت‌آپی‌تر، چابک‌تر و انعطاف‌پذیرتر داشت و از قوانین دست‌وپاگیر و سخت‌گیرانه فضای PSPها آزاد بود.

البته اتصال ما به تجارت الکترونیک پارسیان هرگز گسسته نشد؛ شریان اصلی مالی، حساب‌ها و اکشن‌های پایه کیف‌پول کماکان در زیرساخت امن تجارت مدیریت می‌شود. در حقیقت این پلتفرم پیچیدگی‌های عظیم مالی را پشت یک ظاهر ساده پنهان می‌کند.

کاری که روزی با نفرات اندکی شروع شده بود، امروز به مجموعه‌ای تبدیل شده که فقط در بخش فنی ۲۲ نیروی متخصص دارد. در کنار ما، تیم فروش پذیرندگی، تیم جذب سازمان‌ها و تیم مالی فعالیت می‌کنند؛ به‌طوری که امروز بالغ بر ۵۰ نفر مستقیماً در این حوزه کسب‌وکاری مشغول به کارند. صادقانه بگویم، روز اول فکر نمی‌کردیم ابعاد کار تا این حد بزرگ شود. پروژه‌های شبکه پرداخت معمولاً سنگلاخ‌های زیادی دارند، اما پای این کار ایستادیم و آن را ساختیم.

◀ بخش سوم: آناتومی لندتک در ایران و لبه تیغ ریسک

در دنیا، اعتبار بر اساس رفتار و پرونده مالی چنددهه‌ساله آدم‌ها در شبکه‌های بین‌المللی مثل Visa و Mastercard سنجیده می‌شود. آنجا فرد بر اساس نظم در پرداخت قبوض و صورت‌حساب‌ها اعتبار می‌گیرد و حتی می‌تواند خانه و ماشین بخرد. اما در اقتصاد تورمی ایران، شبکه بانکی از بازار عقب‌تر است. شما برای یک وام ۱۰۰ میلیون تومانی باید چک و ضامن ببری و با مشکلات زیادی مواجه شوی.

لندتک‌ها آمدند تا این فاصله را پر کنند. بانک‌ها دیدند چند همت تسهیلات دارند ولی قوانین دست‌وپاگیر بانکی اجازه خرج کردنش را نمی‌دهد؛ پس این منابع را در قالب خطوط اعتباری به لندتک‌ها دادند تا لندتک با احراز هویت چابک، آن را وارد چرخه مصرف کند.

اما یک محدودیت بزرگ وجود دارد: در ایران به دلیل عدم اتصال سامانه‌ها و نبود یک «هاب مستقل اعتبارسنجی»، کسب‌وکارها از رفتار مالی یکدیگر در قبال کاربر خبر ندارند! یک کاربر می‌تواند از

«در ایران به دلیل عدم اتصال سامانه‌ها

و نبود یک «هاب مستقل اعتبارسنجی»،

کسب‌وکارها از رفتار مالی یکدیگر در

قبال کاربر خبر ندارند! یک کاربر می‌تواند

از اسنپ، دیجی‌پی و تاپ هم‌زمان

اعتبار بگیرد، قسط یکی را ندهد ولی از

دیگری استفاده کند».

اسنپ، دیجی‌پی و تاپ هم‌زمان اعتبار بگیرد، قسط یکی را ندهد ولی از دیگری استفاده کند.

در چنین فضایی، بزنگاه اصلی لندتک، نرخ نکول (عدم بازپرداخت) است. هیچ‌کس در بازار عدد واقعی نکول خود را شفاف نمی‌گوید، اما به نظرم نرخ نکول بالای ۹ درصد، یک کسب‌وکار مالی را رسماً وارد زیان و ورشکستگی می‌کند. برخی مجموعه‌ها به دلیل نکول‌های سنگین B2C آسیب‌های جدی دیدند. دقیقاً به همین دلیل است که استراتژی ما در تاپ، تمرکز بر مدل سازمانی (B2B) بود. در مدل سازمانی، ریسک نکول تقریباً صفر است. سازمان، ضامن پرسنل است و اقساط از حقوق یا سنوات تسویه می‌شود. ما امنیت سرمایه را فدای ریسک‌های بی‌محابای B2C نکردیم.

شاید جالب باشد بدانید که هم‌اکنون روی زیرساخت کیف‌پول تاپ بیش از ۸۰ پروژه و مدل مالی ایجاد شده است و بزرگ‌ترین بازیگران پرداخت کشور برای پرداخت قبوض و برخی سرویس‌ها، از بستر و مدل مالی این کیف‌پول استفاده می‌کنند. بر این اساس بخش مالی اعتباری نه تنها هزینه‌های توسعه خود را پوشش داده، بلکه به یکی از موتورهای اصلی خلق ارزش و درآمدزایی برای شرکت تبدیل شده است. اگر این بستر توسعه داده نمی‌شد، قطعاً از رقابت در سطح اول فین‌تک کشور عقب می‌ماندیم.

◀ بخش چهارم: خط قرمز خلق پول و پایداری در روزهای سخت

وقتی از سیستم مالی و کیف‌پول صحبت می‌کنیم، بزرگ‌ترین خط قرمز فنی و حقوقی، «خلق پول» (Money Creation) است. شما

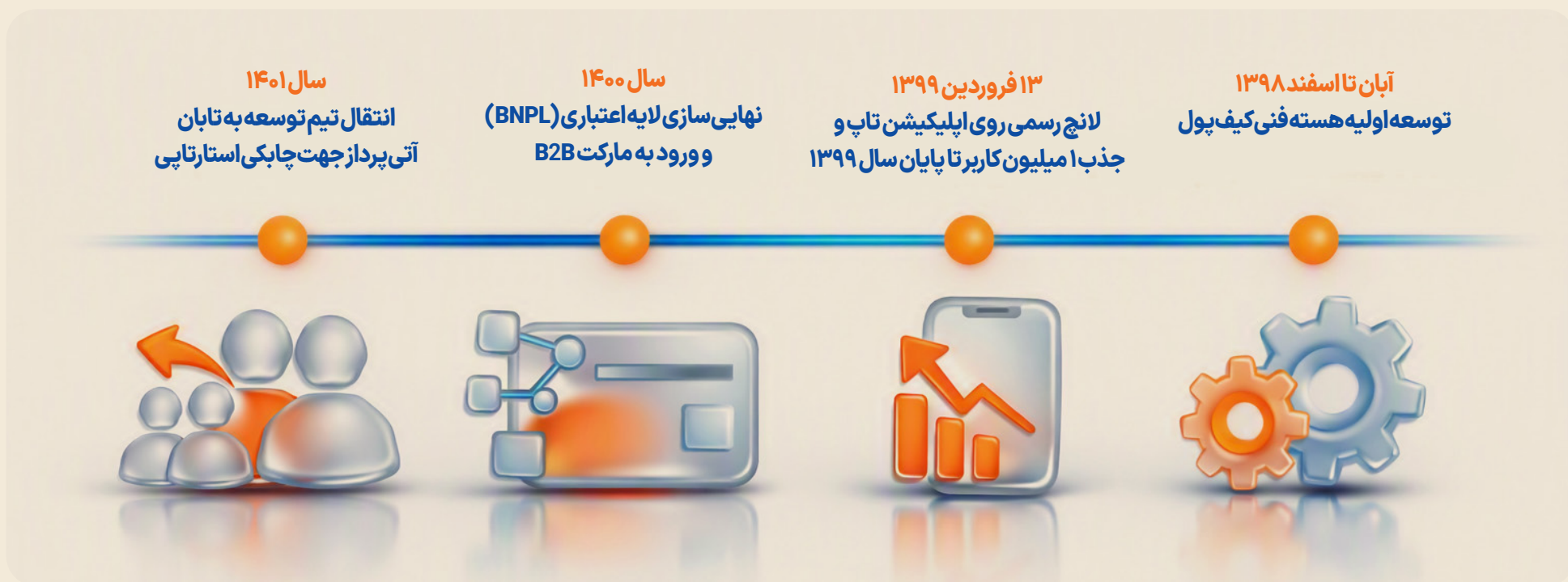
تحت هیچ شرایطی نباید در سیستم سند مالی بزنید یا اعتباری شارژ کنید که پشتوانه ریالی واقعی در دفاتر حسابداری برای آن وجود نداشته باشد.

خیلی از لندتک‌های نوپا، اپلیکیشن شیک و UI/UX فوق‌العاده‌ای داشتند، اما چون لایه سوم کار یعنی دفترداری کل (GL) و تطبیق‌های مالی را جدی نگرفتند، دچار مغایرت‌های سنگین ریالی و در نهایت ورشکستگی شدند. ما تجربه سنگین شبکه بانکی و پرداخت را پشت سر خود داشتیم؛ به همین دلیل، تمام ورودی‌ها و خروجی‌های کیف‌پول ما عین دفاتر رسمی حسابداری یک بانک، سند می‌خورند و پایش می‌شوند.

از طرف دیگر، در خدمات دیجیتال مالی، موضوع پایداری و در دسترس بودن ۷/۲۴ یک اصل حیاتی است. در فضای آنلاین، ساعت کاری معنی ندارد. ما پایش‌های شبانه‌روزی ۷ در ۲۴ داریم. سیستم‌های مانیتورینگ خودکار ما حتی کم شدن موجودی یک مخزن خاص مالی را بلافاصله به کارشناس مربوطه پیامک می‌کنند. نتیجه این انضباط فنی منجر به این شد که در شش ماه تا یک سال گذشته، حتی یک ثانیه قطعی ناخواسته یا ناشی از حملات سایبری نداشتیم. حتی در بحران‌ها و حملات سنگین سایبری که سرویس‌های مختلف کشور تحت فشار بودند، زیرساخت امن تجارت الکترونیک پارسیان و مانیتورینگ دقیق ما باعث شد هیچ اختلالی در ارائه خدمات به مردم ایجاد نشود.

◀ بخش پنجم: چشم‌انداز آینده؛ اعتبار نامرئی و هوش مصنوعی

صنعت مالی اعتباری در دنیا به سمت «مالیه تعبیه‌شده» (Embedded Finance)، «اعتبار نامرئی» (Invisible Credit) و «بازارزایی اعتبارسنجی با هوش مصنوعی» حرکت می‌کند. تکیه صرف بر سامانه‌های اعتبارسنجی سنتی دیگر پاسخگوی نیاز امروز نیست. ما در حال مطالعه و توسعه مدل‌هایی هستیم که بر اساس «داده‌های جایگزین» و رفتار واقعی کاربر تصمیم می‌گیرند. کاربری که قبوض خدماتی‌اش را مرتب و سر وقت می‌پردازد، آدمی منضبط و متعهد به بدهی‌هایش است. اگر این نظم در پرداخت قبض را کنار الگوی استفاده او از سایر خدمات اپلیکیشن قرار دهیم، الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند بدون نیاز به ضامن و وثیقه، امتیاز اعتباری (Credit Score) دقیقی برای او محاسبه کنند.



تاپ
سوپر اپلیکیشن
TOP.ir
نصب یا ارسال عدد ۱ به ۳۰۰۰۷۱
Google Play | App Store

پول نقد نگه ندار
کم کم تلاش کن!

تاپ گلد

گفت‌وگو با محمد صافدل، مدیر پشتیبانی و نگهداشت مشتریان تاپ، درباره مدل‌های نوین درآمدی، مدیریت ریسک و افق‌های تازه در حوزه پرداخت‌های اعتباری

تاپ؛ گام‌های استراتژیک در قلمرو خدمات اعتباری



ریسک‌پذیری‌های غیرمعقول به‌شدت پرهیز کرده است. حفظ توازن دقیق میان حاشیه سود منطقی، کاهش ریسک‌های عملیاتی و ورود قدم‌به‌قدم و مدبرانه به بازارهای جدید، اصل اساسی استراتژی تاپ در حوزه اعتباری است؛ اصلی که در عمل منجر به کسب سودآوری ملموس، واقعی و پایدار برای مجموعه شده است.

◀ تنوع‌خیره‌کننده در سبد محصولات؛ از اعتبار خرید و کیف الکترونیکی تا بن‌کارت تاریخی و کارت خانواده

اگر نگاهی به تاریخچه صنعت پرداخت در ایران بیندازیم، تاپ به عنوان نخستین صادرکننده «بن‌کارت» در کشور از اوایل دهه ۱۳۸۰، پیشگام عرضه کارت‌های اعتباری و رفاهی در ایران بوده است. این سابقه درخشان و ریشه‌دار باعث شده که بخش عمده‌ای از سازمان‌ها، ارگان‌ها و بنگاه‌های بزرگ اقتصادی کشور، از سال‌ها پیش با زیرساخت‌های پرداختی تاپ آشنایی دیرینه داشته باشند و نقدشوندگی، امنیت و اعتبار این برند را در بازار کاملاً لمس کرده باشند.

اما خدمات امروز تاپ بسیار فراتر از بن کارت‌های رفاهی ساده یا واریزهای مناسبی است. تاپ امروز یک بسته جامع، هوشمند و یکپارچه از خدمات مالی را در اختیار سازمان‌ها قرار می‌دهد تا تمام نیازهای رفاهی و اعتباری مجموعه خود را بدون نیاز به سامانه‌های متفرق پوشش دهند. این محصولات عبارتند از:

کارت‌های رفاهی اختصاصی و کارت هدیه: این کارت‌ها قابلیت سفارشی‌سازی و شخصی‌سازی کامل دارند. سازمان‌ها می‌توانند بر اساس نیازها، پروژه‌های خاص یا جهت پرداخت سرفصل‌های مدنظر درخواستی خود، این ابزارها را تنظیم و در اختیار نیروهایشان بگذارند.

باشگاه مشتریان و شبکه پذیرندگی اعتباری: تاپ موفق شده زنجیره‌ای متصل، بسیار گسترده و جامع از پذیرندگان و فروشگاه‌ها را در سراسر کشور ایجاد کند. این شبکه به دارندگان کارت اجازه می‌دهد تا از حداکثر تخفیف‌ها، پاداش‌های نقدی و طرح‌های جذاب بازگشت وجه (Cashback) بهره‌مند شوند.

کارت دانش‌آموزی: یک پاسخ کاملاً نوآورانه و جامع به نیازهای نسل جدید. این محصول بستری امن و جذاب را برای تمرین سواد مالی و مدیریت جیب و خرج دانش‌آموزان فراهم می‌کند، در حالی که همه چیز در یک چارچوب مشخص و تحت نظارت و کنترل والدین قرار دارد.

کارت خانواده: این ابزار کاربردی، دامنه خدمات پرداختی را از شخص پرسنل سازمان فراتر برده و به بستگان درجه‌یک آن‌ها تعمیم می‌دهد. هدف از این طرح، ارتقای چسبندگی مشتریان به برند تاپ و ارائه سرویس‌های رفاهی جامع‌تر و واقعی‌تر به بدنه خانواده‌هاست.

وجود چنین تنوع محصولی خیره‌کننده‌ای باعث شده تاپ دیگر صرفاً یک تامین‌کننده ابزار پرداخت یا سخت‌افزار کارتهای نباشد، بلکه به عنوان یک شریک استراتژیک و مشاور امین در حوزه مدیریت منابع انسانی و رفاهی در کنار سازمان‌های بزرگ کشور قرار گیرد.

◀ تحلیل فضای رگولاتوری، ورود Open Finance و نقش شگفت‌انگیز هوش مصنوعی

نمی‌توان از صنعت پرداخت و خدمات اعتباری صحبت کرد اما قوانین حاکمیتی و پیشرفت‌های روزافزون دنیای فناوری را نادیده گرفت. محمد صافدل با اشاره به فضای تنظیم‌گری در ایران توضیح می‌دهد که قوانین و دستورالعمل‌های بانک مرکزی و نهادهای ناظر اگرچه در مقطعی با چالش‌های تفسیری یا کندی در به‌روزرسانی همراه بوده‌اند، اما روند کلی و تاریخی نشان داده که فضای رگولاتوری همواره به سمت بهبود، پختگی و شفافیت بیشتر حرکت کرده است. نکته مهم این است که

صنعت پرداخت و ارائه خدمات مالی و اعتباری در کشور ما، فضایی فوق‌العاده پویا، سریع، پرچالش و مبتنی بر داده است. اگر بخواهید در چنین بازاری نه تنها دوام بیاورید، بلکه پیشرو و جریان‌ساز باشید، تنها داشتن ایده‌های جذاب کافی نیست؛ شما به تلفیقی از تفکر سیستماتیک، شناخت عمیق و به‌روز از فناوری‌های مالی، و از همه مهم‌تر، یک نگاه استراتژیک و هوشمندانه به تحولات بازار نیاز دارید.

در این شماره از نشریه «دیده‌بان»، به سراغ محمد صافدل رفته‌ایم. او که دانش‌آموخته رشته‌های کارشناسی مهندسی مخابرات و الکترونیک، کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار فناوری اطلاعات و دکترای مدیریت کسب‌وکار (DBA) است و سوابق اجرایی ارزشمندی در صنعت ارتباطات و پرداخت کشور دارد، در گفت‌وگو با دیده‌بان به سوالات ما پاسخ داده است.

◀ نگاه استراتژیک تاپ به خدمات اعتباری: ایجاد توازن میان سودآوری و مدیریت دقیق ریسک

در دنیای امروز، خدمات مالی و اعتباری دیگر به روش‌های سنتی محدود نمی‌شود و طیف بسیار وسیعی از مدل‌های مختلف کسب‌وکاری را پوشش می‌دهد. از یک طرف، اعتبار خرید کوتاه‌مدت یا همان الگوی جذاب BNPL را داریم که به‌ویژه میان نسل جوان و خریداران آنلاین محبوبیت بالایی پیدا کرده است؛ و از طرف دیگر، با مدل‌های ساختاریافته‌تر، سنگین‌تر و پیچیده‌تری مثل B2B، B2C و B2B2C روبرو هستیم.

در این میان، سوال اصلی برای هر مجموعه بزرگ این است: کدام الگو را باید انتخاب کرد؟ انتخاب درست، الگویی است که با توان زیرساختی، حفظ اعتبار برند و چشم‌انداز پایداری درآمدی سازمان همخوانی داشته باشد.

محمد صافدل در خصوص رویکرد اختصاصی تاپ توضیح می‌دهد که تمرکز اصلی تیم‌های کسب‌وکارهای مالی و اعتباری در این شرکت، بر طراحی و ارائه زیرساخت‌های جامع اعتباری برای سازمان‌ها، ارگان‌های دولتی و نیمه دولتی و شرکت‌های بزرگ بخش خصوصی معطوف شده است. الگو و فرمول اصلی تاپ در این بخش، اتکا به «اعتبار نهادی» سازمان‌هاست.

در این مدل، شرکت یا ارگان طرف قرارداد، در واقع نقش ضامن معتبر پرسنل خود را ایفا می‌کند. این رویکرد هوشمندانه باعث می‌شود که کارمندان و پرسنل آن سازمان‌ها بتوانند به‌راحتی از تسهیلات اعتباری متنوع، خریدهای اقساطی و خدمات رفاهی گوناگون استفاده کنند. اما نقطه طلایی اینجاست: در حالی که ارائه خدمات به مخاطب نهایی با حداکثر سرعت و آسانی انجام می‌شود، ریسک نکول مطالبات یا همان سوخت شدن سرمایه برای شرکت تاپ تقریباً به صفر می‌رسد!

این استراتژی دقیقاً در نقطه مقابل مدل B2C قرار دارد؛ یعنی همان ارائه مستقیم، عمومی و بدون ضامن اعتبار به کل جامعه. متأسفانه امروز شاهد هستیم برخی از بازیگران بازار که وارد حوزه B2C شده‌اند، با نرخ‌های نکول بسیار بالا و نگران‌کننده‌ای (که گاهی حتی به حدود ۲۰ درصد هم می‌رسد) دست‌پنجه نرم می‌کنند و بخش زیادی از منابع مالی‌شان از دست می‌رود.

اما تاپ با تکیه بر تجربه سه دهه‌ای خود و جایگاهی که به عنوان یکی از نمادهای اصلی ثبات، امنیت و اعتماد در صنعت پرداخت کشور دارد، از رفتارهای هیجانی، تعریف کمپین‌های پرریسک تبلیغاتی و

چارچوب‌های جدید همواره حامی کسب‌وکارهایی بوده‌اند که در بستر قانونی پرداختی فعالیت می‌کنند.

از سوی دیگر، ورود مفاهیم نو ظهوری مثل Open Banking (بانکداری باز) و به‌ویژه روند جدیدتر و فراگیرتر یعنی Open Finance (امکان جمع‌آوری داده‌های بانکی، بیمه‌ای، اعتباری، سلامت و رفتارهای مالی فرد)، تحولی شگرف و خیره‌کننده در مدل‌های اعتبارسنجی ایجاد خواهد کرد. تا پیش از این، اعتبارسنجی افراد بسیار محدود و سنتی بود و فقط به سوابق چک‌های برگشتی یا تسهیلات پرداختی بانکی نگاه می‌شد. اما با ظهور Open Finance، امکان بررسی همه‌جانبه، تحلیل رفتار مالی و حتی ارزیابی اعتبار اجتماعی افراد فراهم می‌شود.

این فناوری فوق‌العاده در کنار ابزارهای داده‌کاوی پیشرفته، تحلیل داده‌های بزرگ (Big Data) و هوش مصنوعی، ریسک اعتبارسنجی را به‌شدت کاهش می‌دهد، احتمال سوخت سرمایه را به حداقل می‌رساند و امکان ارتقای سواد مالی و ارائه تسهیلات عادلانه‌تر، سریع‌تر و هوشمندتر را برای تمام اقشار جامعه فراهم می‌سازد. شرکت تاپ به عنوان یک مجموعه پیشرو، از مدت‌ها قبل زیرساخت‌های فنی و نرم‌افزاری لازم برای بهره‌برداری از این فناوری‌ها را آماده کرده و هم‌اکنون در حال تدوین نسخه‌های نوآورانه‌ای است که به‌زودی در اختیار صنعت قرار خواهد گرفت.

◀ کار تیمی؛ رمز اصلی موفقیت و چشم‌انداز روشن آینده

در بخش پایانی این گفت‌وگو، محمد صافدل بر یک نکته کلیدی تأکید کرد: موفقیت‌های چشمگیر بدست آمده در حوزه خدمات مالی و اعتباری تاپ، به هیچ وجه قائم به فرد نیست. این دستاوردها حاصل یک ساختار تیمی یکپارچه، تخصصی، همدل و متعهد است.

تمامی بخش‌های سازمان از تیم‌های پشتیبانی و فنی گرفته تا واحدهای کسب‌وکاری و به‌ویژه همکاران پرتلاش در بخش پشتیبانی و نگهداشت مشتریان حلقه‌های متصل یک زنجیره ارزش هستند. به‌ویژه در شرایط حساس، فشار کاری بالا و بحران‌های بازار، همین پایداری سرویس‌دهی و پاسخ‌گویی و حضور بدون وقفه بوده که اعتماد سازمان‌ها و مشتریان را جلب و تثبیت کرده است. با برنامه‌ریزی‌های کلان و دقیقی که صورت گرفته، توسعه زیرساخت‌های نوین پرداختی و رونمایی‌های جدیدی که در آینده نزدیک انجام خواهد شد، حوزه کسب‌وکارهای مالی و اعتباری شرکت تجارت الکترونیک پارسیان در مسیر رشدی پایدار، سودآور و خیلی روشن قرار دارد. این بخش در آینده‌ای نزدیک، نقشی تعادلی، ماندگار و بسیار اساسی را در سبد درآمدهای عملیاتی شرکت ایفا خواهد کرد.



خبرنامه شماره ۳



خبرنامه شماره ۲

جهت مشاهده و دانلود شماره‌های گذشته خبرنامه، QR CODE مورد نظر را اسکن کنید



به گفته مدیر توسعه پذیرندگان تجاری تاپ، تاکنون بیش از ۴ هزار خانوار از طریق این سیستم هوشمند خرید خود را انجام داده‌اند و خدمات آن در نزدیک به ۱,۰۰۰ نقطه حضوری و ۱۰ وبسایت بزرگ کشوری فعال است.

◀ پروژه «تسهیلات حمل و نقل توان یابان»؛ توسعه عدالت شهری

پروژه دیگری که زینالی به تشریح آن می‌پردازد، طرح حمایت از افراد دارای معلولیت شدید و خیلی شدید (به‌ویژه جامعه نابینایان) است که با همکاری سازمان بهزیستی و وزارت رفاه به ثمر رسیده است.

زینالی با اشاره به لزوم اصلاح رویه‌های قبلی می‌گوید:

«پیش از این، بودجه ناچیزی تحت عنوان «سفر زیارتی یا سیاحتی» به معلولین داده می‌شد که با توجه به هزینه‌های سنگین پرواز و هتل، عملاً گرهی از کار آن‌ها باز نمی‌کرد. تیم تاپ با تغییر زاویه دید، به رگولاتور پیشنهاد داد این بودجه به حمل‌ونقل درون‌شهری اختصاص یابد تا مشکل تردد روزمره این عزیزان حل شود.»

او درباره مکانیزم اجرایی و اثرات اجتماعی این طرح تشریح می‌کند:

«با دریافت لیست شماره تلفن‌های افراد واجد شرایط از بهزیستی، تگ اختصاصی برای آن‌ها در شبکه تاپ فعال شد. اکنون این کاربران با ورود به اپلیکیشن تاپ، اعتبار حمایتی خود را روی سرویس‌های تاکسی اینترنتی اسنپ و تپسی دریافت می‌کنند. این کار باعث شده راننده تا درب منزل یا محل کار به سراغ توان‌یاب برود و او را به سلامت به مقصد برساند؛ طرحی که کیفیت زندگی و استقلال حرکتی را برای ۱۰۰ هزار معلول در کشور به شکل چشمگیری ارتقا داده است.»

◀ چالش بزرگ اکوسیستم لندتک: «نکول اعتباری» و خلاء رگولاتوری

زینالی بزرگ‌ترین مانع رشد صنعت اعتبارپردازی در کشور را «نرخ نکول» یا همان عدم بازپرداخت اقساط از سوی کاربران می‌داند. او با نقد خلاءهای قانونی موجود می‌گوید:

«زمانی که در یکی از شرکت‌هایی که در حوزه خرید اعتباری فعالیت می‌کرد مسئولیت پذیرفتم، نرخ نکول مجموعه ۲۸ درصد بود؛ عددی که هر کسب‌وکاری را نابود می‌کند. با پیاده‌سازی راهکارهای مدیریت ریسک، این عدد را به ۶ درصد رساندیم، اما همچنان در مقایسه با نرخ نکول زیر ۰.۱ درصدی بانک‌ها بالا است.» وی راهکار اساسی این معضل را ورود جدی رگولاتور (بانک مرکزی و شاپرک) می‌داند. به باور زینالی، اگر رگولاتور به فراهم‌کننده‌های اعتباری معتبر اجازه اتصال متمرکز به حساب‌های بانکی مشتری را بدهد تا در صورت عدم پرداخت، امکان بلوکه کردن یا برداشت خودکار بدهی فراهم شود (مشابه الگوهای جهانی نظیر direct debit)، ریسک نکول به صفر رسیده و رغبت بانک‌ها برای تأمین مالی طرح‌های لندتک جهش چشمگیری خواهد داشت.

◀ چشم‌انداز آینده؛ هوش مصنوعی و کارت‌های متصل به رمزارز

در انتهای این گفت‌وگو زینالی برنامه توسعه‌ای سال‌جاری را در دو محور موازی می‌داند و این‌گونه می‌گوید:

محور اول شامل الگوریتم‌های رفتارسنجی (Credit Scoring): استفاده از کلان‌داده‌ها (Big Data) برای تحلیل دقیق رفتار خرید کاربران در روزها و ساعت‌های مختلف هفته، جهت بهینه‌سازی مدل‌های تصمیم‌گیری اعتباری و سنجش ریسک است. محور دوم برنامه‌ها شامل نوآوری در نسل جدید کارت‌ها است. تیم توسعه کارت این مجموعه در حال طراحی و پیاده‌سازی کارت‌های نوین متصل به موجودی کیف پول‌های رمزارزی است تا کاربران بتوانند به صورت آنی، با تبدیل دارایی رمزارزی خود روی کارتهای فروشگاهی خرید کنند.

مصطفی زینالی مدیر توسعه پذیرندگان تجاری تاپ از توسعه پرداخت‌های ترکیبی، ضرورت همراهی رگولاتور با اکوسیستم لندتک و عبور از بن کارت‌های سنتی می‌گوید

تحول اعتباری در تجارت الکترونیک پارسیان؛ کلید مهار نکول کجاست؟

قابلیت پرداخت خرد (ترکیبی)؛ زینالی در این باره تشریح می‌کند:

«پیش از این اگر کاربر ۱۰ میلیون تومان اعتبار داشت، نمی‌توانست کالایی به ارزش ۱۰ میلیون و یک‌هزار تومان بخرد. اکنون با اضافه شدن قابلیت پرداخت خرد، کاربر سقف اعتبار خود را مصرف کرده و مابقی مبلغ را به‌صورت آنلاین از کارت بانکی خود پرداخت می‌کند.»

◀ بزرگ‌ترین شبکه پذیرندگان؛ از دیجی کالا تا اسنپ و آکالا

یکی از شاخص‌ترین دستاوردهای این معاونت طی دو سال اخیر، اتصال به بزرگ‌ترین هاب‌های تجاری و ارگان‌های دارنده اعتبار در ایران است. در حال حاضر برندهای بزرگی نظیر دیجی‌کالا، اسنپ، تپسی، آکالا، شهروند و هایپرمری در شبکه پذیرندگان تاپ فعال هستند. در سمت دارندگی نیز ارگان‌های عظیمی مانند شرکت ملی نفت و هلدینگ خلیج فارس از خدمات اعتباری و کارتی این مجموعه استفاده می‌کنند.

◀ تحقق مسئولیت اجتماعی (CSR)؛ پروژه‌های «برکت» و «بهزیستی»

بخش مسئولیت اجتماعی سازمانی در معاونت مالی-اعتباری تجارت الکترونیک پارسیان، صرفاً یک اقدام نمادین یا تبلیغاتی نیست؛ بلکه این مجموعه توانسته است زیرساخت‌های فنی-فین‌تک مانند کیف پول دیجیتال، زیرساخت‌های بانکی و شبکه پذیرندگان را به عنوان یک بازوی اجرایی قدرتمند در خدمت پروژه‌های کلان حمایتی و ملی کشور قرار دهد. زینالی جزئیات کاملی از چگونگی تحقق این مسئولیت اجتماعی را در قالب دو پروژه بزرگ ملی تشریح می‌کند:

◀ پروژه‌های کلان مسئولیت اجتماعی

زینالی، مسئولیت اجتماعی در این مجموعه را فراتر از یک اقدام نمادین یا تبلیغاتی دانسته و معتقد است زیرساخت‌های فنی-فین‌تک باید به عنوان یک بازوی قدرتمند اجرایی در خدمت پروژه‌های ملی قرار گیرند. او جزئیات تحقق این رویکرد را در قالب دو پروژه کلان حمایتی تشریح می‌کند:

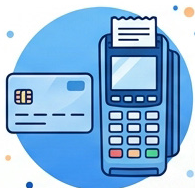
◀ پروژه «کیف پول برکت»؛ کمک به هموطنان آسیب‌دیده جنگ رمضان

زینالی در خصوص چالش‌های پروژه‌های حمایتی سنتی می‌گوید:

«در گذشته، فرآیند صدور، ثبت‌نام و ارسال کارت‌های فیزیکی یا بن‌کارت برای خانوارها بسیار زمان‌بر بود و توزیع کمک‌ها را با تأخیر جدی مواجه می‌کرد. ما در معاونت اعتباری تاپ، سریع‌ترین و کارآمدترین مسیر را انتخاب کردیم؛ حذف کامل کارت فیزیکی و ایجاد کیف پول اختصاصی «برکت» روی اپلیکیشن تاپ.»

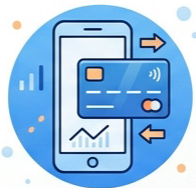
وی درباره مکانیزم مالی و فنی این طرح که با همکاری ستاد اجرایی فرمان امام (ره) برای نوسازی لوازم خانگی آسیب‌دیدگان جنگ رمضان اجرا شده، توضیح می‌دهد:

«منابع مالی این طرح از دو کانال کمک بلاعوض بنیاد برکت و تسهیلات بانکی کم‌بهره (وام ۶۰ ماهه با کارمزد ۴ درصد) تأمین شده و در ولت کاربر تجمیع می‌شود. اما بزرگ‌ترین دستاورد فنی ما، هدایت هوشمند منابع بود. برای اینکه این مبالغ صرفاً برای خرید کالاهای اساسی استفاده شود و وارد بازارهای موازی یا سوداگرانه نشود، کیف پول برکت را به صورت انحصاری به شبکه تأمین‌کنندگان لوازم خانگی ایرانی (مانند انتخاب و گلدیران) و پلتفرم‌های آنلاین (دیجی‌کالا و باسلام) متصل کردیم.»



کارت فیزیکی و مگا کارت

ابزار سازمان‌های بزرگ برای خرید از شبکه پوز اختصاصی



کارت مجازی

مدیریت هوشمند کسب و کارهای فروشگاهی و تهاثرهای سازمانی



کیف پول نقدی

ویژه تسهیلات و واریزی سازمان‌ها



کیف پول اعتباری

خرید اعتباری از بزرگترین فروشگاه‌های کشور

..... راه‌های ارتباطی



t.me/pec_news



instagram.com/pec.ir



linkedin.com/company/pec-ir

۰۹۹۹۰۱۴۱۰۳۵



تجارت الکترونیک پارسیان
روابط عمومی و تبلیغات

کلیه حقوق مادی و معنوی این خبرنامه متعلق به
شرکت تجارت الکترونیک پارسیان است