



عکس: میلاد برق تیاری
مؤسسه شبکه عصر تراکنش



عصر تراکنش



۲۴۴

ASAE TARAHOONESH.IR

ماهانامه اختصاصی مدیران
فناوری های مالی ایران

گفت وگو با فرهنگ شریفی، مدیرعامل باروک و محمدرسلول کاظمی، مدیرعامل تجارت شایان درباره
سناریوهای پیش روی صنعت تأمین مالی زنجیره تأمین

۱۴۰۵، سال SCF است

در آستانه سال ۱۴۰۵، فعالان حوزه تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) ایران این سال را نقطه عطفی برای صنعت خود می دانند؛ صنعتی که پس از سال ها مقاومت اکنون به بلوغی نسبی رسیده و آماده جهشی اساسی است. فرهنگ شریفی، مدیرعامل باروک و محمدرسلول کاظمی، مدیرعامل تجارت شایان در میزگرد پایان سال ماهنامه عصر تراکنش، ضمن تشریح سیر تحول این حوزه از سال ۱۳۹۷ تاکنون، بر ضرورت حرکت از مدل های فعلی بانکی به سوی نظام اعتبارمحور مبتنی بر داده تأکید کردند. به باور آنها، اقتصاد ایران دیگر ظرفیت ادامه مسیر پیشین را ندارد و SCF با جابه جایی اعتبار به جای پول، می تواند منابع قفل شده را آزاد کرده و توزیع عادلانه تری از نقدینگی ایجاد کند. آنها از ورود بازیگران جدید مانند صندوق ها و لیزینگ ها، همکاری با مارکت پلیس ها و بهره گیری از هوش مصنوعی برای اعتبارسنجی دقیق به عنوان تحولات پیش رو یاد کرده و تأکید کردند که سال ۱۴۰۵ می تواند نقطه آغاز شکوفایی این صنعت و خروج آن از دایره محدود بازیگران فعلی اش باشد.



رضا جمیلی

مدیر پنل

آقای شریفی، موضوع SCF و تأمین مالی زنجیره تأمین از جمله موضوعاتی است که با اندکی تأخیر در اکوسیستم، به ویژه در حوزه تجارت دیجیتال کشور، اهمیت یافته است. با این حال، حرکتی در این حوزه آغاز شده و طی چهار تا پنج سال اخیر سرعت بیشتری گرفته است. اگر نگاهی زمان مند و تاریخی به موضوع تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) داشته باشیم، چه تعداد دوره تحول و تغییر در این حوزه قابل مشاهده است و در حال حاضر در چه نقطه ای قرار داریم؟

فرهنگ شریفی: از سال های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ برخی از فعالانی که دانش مناسبی در این حوزه داشتند، فعالیت خود را در این حوزه آغاز کردند. از جمله نمونه های اولیه، شرکت سکوک بود که توسط دوستان توسنی ما راه اندازی شد. با این حال، در آن مقطع یک مسئله اساسی وجود داشت و آن فقدان دانش فنی SCF در بازار بود. تقریباً در گفت و گو با اغلب فعالان، آشنایی عمیقی با این حوزه مشاهده نمی شد. در آن زمان بنده در شبکه بانکی فعالیت می کردم و تلاش داشتیم این موضوع را در بخش هایی نظیر سازمان و روش های بانک یا واحدهای کسب و کار مطرح کنیم، اما آمادگی ذهنی لازم برای پذیرش آن وجود نداشت. این وضعیت ادامه داشت تا حدود سال های ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۱ که به تدریج شرکت های BNPL وارد بازار شدند.

به نظر من، ورود این شرکت ها منشأ تحولی شد که شبکه بانکی ناگزیر به یادگیری دانش فنی مرتبط با این حوزه گردید. با این حال، حتی امروز نیز بسیاری از همکاران در شبکه بانکی نسبت به این مفهوم که به جای جابه جایی پول، اعتبار جابه جا شود، مقاومت دارند. دانش ایجاد شده است، اما مقاومت همچنان وجود دارد. در دو تا سه سال اخیر، از ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۱ به این سو، اقدامات ارزشمند و قابل توجهی انجام شده است. از جمله همکاران ما، جناب کاظمی و تیم ایشان در تجارت شایان که اگر اشتباه نکنم از سال ۱۴۰۱ فعالیت خود را آغاز کردند. همچنین شرکت باروک از سال ۱۴۰۲ در سطحی متفاوت فعالیت خود را شروع کرد؛ در سطحی که ما از آن با عنوان «اعتبار پذیرنده» یا همان مرچنت کردیت یاد می کنیم.

در حوزه SCF، بنده سه بخش قائل هستم: بخش پایین دستی که «اعتبار مصرف کننده» یا کانسیومر کردیت است، بخش میانی که همان اعتبار پذیرنده است و بخش بالادستی که «اعتبار کسب و کار»

یا بیزینس کردیت نامیده می شود. البته بخش بالادستی می تواند شامل لایه های متعددی باشد، اما در مجموع آن را بیزینس کردیت می نامم. به نظر می رسد باروک از نخستین شرکت هایی بود که وارد حوزه مرچنت کردیت شد و اکنون نیز پایگاه گسترده ای از پذیرندگان برای خود ایجاد کرده است. در پاسخ به پرسش شما درباره جایگاه کنونی صنعت SCF در کشور، معتقدم این صنعت نیاز جدی به سرمایه گذاری در حوزه های تشخیص و مدیریت تقلب دارد.

همچنین سرمایه گذاری در رتبه اعتباری از ضرورت های اساسی این بخش است و در حال حاضر این خلأ به شدت احساس می شود. در حوزه وصول مطالبات نیز همچنان ابزارهای کافی وجود ندارد و بسیاری از فعالان به بانک ها اتکا می کنند. به نظر می رسد نهادهای نظارتی و رگولاتوری باید این موضوع را در اولویت قرار دهند که شرکتی که پلتفرم SCF ارائه می کند و در قالب مشارکت با بانک ها اقدام به اعطای اعتبار می کند، باید ابزار مؤثر و کارآمدی برای وصول مطالبات خود نیز در اختیار داشته باشد. اتکا به فرایندهای قضایی که ممکن است ماه ها یا حتی سال ها به طول بینجامد، راهکار کارآمدی محسوب نمی شود. در نهایت، مجدداً بر موضوع آموزش تأکید می کنم. در این حوزه ظرفیت گسترده ای برای آموزش وجود دارد و همچنان نیاز جدی به توسعه دانش و ارتقای آگاهی احساس می شود.

آقای کاظمی، مایلم تحلیل شما را نیز در خصوص همین پرسش بدانم. آیا شما نیز، چه در لایه تعریف و چه در سطح بندی ای که آقای شریفی مطرح کردند، سطح یا تعریف دیگری برای SCF در ایران امروز قائل هستید؟

محمدرسل کاظمی: بزرگ ترین معضلی که صنعت SCF از گذشته تاکنون با آن مواجه بوده و همچنان نیز وجود دارد، مسئله فرهنگ سازی است. همان گونه که آقای شریفی نیز اشاره کردند، این فرهنگ سازی هم در لایه های بانکی و اعتباری ضرورت دارد و هم در سمت مشتریان، تا بتوانند از این ابزارها به درستی استفاده کنند. به جز سکوک که پیش تر فعال بود، سایر بانک ها نیز در حوزه SCF فعالیت هایی داشته اند. برای مثال، بانک ملت با پروژه «سامیار» وارد این حوزه شد و دیگر بانک ها نیز اقدامات مشابهی انجام داده اند. باید توجه داشت که SCF ابزاری

است که بر بستر مدیریت زنجیره تأمین (SCM) قرار می گیرد؛ به عبارت دیگر، یک ابزار پرداخت است که در دل یک زنجیره دیگر تعریف می شود. با این حال، در ایران حتی فرهنگ SCM نیز به طور کامل شکل نگرفته و هر شرکت یا هلدینگ، پلتفرم مستقل خود را دارد. در تجارت شایان نیز تمرکز ما بر ابزار بوده است. اگر قصد داشتیم مشابه سامیار وارد حوزه SCM شویم و ابزار پرداخت آن را بر پایه اعتبارات SCF تعریف کنیم، احتمالاً با چالش های مضاعف مواجه می شدیم. مدلی که در نهایت انتخاب کردیم و در بانک تجارت نیز موفق بود، ارائه ابزار محور SCF به کسب و کارها بود. نقطه ای که اکنون در صنعت SCF کشور قرار داریم، به نظر من آغاز یک فصل تازه و نخستین گام جدی در این مسیر است.

ابزارهایی مانند ال سی داخلی و اوراق گام همچنان به صورت دستی و موردی در بانک ها و سیستم ها مورد استفاده قرار می گیرند. در نگاه بین المللی، SCF صرفاً بانکی نیست و مدل های متنوعی وجود دارد که شرکت ها و نهادهای مختلف می توانند از آن برای تأمین مالی استفاده کنند. با توجه به اینکه در ایران محوریت نظام مالی در اختیار بانک ها است و بانک مرکزی نیز ضوابط خاص خود را دارد، ورود بانک ها را می توان نخستین گام دانست. با این حال، بازارهای مالی، شرکت ها و هلدینگ ها نیز می توانند برای مدیریت نقدینگی خود از این ابزار بهره ببرند. به نظر می رسد در سال های آینده شاهد رشد فزاینده این صنعت در میان شرکت ها و هلدینگ ها خواهیم بود؛ همان گونه که هم اکنون نیز برخی هلدینگ ها به این سمت حرکت کرده و از ابزارهای بانکی در پلتفرم های خود استفاده می کنند.

در مجموع، ظرفیت توسعه در این حوزه بسیار گسترده است. در خصوص لایه بندی زنجیره نیز، همان گونه که آقای شریفی اشاره کردند، می توان آن را در چند سطح تحلیل کرد؛ از پایین دست به بالادست و بالعکس. شرکت تجارت شایان در آغاز فعالیت خود، اعطای اعتبار از بالادست به پایین دست را آغاز کرد. برای مثال، یک شرکت تأمین کننده خودرو اعتبار قابل توجهی از بانک تجارت دریافت می کرد و این اعتبار میان تأمین کنندگان قطعات توزیع می شد. در اینجا نیز فرهنگ سازی اهمیت بالایی داشت؛ زیرا در ابتدا این پرسش مطرح می شد که تفاوت این مدل با دریافت چک یا دریافت

اگر بخواهیم سطح بندی کنیم و فرضاً ۱۰ سطح برای بهره برداری از کل ظرفیت های SCF در نظر بگیریم، به نظر می رسد هنوز حتی سطح نخست را نیز به طور کامل پشت سر نگذاشته ایم.

مهرتراکس

میزگرد

۲۴۵

اسفند ۱۴۰۴

سال نهم
شماره صد و دوم



جمله لاین های شرکتی، تجاری و اصناف می شود.

اگر قرار باشد تغییرات بزرگ تری رخ دهد تا این چند میلیون کسب و کار خرد و متوسط فعال در کشور بتوانند از مزایای SCF بهره مند شوند، چه اقداماتی باید در

اولویت قرار گیرد؟

شریفی: اساساً این صنعت قرار نیست بر پایه نقدینگی گردش پیدا کند، بلکه مبنای آن اعتبار و انتقال اعتبار است. به نظر من بانک های متعددی وجود دارند که علاقه مندند و می توانند به عنوان آندرایتر و تضمین کننده اعتبار ایفای نقش کنند و به پیشبرد این صنعت کمک کنند. اما در بخش ERP ها با چالش جدی مواجه هستیم. همان گونه که آقای کاظمی نیز بیان کردند، بسیاری از ارائه دهندگان ERP اساساً درک روشنی از این موضوع ندارند.

در جلسات متعددی که با این شرکت ها داشته ام، نخستین گام ما صرفاً توضیح این بوده است که دقیقاً چه کاری انجام می دهیم و چه انتظاری از آنها داریم. برای مثال، اینکه چرا لازم است محتوای فاکتور در اختیار ما قرار گیرد؛ زیرا باید امکان ردیابی اعتبار فراهم باشد و در صورت لزوم بتوان نشان داد که اعتبار تخصیص یافته دقیقاً در قبال چه اقلامی از آن فاکتور مصرف شده است تا از بروز تخلفاتی مانند پول شویی جلوگیری شود. بسیاری از این شرکت ها نه تنها زیرساخت لازم را ندارند، بلکه اساساً چنین کارکردی را در طراحی خود پیش بینی نکرده اند.

همچنین این نگاه نیز وجود نداشته که وقتی یک شرکت پخش مشخص به ۱۰ هزار فروشگاه کالا عرضه می کند، بتوان از این داده ها برای تولید داده تحلیلی، اعتبارسنجی و رتبه بندی این فروشگاه ها استفاده کرد. نکته دیگر مربوط به ماهیت SME ها است. اگرچه تعداد آنها بسیار زیاد است، اما در عین حال از پایداری کمی برخوردارند. ممکن است یک کسب و کار به دلیل افزایش اجاره یا شرایط تورمی، در پایان سال فعالیت خود را متوقف کند. به عنوان نمونه، در مورد یک سوپرمارکت، پیش تر با حدود یک میلیارد تومان می توانست فعالیت خود را آغاز کند؛ ۵۰۰ میلیون تومان برای ودیعه و ۵۰۰ میلیون تومان برای تأمین موجودی کالا. اما با افزایش تورم، همان ۵۰۰ میلیون تومان دیگر برای تأمین کالا کافی نیست و ناگزیر به استفاده از مدل های SCF و دریافت اعتبار می شود.

علاوه بر موجودی خود، می توانید با اعتبار تخصیص یافته نیز این سرمایه گذاری را انجام دهید، به طور طبیعی به این جریان می پیوندید؛ زیرا نه تنها با منابع نقدی خود، بلکه با اعتبارتان نیز خرید می کنید. مشابه همین منطق در سطح بنگاه نیز برقرار است؛ یعنی شرکت به جای اتکا صرف به نقدینگی خود، می تواند از اعتبار مبتنی بر جریان زنجیره تأمین استفاده کند.

فارغ از نتیجه سرمایه گذاری، استفاده از اعتبار به شما امکان می دهد علاوه بر منابع نقدی خود، از ظرفیت اعتباری تان نیز برای افزایش قدرت خرید بهره بگیرید. این فرهنگ باید در شرکت ها و کسب و کارها نهادینه شود و پس از آن، مدل کسب و کار و الگوی رفتاری آنها با این سیستم منطبق شود. همان گونه که آقای شریفی نیز مطلع هستند، ما خود نیز دقیقاً این مسیر را طی کرده ایم. رسیدن به بلوغ در این حوزه مستلزم سرمایه گذاری قابل توجه از سوی شرکت ها، فین تک ها و بانک ها است؛ اما در نهایت، این سرمایه گذاری به افزایش بهره وری و خلق مزیت رقابتی برای بنگاه ها منجر می شود.

درباره جایگاه فعلی به نظر من اگرچه هنوز با استانداردهای بین المللی فاصله داریم، اما در نقطه شروع قابل قبولی قرار گرفته ایم. دست کم توانسته ایم این فرهنگ و نیاز را در شبکه بانکی ایجاد کنیم و خطوط مختلفی در این حوزه شکل دهیم. برای نمونه، شرکت تجارت شایان در سال گذشته حدود ۱۲۰ همت تراکنش در صنعت تأمین مالی زنجیره تأمین ثبت کرده است که شامل لاین های متنوعی از

اعتبار با سررسید مشخص چیست. با آشنایی بیشتر شرکت ها با این سازوکار، مشخص شد که این سیستم می تواند شفافیت مالی ایجاد کند و امکان گردش اعتبار در زنجیره را فراهم آورد؛ به گونه ای که تأمین کنندگان نیز بتوانند نیازهای خود را از زنجیره های بعدی تأمین کنند. این مدل هم از بالادست به پایین دست و هم از پایین دست به بالادست اجرا شد.

در برخی موارد، زمانی که اعتبار تخصیص یافته از سوی بانک در لایه بالادستی به اتمام می رسید، راهکار این بود که اعتبارات خرد در لایه های پایین دست تجمیع شود تا مجدداً به لایه بالادستی بازگردد و امکان خرید مجدد فراهم شود. در نهایت، می توان این لایه بندی را در سه سطح اصلی تعریف کرد: لایه نخست، اعتبارات خرد و نهایی مصرف کنندگان؛ لایه میانی، مرچنت ها؛ و لایه بالادستی، کارخانه ها و تولید کنندگان نهایی.

چرا تصور می کنید مدل های قدیمی تأمین مالی زنجیره تأمین دیگر کارایی لازم را ندارند و آینده ناگزیر به سمت این الگوی جدید حرکت خواهد کرد؟

کاظمی: شاید مسئله اصلی همان ناآگاهی باشد. بسیاری از فناوری ها و سرویس های نو ظهور وارد بازار می شوند و حتی خود ما نیز ممکن است نسبت به آنها عقب تر باشیم. برای مثال، اگر شما به عنوان فردی که در حساب خود موجودی دارید قصد سرمایه گذاری داشته باشید، می توانید با همان پول موجود اقدام به خرید سکه، طلا یا سایر دارایی ها کنید. اما اگر بدانید

با این حال، پایداری این کسب و کار نیز تضمین شده نیست و همین موضوع ریسک نکول را افزایش می دهد. در پاسخ به پرسش شما درباره جایگاه فعلی در حوزه رتبه سنجی، باید صراحتاً بگویم که متأسفانه در کشور اقدام مؤثری در این زمینه انجام نشده است. آنچه امروز تحت عنوان رتبه های اعتباری A، B، C، D و نظایر آن ارائه می شود، بیش از آنکه یک نظام جامع اعتبارسنجی باشد، نمایشی از آن است. بسیاری از داده های واقعی یک SME یا مرچنت در این رتبه بندی ها لحاظ نمی شود. در شرایطی که بخش قابل توجهی از اطلاعات هویتی و مالی افراد در فضای عمومی در دسترس است، همان داده ها در جایی که باید تجمیع و مصرف تحلیلی شوند، به کار گرفته نمی شوند. طی سال های گذشته چند تلاش برای ایجاد شرکت های رتبه سنجی در کشور انجام شد که اغلب با چالش مواجه شدند؛ تنها شرکتی که تا حدی فعال است، شرکت رتبه بندی اعتباری ایرانیان است که با الزام بانک مرکزی به شبکه بانکی شکل گرفت. با این حال، حتی این شرکت نیز به داده های کلیدی دسترسی ندارد؛ از جمله تراکنش های شاپرکی یک مرچنت، عملکرد و رفتار حساب بانکی او، یا حجم واقعی معاملات ماهانه اش. به عنوان مثال، مشخص نیست یک مرچنت در ماه ۵۰۰ میلیون تومان یا یک میلیارد تومان گردش کالایی دارد. داده های موجود عمدتاً محدود به چک برگشتی یا وضعیت تسهیلات معوق و مشکوک الوصول است. بنابراین، همان گونه که در ابتدا عرض کردم، تمرکز جدی بر رتبه بندی ضروری است و همان طور که شما نیز اشاره کردید، این رتبه بندی می تواند در همکاری با شرکت های ERP به صورت مؤثرتری محقق شود؛ زیرا ERP ها به صورت دقیق از میزان خرید، فروش و فاکتورهای یک مرچنت آگاه اند و به داده های عملیاتی او دسترسی دارند.

اگر در همان مدل های پیشین SCF در کشور باقی بمانیم، چه خسارتی متوجه بخش تجارت و تولید خواهد شد؟

شریفی: معتقدم اقتصاد ایران دیگر ظرفیت ادامه مسیر به شیوه پیشین را ندارد. هرچند اقتصاددان نیستم و ممکن است این دیدگاه محل نقد باشد، اما بر اساس آنچه در عمل و در بطن کسب و کار مشاهده می کنم، بخش قابل توجهی از منابع شبکه بانکی در مطالبات معوق و

مشکوک الوصول یا در املاک و دارایی های غیرمولد قفل شده است. در چنین شرایطی اساساً منابعی باقی نمی ماند که بتوان با همان الگوی سنتی گذشته ادامه داد. بنابراین، حرکت به سمت مدل مبتنی بر اعتبار، یک انتخاب اختیاری نیست، بلکه ضرورتی اجتناب ناپذیر است. این شاید سریع ترین و صریح ترین پاسخی باشد که می توانم ارائه کنم. نکته دوم به موضوع نوآوری بازمی گردد. در الگوی سنتی، حتی در مواردی که اعتبار اعطا می شد، این اعتبار نه به صورت عادلانه و نه به صورت هوشمند توزیع می شد. در مقابل، نوآوری و دیجیتالیزه کردن فرایندها این امکان را فراهم می کند که توزیع اعتبار هم عادلانه تر باشد و هم مبتنی بر تحلیل داده و تصمیم گیری هوشمندانه انجام شود. به نظر من، همین دو عامل، محدودیت ساختاری منابع و ضرورت توزیع هوشمند و عادلانه اعتبار، ما را ناگزیر می کند که به سمت مدل های جدید حرکت کنیم.

آقای کاظمی، به نظر شما چه نوآوری های دیگری در حوزه SCF پیش روی ما قرار دارد؟

کاظمی: همان طور که در صحبت های پیشین هم اشاره کردم، تمرکز فعلی در حوزه SCF عمدتاً روی بانک هاست. با این حال، در سال های آینده شاهد حرکت قابل توجهی به سمت سایر بازیگران صنعت، از جمله شرکت های لیزینگ و بازار بورس خواهیم بود. در حال حاضر بسیاری از مردم سرمایه خود را در ابزارهایی مانند صندوق طلا یا صندوق درآمد ثابت

نگهداری می کنند که از نقدشوندگی بالایی برخوردارند و حتی نیاز به اعتبارسنجی در آن لایه وجود ندارد. اگر اعتباردهی، فارغ از بانک ها، با وثایق خود افراد به سمت سایر بازیگران این صنعت منتقل شود، رشد SCF می تواند شتابان و گسترده باشد. برای مثال، شما می توانید بر اساس وثایقی که در صندوق طلا یا صندوق های ثابت دارید، اعتبار دریافت کنید، بدون آنکه بانک نیاز باشد اعتبار شما را تضمین کند؛ زیرا اعتبار از پیش تضمین شده است و ریسک نکول کاهش چشمگیری خواهد یافت.

تصور کنید سایر بازیگران وارد این حوزه شوند؛ شرکت هایی که قادرند دارایی ها و اسناد مشتریان را به عنوان وثیقه بلوکه کنند و با ابزارهای موجود، آنها را در زنجیره گردش دهند. در این حالت، مشتری هم دارایی دارد، هم ریسک نکول او تقریباً صفر است و حتی نیازی به اعتبارسنجی سنتی ندارد، زیرا بر اساس اعتبار وثیقه شده عمل می شود. از سوی دیگر، لیزینگ ها و صندوق های سرمایه گذاری نیز می توانند نقدینگی لازم برای خرید دین و تنزیل را تأمین کنند؛ به طور مثال صندوق هایی که منابع نقدینگی قابل توجه دارند و سالانه درصد مشخصی سود به سرمایه گذاران پرداخت می کنند، می توانند بخش بزرگی از زنجیره نقدینگی را پوشش دهند و ۱۰۰ درصد پرداخت ها در زنجیره را تنزیل کنند. بنابراین، به طور قطع، در سال های آینده، این صنعت رشد خواهد کرد و سهم زمین بازی از بانک ها فراتر رفته و به سایر بازیگران منتقل خواهد شد.



مستر تراکنش



اسفند ۱۴۰۴

سال نهم
شماره صد و دوم

باروک

فرهنگ شریفی
مدیرعامل باروک



یکی از موضوعات مهم در SCF تلاش برای کاهش ریسک است. با دسترسی بیشتر به داده‌ها و عملکرد واقعی کسب و کارها، به ویژه مرچنت‌ها، امکان مدیریت و کاهش ریسک فراهم می‌شود. با این حال، در اقتصادهای ناپایدار مانند ایران که حوادث ناگهانی و غیرقابل پیش‌بینی به‌طور مکرر رخ می‌دهد، این موضوع با چالش مواجه است. به نظر شما چگونه با این نوع ریسک محیطی برخورد شود و چه ساز و کارهایی می‌تواند آن را کاهش دهد؟

کاظمی: دقیقاً این ریسک با ورود بازیگران دیگر کاهش می‌یابد. اجازه دهید یک مثال ساده بزنم. در صنعت SCF کشور، بانک‌ها اعتبارسنجی انجام می‌دهند؛ اگر شما کسب و کار یا فرد حقیقی باشید، بر اساس مصوبات بانکی سقف اعتباری مشخصی برای شما تعیین می‌شود. کسب و کارهای خرد یا افراد حقیقی یک سطح اعتبار دارند، شرکت‌های بزرگ و هلدینگ‌ها سطح دیگری از اعتبار دریافت می‌کنند. در ازای این اعتبار، بانک‌ها وثایقی طلب می‌کنند؛ برای مثال، اگر کسب و کار خردی باشید، معمولاً یک چک به عنوان وثیقه ارائه می‌دهید. فرض کنید یک سوپرمارکت با اعتبار ۵۰۰ میلیون تومان از طریق یک چک وثیقه، وارد زنجیره خرید می‌شود. در نهایت، اگر سوپرمارکت تعطیل شود، ریسک نکول به بانک منتقل می‌شود و بانک باید اقدامات قانونی برای وصول چک را انجام دهد. حال تصور کنید به جای چک، از دارایی‌های واقعی استفاده شود؛ به عنوان مثال، ۵۰۰ میلیون تومان از دارایی‌های صندوق ثابت یا طلا به عنوان وثیقه بلوکه شود. در این حالت، طرف مقابل باید ارزش گزینه‌های مختلف را سنجیده و تصمیم بگیرد، و در نهایت ریسک نکول تقریباً صفر می‌شود. ورود بازیگران دیگر به این صنعت نقش مهمی در کاهش ریسک دارد. ایجاد فرهنگ استفاده درست از اعتبار و جلوگیری از سوءاستفاده، ریسک نکول را کاهش می‌دهد.

یعنی بازیگرانی باید وارد این زنجیره شوند که امکان اتصال دارایی‌های متنوعی را فراهم کنند و کل ریسک روی عملکرد واقعی مرچنت‌ها یا رفتار مالی آنها نباشد؟

کاظمی: توجه کنید، در سیستم بانکی فعلی نمی‌توان گفت که اگر شما ۵۰۰ میلیون تومان اعتبار می‌خواهید، ۵۰۰ میلیون دارایی‌تان را بلوکه کنید، زیرا اساساً این اعتبار برای افزایش نقدینگی

شما در نظر گرفته شده است. در نتیجه، بانک‌ها معمولاً چک یا تضمین‌های مرسوم را دریافت می‌کنند و در فرایند وصول مطالبات، باید پیگیری قانونی انجام دهند. حال اگر بازیگران دیگر وارد شوند، شما ممکن است دارایی‌های متنوعی مانند صندوق‌های طلا، صندوق‌های رمزارز و سایر دارایی‌ها داشته باشید که می‌توان آنها را به عنوان وثیقه بلوکه کرد. به این ترتیب، به میزان دارایی‌های خود می‌توانید خرید انجام دهید و ریسک نکول به‌طور کامل صفر خواهد شد. این امر امکان استفاده متنوع‌تر از دارایی را فراهم می‌کند؛ به گونه‌ای که بدون نیاز به فروش دارایی، می‌توان بر پایه آن اعتبار دریافت کرد. در نهایت این مدل، SCF را به سمت تأمین مالی مبتنی بر دارایی (Asset-Based Finance) سوق می‌دهد.

شریفی: با فرمایش آقای کاظمی کاملاً موافقم. صنعت اعتبار در ایران بسیار نوپاست و عمر آن در حدود پنج تا شش سال است. یادم می‌آید زمانی که صنعت پرداخت حدود ۱۸ تا ۲۰ سال پیش تازه شکل می‌گرفت و ما تلاش می‌کردیم تجربه اروپایی‌ها را به ایران منتقل کنیم؛ حتی

آمریکا در آن زمان به اندازه اروپا در حوزه پرداخت پیشرفت نکرده بود. در ایران ابتدا صنعت پرداخت با الگوبرداری از اروپا شکل گرفت، اما به مرور مستقل شد و امروز یک صنعت پرداخت ایرانی و غیراستاندارد داریم. صنعت اعتبار نیز در ایران نوپا و در عین حال تجربه‌دار است. در گذشته، بدون تحریم‌ها، اگر شرکتی می‌خواست کالایی از چین خریداری کند، از طریق گشایش اعتبار یا LC توسط بانک خود اقدام می‌کرد و اسناد از طریق سوئیفت به بانک طرف مقابل ارسال می‌شد؛ که کاملاً مبتنی بر مدل اعتباری بود. اگر نگاهی تاریخی به ۵۰۰ سال قبل بیاندازیم، تاجری در شهرستان می‌توانست با برات و تضمین چند کاسب دیگر از تهران خرید کند؛ این نیز نوعی صنعت اعتبار بود. اما بین سال‌های حدود ۱۳۰۰ تا ۱۴۰۰، شبکه بانکی ایران بسیاری از نهادهای اعتباردهی موجود را در اختیار گرفت و جایگزین آنها شد. بنابراین، با فرصت دادن به این صنعت و بهره‌گیری از مدل‌های نوآوری که آقای کاظمی مطرح کردند، می‌توان اقدامات جذاب و مؤثری انجام داد. به عنوان مثال، قانون تجارت ایران که حدود ۷۰

مهرتراکش



۲۴۸

ASAETARRAHONESH.IR

ماهنامه اختصاصی مدیران
فناوری‌های مالی ایران



سال پیش تصویب شده، فصل کاملی در مورد برات دارد و انواع و قوانین آن را مشخص کرده است. این قانون هیچ الزامی به سیستم متمرکز ندارد و برات را به صورت تضمین شده و تضمین نشده تعریف کرده است. متأسفانه، ما این ابزار قانونی را تبدیل به سامانه «برات» وزارت اقتصاد کرده ایم که عملکرد نامطمئن و پیچیدگی های بسیاری دارد و نمونه ای از سامانه سازی ناکارآمد در کشور است. در نهایت، این صنعت نیاز به قوام، زمان و نوآوری دارد تا بتواند به شکوفایی واقعی برسد.

سال ۱۴۰۴، که در روزهای پایانی آن قرار داریم، سالی خاص و پرتنش بود. در حوزه SCF در این سال چه پیشرفت هایی حاصل شد و کجا تغییرات ملموس تری رخ داد؟ **شریفی:** یک خاطره کوتاه را هم بازگو کنم. فکر می کنم پنجم یا ششم تیرماه بود که جنگ ۱۲ روزه به پایان رسیده بود. ما به سر کار بازگشتیم و شروع به ملاقات با مدیران شرکت های پخش کردیم. یکی از ایشان جمله جالبی گفت: «من دیگر حاضر نیستم با چک بفروشم، فقط می خواهم از طریق باروک بفروشم.» توضیح داد که

در همین دو تا سه هفته، تعداد زیادی از چک هایش برگشت خورده و سیستم بانکی نیز عملاً تعطیل بوده و بسیاری از کسب و کارها نیز فعالیت خود را متوقف کرده بودند، بنابراین وصول چک ها ممکن نبوده و ریسک نکول بر عهده خودش بوده است. حال وقتی به مدل علمی تر SCF می رسیدیم، ریسک نکول دیگر تنها بر گردن فروشنده نیست و می تواند به شکل بهینه توزیع شود. نمونه مشابهی در حوادث دی ماه رخ داد، زمانی که بسیاری قادر به پاس کردن چک ها نبودند و حجم مبادلات سوپرمارکتی کاهش یافت.

در این شرایط، SCF کمک کرد و در سال جاری، کسب و کارها و مرچنت ها بهتر با قابلیت های این مدل آشنا شدند. برای سال آینده، به نظر من چند اتفاق مهم باید رخ دهد: اول، نوآوری هایی که آقای کاظمی اشاره کردند؛ دوم، توسعه رتبه اعتباری و تشخیص قلب؛ چراکه SCF بستری مناسب برای اجرای قلب است و کنترل آن نیازمند ابزارهای تخصصی است. همچنین، استفاده از هوش مصنوعی در SCF، به ویژه در حوزه اعتبارسنجی و سیستم های توصیه گر، اهمیت خواهد یافت. ورود مصرف کننده به این مدل، احتمالاً استفاده از سیستم های توصیه کننده را افزایش می دهد و وزارت اقتصاد و شبکه بانکی نیز به این حوزه علاقه مند شده اند. برآورد من برای سال آینده این است که حدود ۱۰ میلیون نفر، عمدتاً سرپرستان خانوار، ابزار اعتبار جمع شده از مرچنت ها و کسب و کارها را در اختیار خواهند داشت. این زنجیره سازی و بهره گیری از هوش مصنوعی می تواند جذابیت و ترافیک ورودی فروشگاه ها را افزایش دهد و مشارکت فروشگاه ها را در مدل SCF بیشتر کند.

آیا امکان دارد که در حوزه مارکت پلیس ها، SCF با همکاری شرکت ها و پلتفرم هایی مانند باروک و تجارت شایان اجرا شود؟ منظور، مارکت پلیس هایی است که به نوعی دارای داده های کلی مرچنت ها هستند و این داده ها به صورت متمرکز در اختیارشان قرار دارد، و همچنین زبان تجارت الکترونیک را بهتر می فهمند. **شریفی:** بی شک سال بعد این اتفاق خواهد افتاد. اصلاً شکی ندارم. **کاظمی:** به نظر می رسد پلتفرم هایی مانند دیجی کالا آغازگر این مسیر شده اند و پیش بینی می کنم که تمام

مارکت پلیس ها در سال آینده به سمت ارائه اعتبارات از لایه مصرف کننده (C) به سمت مرچنت ها، توزیع کنندگان و تأمین کنندگان حرکت کنند. **بنابراین سال آینده، سالی است که مطمئناً پلتفرم هایی مانند اسنپ و دیجی کالا از این روش در زنجیره های خود استفاده خواهند کرد.** هر یک از این پلتفرم ها دارای داده های حجیمی از رفتار مشتری هستند. این داده ها در صورتی که جمعیت شوند، می توانند به شدت به فرایند اعتبارسنجی کمک کنند، زیرا برخلاف بانک ها، رفتار مالی مشتریان در سایر پلتفرم ها نیز ثبت می شود و در این مدل، اعتبارسنجی مبتنی بر داده های رفتاری چندسکویی جایگزین اعتبارسنجی سنتی بانکی می شود. پیش بینی می کنم که در سال آینده SCF های صنعتی مورد استفاده قرار گیرند. این نوع SCF ها دنیای جدیدی ایجاد خواهند کرد و سال آینده و سال های بعد، دوره شکوفایی این حوزه خواهد بود و انتظار دارم که این روند حداقل از مرحله اول به مرحله پنجم از ده مرحله پیشرفت کند.

به نظر شما، مدیران صنعت شما، از جمله خودتان، در همین زمان در سال آینده، بابت اتخاذ یا عدم اتخاذ کدام تصمیم بیشترین حسرت را خواهند داشت؟ **شریفی:** به این نتیجه رسیده ام که الزاماً باید وارد حوزه «اعتبار مصرف کننده» شویم زیرا اگر در این حوزه ورود نکنیم و به فوریت موقعیت خود را تثبیت نکنیم، در اسفند سال آینده دچار پشیمانی خواهیم شد. کسب و کار و اقتصاد در شرایط فعلی چندان مطلوب نیست و این اقدام می تواند از یک سورفاه برای مردم ایجاد کند و از سوی دیگر به مغازه داران کمک کند تا چرخه کسب و کار خود را با استفاده از این اعتبار پیش ببرند، بدون اینکه نیاز به تضمین بانک داشته باشند. اعتباری که از ترافیک ورودی و کانسیومر جذب می شود، به اعتبارات بالادستی منتقل خواهد شد و این اقدام را ما بی شک انجام خواهیم داد. **کاظمی:** به نظر من اگر در سال آینده نتوانیم ابزارهای جدید طراحی و نوآوری را به سبد محصولات خود اضافه کنیم، همچنین از رقابت عقب خواهیم ماند. همچنین اگر نتوانیم خطوط کسب و کار تازه ایجاد کنیم و سرمایه انسانی خود را در شرایط اقتصادی فعلی حفظ کنیم، با چالش های جدی مواجه و احتمالاً دچار پشیمانی خواهیم شد

به طوری که نقش بانک ها از بازیگر اصلی به یکی از بازیگران اکوسیستم تغییر خواهد کرد و ابزارها و راه حل های SCF توسط همه کسانی که تأمین مالی می کنند یا تضمین ها را ارائه می دهند، مدیریت شوند.

مصرف تراکتس

میزگرد

۲۴۹

اسفند ۱۴۰۴

سال نهم
شماره صد و دوم