

عصر پرداخت

شنبه ۱۲ مهر ۱۳۹۹ | 3 oct 2020 | ۴ صفحه رایگان

بهبود دور نمای اقتصاد جهانی در دوران شیوع بیماری!

یکی از مقامات ارشد صندوق بین المللی پول با اشاره به داده‌های اقتصادی بهتر از انتظارات از سوی چین و سایر کشورهای پیشرفته گفت که دور نمای اقتصاد جهان نسبت به گذشته، آنچنان که انتظار می‌رفت تیره و تاریک نیست. به گزارش رویترز، «گری رایس» سخنگوی صندوق بین المللی پول در جمع خبرنگاران گفت که در نتیجه پاندمی ویروس کرونا و تأثیر آن بر بسیاری از بخش‌های اقتصادی، چشم‌انداز کلی اقتصاد جهان همچنان چالش برانگیز است. وی با اشاره به نگرانی صندوق در خصوص افزایش سطوح بدهی کشورها، تأکید کرد که شرایط در بسیاری از کشورهای «پراپام» است. صندوق بین المللی پول قرار است تازه‌ترین گزارش خود را در خصوص دور نمای اقتصادی جهان در ۱۳ اکتبر (۲۲ مهر ماه) منتشر کند؛ این نهاد جهانی در ماه ژوئن پیش‌بینی خود را از رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۰ بیش از پیش تنزل داد و در آن بر سه اعلام کرد که اقتصاد جهان در سال جاری به اندازه ۴.۹ درصد کوچک خواهد شد و این در حالی بود که در پیش‌بینی ماه آوریل خود این رقم را ۲۳ درصد اعلام کرده بود. رایس به هیچ عدد و رقم جدیدی اشاره نکرد اما گفت که داده‌های اخیر از سوی چین و سایر اقتصادهای پیشرفته از انتظارات بهتر است. وی در ادامه اظهار داشت: داده‌های جدیدی که به دست ما رسید، حاکی از آن است که با توجه به اینکه بخش‌هایی از اقتصاد جهان روند بهبود را آغاز کرده‌اند، وخامت دور نمای اقتصادی شاید نسبت به آنچه در روز رسانی ۲۴ ژوئن منتشر شد، کمتر باشد. رایس اضافه کرد که علاوه بر این، نشانه‌هایی مبنی بر این موضوع وجود دارد که بعد از قرنطینه گسترده به منظور تهدید شیوع ویروس کرونا، تجارت جهانی نیز روند بهبود و احیا را آغاز کرده است. وی افزود: اما تأکید می‌کنم که هنوز در خطر هستیم و چشم‌انداز همچنان چالش برانگیز است به ویژه در بسیاری از بازارهای نوظهور و کشورهای در حال توسعه به غیر از چین؛ بسیاری از این کشورها همچنان با تضعیف تقاضای داخلی، تقاضای ضعیف صادرات، کاهش درآمد و ریزش گردشگری دست و پنجه نرم می‌کنند. رایس در پایان تأکید کرد: در مجموع، عمده نگرانی ما این است که این بحران دستاوردهای چند سال اخیر ما را در کاهش فقر، معکوس و پیشرفت‌های ما را در مسیر نیل به اهداف توسعه پایدار خنثی کند.



مهرداد خسروی



حمیدرضا مختاریان



علیرضا ماهیار

در میزگرد آنلاین با حضور مدیران بانکی و بورس مطرح شد:

احراز هویت دیجیتال بدون امضای دیجیتال، معنادار د

✓ سهم رگولاتور بانکی در عقب ماندگی کشور در عرصه هویت دیجیتال: ۱۰۰ درصد!



www.mci.ir

یک خوش آمدگویی طولانی

فروش ویژه سیم کارت اعتباری

۲۴ گیگابایت اینترنت هدیه به مدت ۶ ماه



دارای مجوز از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی
شماره پروانه: ۱۰۰۱۱۰۰۰



کیف پول آپ

با ۴۰ میلیون کاربر

کیف پول مشترک در بزرگ ترین اپلیکیشن های ایرانی

دانلود اپلیکیشن از
733.ir



در میزگرد آنلاین با حضور مدیران بانکی و بورس مطرح شد:

احراز هویت دیجیتال، بدون امضای دیجیتال، معنا ندارد

▲ سهم رگولاتور بانکی در عقب‌ماندگی کشور در عرصه هویت دیجیتال: ۱۰۰ درصد! ▲



عبدالمالک افشاره
90ictnews@gmail.com

امروزه با توسعه روزافزون فضای مجازی و استفاده مردم از سرویس‌های آنلاین، گرایش عمومی به عدم مراجعه حضوری و انجام کارها از راه دور روز بروز بیشتر می‌شود. این موضوع، در زمینه دریافت سرویس‌های مالی و بانکی، بورس و بیمه، مواردی مانند احراز هویت سجام، ثبت احوال و اپراتورهای موبایل به وضوح مشاهده می‌شود. به طور کلی، به راهکارهایی که به سازمان امکان‌رسانی می‌دهد که هویت مشتری را بدون نیاز به حضور فیزیکی و به صورت آنلاین تأیید کند، احراز هویت مجازی، اینترنتی یا برخط گفته می‌شود. با این حال، با وجود دسترسی اینترنتی مشتریان به بیشتر سرویس‌های بانکی، هنوز یکی از چالش‌های پیش‌رو در این حوزه، شناسایی و اعتبارسنجی هویت مشتریان یا همان KYC است. این موضوع در رویکرد سنتی با مراجعه حضوری مشتریان به شعبه‌ها انجام می‌شود در حالی که می‌توان برای این کار از احراز هویت راه دور و الکترونیکی یا eKYC بهره گرفت. به رغم وجود راهکارهای eKYC در دنیا مخصوصاً در بانک‌های مجازی و پیشرو، این موضوع برای مشتریان به‌ویژه مشتریان جدید، یک موضوع حل‌نشده است و آنها را دچار می‌کند شخصاً به یکی از شعبه‌ها مراجعه کنند. این الزام برای مراجعه حضوری به شعبه‌ها از یک طرف منجر به نارضایتی مشتری می‌شود و از طرف دیگر افزایش هزینه‌های بانک را در پی دارد. بنابراین احراز هویت غیرحضوری یکی از نیازمندی‌های حیاتی برای بانک و یکی از سرویس‌های جذاب برای مشتریان است. سرویس احراز هویت دیجیتال، یکی از نیازمندی‌های بانکداری نسل ۴ و از ضرورت‌های توسعه‌امنی چنل در خدمات بانکی است و در شرایط خاصی مانند بحران کرونا که عدم حضور افراد در مکان‌های عمومی مانند شعبه بانک، بیش از پیش ضرورت پیدا می‌کند، اهمیت بیشتری دارد.

ناگفته پیداست تعداد کاربران اینترنت و فضای مجازی روز بروز در حال افزایش است و این امر، میزان تبادل انواع اطلاعات و جمله تبادلات مالی و تجاری را نیز در این محیط گسترش می‌دهد. اما سالی که مطرح می‌شود این است که چرا با وجود مزایای متعدد تجارت و تبادلات پولی و مالی از طریق اینترنت، هنوز برخی کاربران علاقه چندانی به تجارت‌های الکترونیکی و اینترنتی ندارند. تحقیقات نشان داده که دلیل این امر عدم احساس امنیت در سیستم‌های تحت‌وب از سوی مشتریان است. در چنین شرایطی یکی از فناوری‌هایی که موجب سندیت بخشی به اسناد و اطلاعات الکترونیکی و در نتیجه افزایش میزان اعتماد کاربران به تجارت‌های الکترونیکی می‌شود، امضای دیجیتال است. امضای دیجیتال، تکنیکی مبتنی بر رمزنگاری است که محیطی امن برای مبادلات تجاری اینترنتی فراهم می‌کند. خلاصه‌نمایی از فقدان امضای دیجیتال در مبادلات الکترونیکی در ایران، لزوم کاربردی شدن این امضا را برای تحقق اهداف دولت الکترونیکی بیش از پیش روشن می‌کند. از این رو، در این میزگرد آنلاین از سلسله نشست‌های تخصصی بانکداری و اقتصاد دیجیتال با عنوان «واکوی ایجاد هویت دیجیتال» که با حضور حمیدرضا مختاربان مشاور ارشد تحول دیجیتال، مهرداد خسروی مدیرعامل شرکت توسعه فناوری و تجارت حکمت، علیرضا ماهیار، معاون فناوری و توسعه نوآوری شرکت سمات به عنوان میهمانان میزگرد و پویا باقرعظمی به عنوان کارشناس برنامه بر گزار شد، نقش و اهمیت مزایای و فرصت‌هایی که به‌خاطر راهاندازی شدن امضای الکترونیکی و احراز هویت دیجیتال از دست می‌روند و نیز چالش‌ها و راهکارهای آن، مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. ماحصل این گفت‌وگو، پیش‌روی شماسست. حامی این میزگرد، هلدینگ فناپ است.

◀ به عنوان اولین سسوال، لطفاً بفرمایید مفهوم هویت دیجیتال چیست؟ و ضرورت دیجیتالی شدن هویت در تحول دیجیتال کسب‌وکارهای فناوری‌محور چیست؟

مختاربان: ابتدا باید یک قدم عقب‌تر بازگردیم و درباره موجودیت یا NTT صحبت کنیم. چون هویت، بروز و ظهوری از آن موجودیت است. آن موجودیت می‌تواند شخص، سازمان، دیوایس یا حتی یک مفهوم باشد و به عنوان یک شناسه پایدار طی زمان، شناخته می‌شود و صفات یا نسبیت‌هایی که به آن NTT متصل می‌شوند، ممکن است در طول زمان تغییر کند. هر فردی که به دنیای آید موجودیتی دارد و هنگامی که شناسنامه می‌گیرد، هویت شناسنامه‌ای پیدا می‌کند و محل زندگی‌اش، صفت مربوط به آن هویت است. مساله اینجا است که قصد داریم زمانی هویت فرد در دنیای واقعی را در دنیای آنلاین و دیجیتال نیز شناسایی کنیم. برای این منظور باید دو



اقدام اساسی انجام داد: یکی اینکه این هویت را در دنیای دیجیتال وارد کنیم. همین موضوعی که در دنیا با عنوان احراز هویت دیجیتال یا eKYC مطرح می‌شود، می‌توان نام آن را اثبات هویت یا آن‌بردینگ گذاشت. موضوع دیگر به احراز هویت برمی‌گردد؛ یعنی کسی که هویت دیجیتالی دارد، باید زمانی هم به ما ثابت کند که این هویت را دارد. مثال آن در بورس این است که زمانی شما ثبت‌نام می‌کنید تا از کد بورسی و سامانه سجام استفاده کنید و زمانی هم وارد سامانه معاملات آنلاین می‌شوید که باید احراز هویت را داشته باشید. درباره ضرورت دیجیتالی شدن هویت باید عرض کنم که این امر به همان ضرورت دیجیتالی شدن کسب‌وکارها برمی‌گردد. اینکه چرا باید کسب‌وکارهای ما دیجیتالی شوند؛ کسب‌وکارهایی که یک جزء آن، داشتن هویت دیجیتالی است؛ به این دلیل است که راهی نداریم. این امر، مسیر آینده است و مشتریان این موضوع را خواهند حس کردند و دنیا به دنبال بهبود تجربه کاربری است و همه تمایل دارند کارشان را راحت‌تر و با هزینه کمتر انجام دهند. از دید بانک‌ها، استفاده از هویت دیجیتال می‌تواند تا ۷۰ درصد هزینه جذب مشتری را در بانک‌ها کاهش دهد. این امر در نئوبانک‌ها قابل مشاهده است که موفق شدند با هزینه پایین، مشتریان را جذب کنند. نکته دیگر، بر اساس تحقیقات انجام‌شده این است که یک هویت دیجیتال خوب، تأثیر جدی بر روی رشد اقتصادی دارد. در اساس گزارش مکنزی، زیرساخت هویت دیجیتال منسجم، یکپارچه و قابل اتکا می‌تواند تا ۱۳ تا ۳ درصد بر تولید ناخالص داخلی (GDP) تأثیر بگذارد. جالب توجه اینکه ۱۳ درصد مربوط به کشورهای در حال توسعه است و ۳ درصد مربوط به کشورهای توسعه‌یافته. بنابراین این ۱۳ درصد، با مدل کشور مادر زمینه‌ساز استفاده از زیرساخت هویت دیجیتال سازگار است.

◀ آقای پورا عظیم، لطفاً در خصوص وضعیت موجود در کشور، در مقایسه با فعالیت‌هایی که در دنیا در حوزه احراز هویت خصوصاً در عرصه فناوری‌های مالی در حال انجام است، توضیحات کامل‌تری بفرمایید.

پورا عظیم: در تأیید اظهارات آقای مختاربان، در زمینه ضرورت احراز هویت دیجیتال، این ضرورت که خدمات را در حوزه‌های فناوری‌محور از مالی، بانکی و... مشاهده می‌کنیم، دیجیتالی کردن هویت هم یکی از عواملی است که باید اتفاق بیفتد. برای تشریح وضعیت آن در ایران، باید مفاهیم هویت دیجیتال و احراز هویت و احراز هویت دیجیتال روشن شود. هویت دیجیتال، چتر کلان در سطح ملی و بین‌المللی است که برای شکل‌گیری آن، ویژه مشتریان و کسب‌وکارها، در کشورهای مختلف در سطح ملی، سازوکارهای مختلفی پیاده‌سازی می‌شود. در این زمینه نهادهای بالادستی مانند ثبت احوال که قادرند خدمات هویت دیجیتال را برای کسب‌وکارها ارائه کنند، نقش مهمی دارند. نهادهای مالی مانند بانک و بازار سرمایه بدون حمایت و فراهم‌سازی زیرساخت‌های هویت دیجیتال توسط نهادهای حاکمیتی، ملی و بالادستی، امکان تحقق هویت دیجیتال مناسب برای مشتریان و متقاضیان خود نخواهند داشت. این اقدام در کشور ما با سازوکارهای خاصی شروع شده است. مثلاً کارت ملی هوشمند از سال‌ها پیش در ایران، مطرح شد. در این رابطه این سؤال از میهمانان میزگرد مطرح است که آیا بهره‌برداری لازم از ابزارهای ضروری مانند کارت ملی هوشمند در زمینه دیجیتالی کردن هویت در سطح ملی صورت گرفته است یا خیر؟ به نظر بنده، البته اقداماتی صورت گرفته و ملاحظاتی هم وجود داشته است اما کافی نیست. اکنون، مرحله شروع است و زیرساخت‌های زیادی برای پذیرش هویت دیجیتال باید فراهم شود که این امر، وظیفه نهادهای بالادستی و حاکمیتی است. همچنین بحث بهره‌برداری از این هویت دیجیتال در فرایندهای شناسایی



مشتریان و اثبات هویت مطرح است. در کشور ما، قوانین KYC به خاطر موضوعاتی مانند تخمین ریسک مشتریان جدید نهاد مالی و بانکی و نیز پولشویی، تقلب، تأمین مالی تروریسم، FATF و... از سوی نهادهای حاکمیتی مانند بانک مرکزی و نهادهای بازار سرمایه، وضع شده است. در حوزه بانکی، آیین‌نامه اجرایی افتتاح حساب و شناسایی مشتریان در این زمینه را داریم. نکته‌ای که وجود دارد این است که بعضاً ملاحظات قانونی در حوزه KYC، که در یک آفیس اتفاق می‌افتد، حتی در مدل غیرالکترونیکی و غیردیجیتال مثلاً وقتی که مشتری به صورت فیزیکی در شعبه حضور پیدا می‌کند به درستی رعایت نمی‌شود. البته بحث ما این است همان چیزی که در حال رخ دادن است، در دست یا غلط، می‌توانیم به صورت کاملاً الکترونیکی انجام دهیم. سؤال من از آقای خسروی درباره اهمیت فرایند شناسایی الکترونیکی و احراز هویت غیرحضوری مشتریان در حوزه خدمات بانکی و پرداخت دیجیتال است. آیا این امر، در مدل کسب‌وکارهای بانک‌های ایرانی به جذب بیشتر مشتریان در خدمات نظام بانکی کشور منجر می‌شود یا خیر؟

خسروی: ما دو مفهوم داریم: یکی هویت دیجیتال و دیگری احراز هویت دیجیتال. مفهوم هویت دیجیتال یا UID هر شاخصه منحصر به فرد یک شخص است که در دنیای دیجیتال بتوان برای شناسایی استفاده کرد. در فرایند احراز هویت دیجیتال، هر شخص حقیقی با حقوقی که به نهاد پولی و مالی مراجعه می‌کند، اگر بتوان با هویت دیجیتالی که قبلاً برای وی ساخته شده، او را شناسایی کرد، به این فرایند، احراز هویت دیجیتال گفته می‌شود. در دنیای



خسروی: تازمانی که

نهاد رگولاتور، به جای ایجاد قوانین و تدوین استراتژی، محصول می‌سازد و بازیگران صنعت بانکی را مجبور می‌کند که از این محصولات استفاده کنند. در همین وضعیت باقی می‌مانیم. در استاندارد بین‌المللی عنوان شده که اطلاعات مشتریان، قابلیت انتشار دارد اما در ایران، اطلاعات مشتری، قیضه می‌شود



دیجیتال برای شناسایی مشتری نیاز به هویت دیجیتال داریم که این امر، شاخصه منحصر به فرد از آن فرد است. سپس می‌توانیم فرایند احراز هویت را داشته باشیم. اما درباره سؤال شما باید عرض کنم همه این ماجرا از همان (KYC) Know Your Customer (مشتری خود را بشناسید)، شروع شد. KYC روشی برای تأیید هویت مشتریان است. اگر دست‌نخور العمل‌های بانک مرکزی را با دستورالعمل‌های بین‌المللی مقایسه کنیم، اولین چیزی که در فرایند KYC بررسی می‌شود، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مشتری (CIP)، سپس تطبیق هویت با اهداف سیاسی (PEP)، تحلیل ریسک مشتری و در نهایت تحلیل رفتار مشتری است. برای اینکه KYC به خوبی رخ دهد، باید یک سری اسناد و اطلاعات شخصی مشتری را جمع‌آوری کنیم، سپس بررسی و صحت‌سنجی اطلاعات را انجام دهیم و بعد از آن استعلام مشتری را از لیست مشتریان سیاسی بگیریم و در گام بعدی باید یک سری اطلاعات درباره اهمیت مشتری، نوع کسب‌وکار و تحلیل رفتار مشتری در گذشته نماییم و سپس بررسی ارزیابی ریسک‌هایی که این مشتری می‌تواند برای مجموعه داشته باشد، منظر قرار دهیم. گام آخر، کنترل و پایش رفتار مشتری است.



اکنون باید ببینیم این اتفاقات در نظام بانکی و صنعت پرداخت چه تأثیری دارد؟ ما باید چهار مزیت اصلی KYC در نظام بانکی شامل اعتماد، مشروعیت، جلوگیری از جرایم و شناسایی اعتبار مشتری را مورد بررسی قرار دهیم. مشکل نظام بانکی ما این است که مشتری به خاطر اینکه وقت زیادی را در بانک صرف می‌کند تا کوچک‌ترین خدمات بانکی را دریافت کند، ناراضی است. سمت‌وسوی بانکداری بین‌الملل به سمتی رفته که مبتنی بر ابزار موبایلی یا دیجیتال است و مشتری، نیاز به حضور فیزیکی در شعبه ندارد پس مشتری باید از بستر دیجیتال، احراز هویت شود. خود بانک نیز به خاطر هزینه‌های زیاد ناشی از خدمات شعبه‌ای و احراز هویت، ناراضی است و بسیاری از تخلفاتی که در نظام بانکی رخ می‌دهد، ناشی از این است که مشتری، در دست شناسایی نمی‌شود. بررسی چهار مزیت یادشده با جزئیات بیشتر، نشان می‌دهد رفتار مشتری‌ای که برای اولین بار به بانک یا بنگاه اقتصادی مراجعه می‌کند، درست شناسایی و تحلیل نمی‌کنیم و یک سری محصولات از پیش تعریف‌شده به همه مشتریان ارائه می‌کنیم؛ فارغ از اینکه این مشتری چه نیازهایی دارد و کسب‌وکار وی چیست. اگر مشتری را درست شناسایی کنیم، می‌توانیم محصول مورد نیاز را به وی ارائه دهیم. نکته بعدی مشروعیت است.

یکی از دلایل اعتماد مردم به مسوولان، همین اتفاقاتی است که در نظام بانکی رخ می‌دهد مانند اخذ تسهیلات کلان، توسط عده‌ای و عدم بازپرداخت آن و در نهایت تخلفات گسترده در این زمینه. این در حالی است که مردم عادی برای گرفتن تسهیلات ساده معطل می‌شوند و از آنها اطلاعات متعددی اخذ می‌شود. این امر، ناشی از شناسایی مشتری است و موجب شده مردم و کف جامعه اعتماد خود را به صنعت بانکی از دست بدهند. نکته بعدی، جلوگیری از تخلفات و جرم است. در این زمینه موضوعاتی مانند سرقت، تأمین منابع مالی تروریسم و مبارزه با پولشویی مطرح است که از مباحث اساسی شناسایی مشتری است. اگر کسب‌وکار مشتری، رفتار مشتری و منبع ثروت مشتری را به خوبی شناسایی کنیم، می‌توانیم از بسیاری جرایم جلوگیری کنیم. نکته مهم‌تر اینکه، اگر فرایند شناسایی مشتری به درستی انجام شود و در این فرایند تطوری برخورد کنیم که اولاً مدت زمان ارائه خدمت را در کمترین زمان انجام دهیم، ثانیاً سرویس مورد نیاز مشتری را به وی تحویل دهیم و ثالثاً موجب شوم که شهرت و اعتماد به صنعت بانکی برگرود، در مجموع اعتماد مشتری به سیستم بانکی را شاهد خواهیم بود و موجب رشد و کیفیت بهتر خدمات می‌شود. درباره اینکه این اتفاقات چه تأثیری در نظام بانکی دارد، نمونه بارز آن، بورس است. قبل از این که سامانه سجام رونمایی شود، احراز هویت به صورت فیزیکی داخل کارگزاری‌ها انجام می‌شد و مردم باید مدت طولانی صرف می‌کردند تا حساب کارگزاری افتتاح نمایند اما بعد از سجام، مردم در کوتاه‌ترین زمان ممکن به صورت کاملاً الکترونیکی، حساب کارگزاری را ایجاد کردند و کاملاً رضی بودند. اگر چنین زیرساختی را در صنعت بانکی داشته باشیم، مسلماً موجب جذب مشتری بیشتری و رضایت جامعه خواهد شد.

پورا عظیم: در تأیید صحبت‌های آقای خسروی، موضوع دیگری که از مزیت‌های شناسایی الکترونیکی، احراز هویت غیرحضوری و مقایسه KYC با eKYC است، از تقای سطح تضمین و امنیت شناسایی و اثبات هویت است. به عنوان مثال، هنگام مراجعه حضوری مشتری در شعبه از وی، اسناد هویتی مانند کارت ملی و شناسنامه اخذ می‌شود و تطبیق چهره و سایر استعلامات صورت می‌گیرد. وقتی نیروی انسانی درگیر این فرایند است، خواسته یا ناخواسته خطاهایی ایجاد می‌شود. زمانی که مدل به سمت استفاده از سیستم‌های هوشمند یا هوش مصنوعی و... سوق داده می‌شود، درصد خطای به‌ویژه خطای نیروی انسانی را کاهش می‌دهد و امنیت بیشتر را تضمین می‌کند. البته این امر، با رعایت یک سری ملاحظات رخ می‌دهد.

◀ جناب دکتر ماهیار در بحث احراز هویت در سامانه سجام، کرونا کمک زیادی به هویت‌سنجی دیجیتال و ورود مشتریان به بازار سرمایه کرد. با هجوم مردم به بورس و تجمع آنها در دفاتر برای احراز هویت، لطفاً بفرمایید برای زیرساخت‌های شناسایی و احراز هویت دیجیتال غیرحضوری، چه اقدامات عملیاتی انجام دادید؟ بازخوردها و نتایج خصوصاً در ایام پیک اولیه و بعد از آن چه بوده است؟ ماهیار: تفکر اولیه برای راهاندازی سامانه جامع اطلاعات مشتریان یا سجام، تقریباً یک سال طول کشید. سعی کردیم علاوه بر اینکه ابعاد حقوقی و چارچوب‌های حاکمیتی این موضوع دیده می‌شود، بحث تکنولوژیک و حتی ارتباطات بین سازمان‌های مختلف نیز رصد شود. از دیهشت‌ماه ۹۷، سامانه سجام راهاندازی شد. قبل از فرایند شناسایی وضعیت مشتریان، هر نهادی برای خودش هر مشتری که به یک کارگزاری یا نهاد مالی مراجعه می‌کرد، به صورت جداگانه شناسایی می‌کرد. نکته دوم که تاسف‌بارتر بود، این بود که اطلاعات به صورت کاغذی جمع‌آوری می‌شد و از همه فاجعه‌بارتر اینکه، کپی مدارک افراد را دریافت می‌کردند که خوشبختانه اخیراً با ابلاغ دولت، منتفی شد. نقطه بطلان ما این بود که علاوه بر زمان و منابع صرف‌شده در هر مراجعه، شناسایی، غیرقابل اشتراک‌گذاری بود؛ یعنی در صورت مراجعه به کارگزاری یا یک نهاد مالی جدید یا تأمین سرمایه یا سپسیدگردان، دوباره باید تمام این مراحل تکرار می‌شد. این امر برای همکاران بانکی، موضوع عجیب و غریبی نیست. بعضاً در یک خیابان، از یک بانک، دو شعبه وجود دارد. خودم در هر شعبه‌ای که افتتاح حساب کردم، مجدداً آن فرم‌های تکراری را باید تکمیل می‌کردم. هر چقدر اشاره کردم که اطلاعات راستی‌آزمایی بنده وجود دارد و شماره مشتری دارم و قابل استفاده است اما این اتفاق نیفتاد. در سجام، ابتدا اطلاعات پایه شامل اطلاعات هویتی، ارتباطی، مالی و شغلی دریافت می‌شود. در فاز دوم راستی‌آزمایی مکانیزه این اطلاعات صورت می‌گیرد. این سامانه به سامانه‌های حاکمیتی از جمله ثبت احوال برای احراز مشخصات هویتی فرد، سامانه‌های ارتباطی مانند شاهکار برای تطابق شماره موبایل فرد با شماره ملی وی و بسط که اقدامات فرد از آنجا گرفته می‌شود، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور و همچنین درباره اتباع خارجی به سامانه‌های پرواک متصل است. در زمینه اطلاعات بانکی، چون سرویس شایر مبتنی نام و نام خانوادگی بود، باید به مجموعه‌ای از بانک‌ها متصل می‌شدیم تا اطلاعات شایب بانکی فرد را چک کنیم. سپس نوبت به احراز هویت فقط یکبار برای همیشه مطرح می‌شد که فرد باید در یک مرجع احراز هویت، حضور می‌یافت. شروع پروژه با دفاتر پیشخوان دولت و شعب منتخب کارگزاری‌ها بود و در فاز بعدی، با توجه به تعدد مراجعات و افزایش اشتیاق عمومی به بازار سرمایه، شعب بانک‌ها نیز به شعب احراز هویت اضافه شد. نکته مهم اینجا است که تا پایان سال ۹۸، تعداد ۳۰۰ شعبه دو بانک و مجموعه‌ای از دفاتر پیشخوان شامل ۳۰۰۰ دفتر، در اختیار احراز هویت سجام بود اما یک‌باره از اسفند ۹۸، با هجوم سهامداران به بازار سرمایه، طی دو ماه، این دو بانک به ۱۱ بانک و بیش از ۲۴۰۰ شعبه تبدیل شد که در مجموع ۸۷۰۰ دفتر پیشخوان دولت و کارگزاری، خدمات احراز هویت را انجام می‌دهند. از خرداد ۹۹، با گسترش تعداد مراجعان و احراز هویت بیشتر، چند اتفاق مبارک رخ داد.

همزمان با ابلاغ فرمان آزادسازی سهام عدالت توسط مقام معظم رهبری، و اینکه سهامداران اعم از سهام عدالت و سایر سهام‌ها، عملاً سهامدار بازار سرمایه محسوب می‌شود و سهامداران گریب A و B نداریم، کد بورسی دارد یا ندارد، و فرقی نمی‌کند در چه نمادی قرار است چه معامله‌ای انجام دهد. در این فضا، مجوز احراز هویت الکترونیک را بر اساس مصوبات قانونی اخذ کردیم. طی دو سه ماه که بانک‌ها، با شعب متعدد در زمینه فرایند احراز هویت حضوری فعال بودند، ۳۵ درصد مردم به شعب بانک‌ها مراجعه می‌کردند و سایر مراجعات به کارگزاری‌ها و دفاتر پیشخوان اختصاص داشت اما بعد از احراز هویت الکترونیک، در حال حاضر ۱۰ بانک، کارگزاری‌های مختلف و سپسیدگردان‌ها و مجموعاً ۲۰ اپراتور احراز هویت الکترونیک در حال فعالیت هستند. با این حال، به خاطر کرونا و مواردی از این قبیل، شعب بانک‌ها تنها ۱ درصد از مراجعان احراز هویت را به خود اختصاص می‌دهند و همه به احراز هویت الکترونیک، متمایل شدند. این امر نشان می‌دهد ظرفیت KYC و eKYC در داخل کشور چقدر بالاست و چقدر حرکت به این سمت ضروری است.

با این توصیف، سجام فقط برای اشخاص حقیقی نیست بلکه اشخاص حقوقی و شرکت‌ها نیز شامل می‌شود. اگر این زیرساخت در بازار سرمایه ایجاد شده، فارغ از ریسک‌هایی که در ارائه خدمات وجود دارد، بخش اعظم خدمات، از جنس اطلاع‌رسانی و ارائه خدمت به مشتری‌ای است که وجود دارد و احراز هویت شده است. مثلاً در حوزه توزیع سود، قرار نیست مشتری اقدامی انجام دهد و چون سهامدار شرکت بوده و در مجمع، سود توزیع شده، باید این سود به حساب مشتری‌ای که احراز هویت شده، حساب بانکی به نام خود دارد و معتبر است، واریز شود و نیازی به مراجعه حضوری مشتری نیست. این امر، در حال حاضر اتفاق می‌افتد. اگر نیاز بود درباره تأثیرات سامانه سجام بر حوزه توزیع سود و اقلام مرتبط با آن

