

سناریوهای ●● آینده بانک مجازی در ایران افق ۱۴۱۰

شرکت تجارت الکترونیکی
ارتباط فردا eFarda



تابستان ۱۳۹۹

مجله تخصصی
تحقیقات
مالی و اقتصادی
در زمینه
صنایع
فناوری
و نوآوری

به نام خدا

به رسم ادب:

از اعضای محترم هیئت مدیره، مدیریت عامل شرکت ارتباط فردا و کلیه همکارانمان در مجموعه ارتباط فردا، که در تدوین این گزارش همراه و همدل بوده‌اند، تشکر و قدردانی ویژه داریم. از جناب آقای دکتر ولی الله فاطمی به خاطر ایده‌ها و نظراتشان بسیار سپاسگزار هستیم. همچنین از همکاری و همفکری سرکار خانم نگار نژادی ممنون و متشکر هستیم.

توضیح:

- در این گزارش سعی در بررسی جزئیاتی از نمونه‌های موفق بانک‌های مجازی در سطح جهان بوده، که به تحلیل ما در ایران کمک می‌کند و از آوردن اطلاعات به ظاهر جذاب، ولی غیرکاربردی خودداری شده است.
- از سوی دیگر، هدف از ارائه برخی آمارها و نکات تجربه‌های بین‌المللی صرفاً آشنایی بیشتر با کم و کیف توسعه بانک‌ها، فینتک‌ها و بانکداری مجازی در سطح بین‌المللی بوده است و به هیچ عنوان قصد مقایسه یک به یک با ایران و الگوبرداری کورکورانه نبوده است.

- پیشگفتار
- خلاصه مدیریتی
- رویکرد و روش تهیه گزارش

- بانک چیست؟ (چیستی بانک و فلسفه وجودی آن)
- شکل‌گیری بانک مجازی
- منابع درآمدی در بانک‌ها و بانک مجازی
- مزایای بانک مجازی
- روندهای کلان جهانی موثر بر بانکداری مجازی

مقدمه‌ای بر بانک مجازی ۶

- تجربه دنیا پیرامون بانک مجازی
- روندهای تطبیق‌پذیری فینتک‌ها در سطح دنیا
- بررسی موردی بانک‌های مجازی
- مقایسه تطبیقی خدمات و ویژگی‌های ارائه شده در بانک‌های مجازی منتخب
- خاستگاه‌های اصلی بانک‌های مجازی در دنیا
- ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی اروپا
- ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی چین
- ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی آمریکا
- ویژگی‌های اکوسیستم بانکی مالی کره جنوبی
- یافته‌های حاصل از بررسی بانک‌های مجازی و فینتک‌ها در دنیا

بانک مجازی در دنیا ۱۵

- بانکداری مجازی و بانک مجازی در ایران، وضعیت فعلی
- بررسی موردی خدمات بانکداری مجازی در ایران
- اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران
- ویژگی‌های بارز اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران
- روندهای موثر بر اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران
- مسائل موجود در بازار خدمات بانکی ایران از منظر مشتریان و کسب‌وکارها
- آیین‌نامه تاسیس و فعالیت بانک مجازی در ایران
- جمع‌بندی یافته‌های حاصل از بررسی بازار ایران و بانک مجازی احتمالی در آینده

بانک مجازی در ایران ۵۰

وضعیت فعلی

- آینده پیش روی تحقق بانک مجازی در صنعت مالی ایران
- بررسی روندهای موثر بر اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران (افق ۱۴۱۰)
- سناریوهای تحقق بانک مجازی در صنعت مالی ایران (افق ۱۴۱۰)
- کاربر بانک مجازی در افق ۱۰ سال آینده ایران
- توصیف بانک مجازی ایده‌آل در فضای ۴ سناریو بر اساس شاخص‌های یکپارچگی و رقابت
- توصیف کاربر بانک مجازی در چشم‌انداز ۱۰ ساله ایران (امیرعلی)
- تبیین سناریوهای تحقق بانک مجازی در ایران به زبانی دیگر
- در جهت تحقق بانک مجازی چه باید کرد؟

سناریوهای آینده بانک مجازی ۷۰

در ایران (افق ۱۴۱۰)

- منابع و مراجع



این گزارش داستان یک سفر است؛ سفری از گذشته به آینده!

داستانی که چطور انسان‌های زیادی تلاش کرده‌اند تا زندگی ساده‌تر و با آرامش بیشتری به کمک صنعت مالی و بانکی، برای خود و اطرافیان خود فراهم نمایند. اینکه چطور دغدغه بانک و بانکداری در میان انسان‌ها پررنگ شده و در ادامه بانک و بانکداری پخته و پخته‌تر شده است. با ظهور و توسعه صنعت فناوری اطلاعات، ارتباطات و اینترنت، ذهن انسان‌ها به افق‌های تازه‌ای پرواز کرد. اینکه می‌توان به مفهوم تازه‌ای به نام بانک مجازی یا بدون شعبه فیزیکی اندیشید. تحولات و اتفاقات تلخ و شیرین همچون بحران اقتصادی، بیماری‌های فراگیر (مانند کرونا) و رشد نفوذ گوشی‌های هوشمند موجب شد تا این رویا سریع‌تر به واقعیت نزدیک شود. از همین روی در ۱۰ سال گذشته هویت‌های حقوقی جدیدی در جغرافیاهای مختلف دنیا به وجود آمدند که هر یک به نوبه خود، با ارائه خدمات مالی و بانکی به صورت نوآورانه و با رویکردی متفاوت، تعبیر بانک مجازی را تبیین نموده‌اند.

همین تجربه‌های شکل گرفته ما را بر آن داشت تا بخشی از این گزارش را به تجربه بانک مجازی در دنیا اختصاص داده و تلاش کنیم تا بفهمیم چرا تعبیر بانک مجازی در جغرافیاهای مختلف دنیا به شکل‌های مختلفی ظهور یافته است. پس از آن به سراغ جغرافیای خودمان یعنی ایران رفتیم؛ اینکه تلاش‌هایی که تاکنون در صنعت بانکداری با عینک بانکداری مجازی محقق شده است، چه بوده است. ویژگی‌های جغرافیای ما چیست و چه روندهایی در آن شکل گرفته است و براساس همین مقدمات ذهن‌مان را به ۱۰ سال بعد (۱۴۱۰) پرواز دادیم. عدم قطعیت‌های موجود ما را بر آن داشت که ۴ سناریو متفاوت را برای آینده بانک مجازی در ایران در افق ۱۰ سال آینده تصور کنیم. ۴ سناریوی تدوین‌شده‌ی ما (آرمان شهر همینجاست، گرگ وال استریت، دود از کنده بلند می‌شود و بازگشت بروسلی) از آینده‌های متفاوتی می‌گویند که ممکن است هر سازمان، موسسه یا شرکت بیشتر یا کمتر بپسندد. ممکن است بخواهید یکی از آن‌ها محقق شود و تلاش کنید برای تحققش؛ ممکن است سناریویی را محتمل بدانید و مطلوبتان نباشد و تلاش کنید برای برنامه‌های پیشگیرانه از آسیب‌های احتمالی و... ما در سفر ذهنی‌مان به آینده، مشتریانی را یافتیم که امروز به نسل زد یا نسل اینترنت مشهورند و سلايق و نیازهای متفاوتی از امروز ما دارند.

امیدواریم که چنین گزارش و رویکردی در توسعه دوراندیشی و آینده‌نگری جامعه‌مان مفید واقع شود. طبیعی است آنچه مطرح شده است حاصل مطالعه، بررسی، گفتگو، تحلیل و تراوشات ذهنی جمع محدودی بوده است و می‌تواند محل بحث، تفاوت دیدگاه، نگرش یا نظر افراد دیگر باشد و از همین روی است که از هرگونه گفتگو و همفکری در این ارتباط استقبال می‌کنیم.

● وحید شامخی

مدیر ارشد نوآوری شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا
v.shamekhi@efarda.ir



● سعید باباخانی

راهبر ارشد نوآوری شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا
s.babakhani@efarda.ir



خلاصه مدیریتی

برخی از کلیدی‌ترین نکات گزارش "سناریوهای آینده بانک مجازی* در ایران (افق ۱۴۱۰)" به شرح زیر است:

بزرگترین عوامل ظهور و رشد بیشتر مفهوم بانک مجازی در طول چند سال گذشته، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، رشد استفاده از گوشی‌های هوشمند، بحران‌های اقتصادی، رشد فینتک‌ها و همچنین در ماه‌های اخیر، شیوع ویروس کووید-۱۹ (کرونا) بوده است.

در اکوسیستم‌های مختلف دنیا، عناوین مختلفی به بانک‌های نسل جدید در مقابل بانک‌های نسل قدیم و یا اصطلاحاً سنتی اطلاق می‌شود؛ بانک دیجیتال (Digital Bank)، نئو بانک (Neo Bank)، بانک چالشگر (Challenger Bank) و بانک مجازی (Virtual Bank) از جمله این عبارات هستند که تفاوت‌های جزئی آن‌ها در بخش اول گزارش توضیح داده شده است.

مدل درآمدی بانک‌ها در رویکرد سنتی و جدید در حال تغییری قابل توجه است. بانک‌های مجازی جدید در دنیا، سعی در ارائه هوشمندانه خدمات متنوع به کاربران داشته و بقای خود را از درآمدهای با کیفیت‌تر غیر مشاع، بجای درآمدهای مشاع می‌دانند. نکته دیگر اینکه بانک‌های مجازی در تلاش‌اند تا حاشیه سود حاصل از جذب منابع و اعطای آن‌ها (Spread) را بالاتر برند.

کلان روندهای موثر در آینده حوزه مالی و بانکی دنیا بر اساس گزارش‌های معتبر دنیا را، در سه بخش کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات بانکی-مالی و قوانین و قانون‌گذار دسته‌بندی کرده‌ایم، که در انتهای فصل اول قابل ملاحظه است.

۱۰ بانک مجازی شناخته شده (فیدور، این ۲۶، مونزو، رولوت، کائو، پی‌تی‌ام، مای، وی، چیم و سیمپل) از کشورهای آلمان، انگلستان، چین، کره جنوبی، هند و آمریکا در فصل دوم مورد بررسی قرار گرفته و ویژگی‌های آن‌ها مقایسه شده است.

از منظر خاستگاه و دلایل شکل‌گیری بانک مجازی در جغرافیاهای مختلف، جغرافیای اروپا، چین، کره جنوبی و آمریکا تحلیل شده است؛ که چرا در هر یک از این فضاها، نوع خاصی از بانکداری مجازی ظهور و رشد یافته است. در برخی پایین آوردن هزینه انجام خدمات مالی-بانکی پیش‌ران بوده است، یا برخی دیگر سرعت انجام خدمات مالی-بانکی؛ بعضی‌ها تجربه کاربری کاملاً متفاوتی را ارائه کرده‌اند و یا برخی تنوع در خدمات بانکی و غیره.

تطابق محصول با بازار مورد بحث در تجربه‌های مختلف دنیا، زمان‌بندی متفاوتی داشته است. در جایی مثل کره جنوبی در عرض ۲۴ ساعت ۳۰۰ هزار نفر یک محصول را نصب می‌کنند (و در عرض ۲ هفته تعداد کاربران از ۲ میلیون نفر عبور می‌کند) و در جایی مانند آمریکا ۱۵ سال طول می‌کشد تا محصولی مشابه جای خود را میان کاربران پیدا کند.

ویژگی‌ها و روندهای بازار ایران در سه بخش کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات بانکی-مالی و قوانین و قانون‌گذار در فصل سوم دسته‌بندی شده است و نشان می‌دهد که ایجاد مفهوم بانک مجازی موفق در ایران کار ساده‌ای نیست چرا که بسیاری از دلایلی که در جغرافیاهای دیگر دنیا پیش‌ران توسعه بانک‌های مجازی بوده است، در ایران یا موجود است یا مسئله قابل توجهی نیست.

* عبارت‌های مختلفی برای مفهوم بانک‌های کاملاً برخط و بدون شعبه فیزیکی مانند بانک دیجیتال، نئو بانک، بانک چالشگر (Challenger) و بانک مجازی به کار می‌رود. در این گزارش بدلیلی که در طول گزارش ذکر می‌شود، از عبارت "بانک مجازی" استفاده شده است.

براساس تحلیل انجام شده، مهم‌ترین روندهای تاثیر گذار که بیشترین عدم قطعیت را نیز در عین حال در آینده بانک مجازی در ایران دارند (از میان ۳۰ روند احصا شده در ایران)، به این ترتیب است: ۱) تمایل کاربران به حذف واسطه از تعاملات مالی و نقش آفرینی قدرتمند بازیگران غیربانکی (پلتفرم‌های P2P)؛ ۲) اصلاح نظام کارمزدی و تغییر قواعد رقابت در آمدی. همین دو روند، پیشران یا عدم قطعیت، پایه و اساس شکل‌دهی چهار سناریو آینده ما قرار گرفته‌اند.

۹

براساس تحلیل‌های موجود و نگارندگان، جمعیت قابل توجهی از کاربران بانک مجازی در آینده پیش‌روی ایران، از نسل اینترنت (و یا همان نسل Z) خواهند بود. نسل اینترنت نسلی است که همیشه آنلاین است و با به‌روزترین ابزارهای آنلاین کار می‌کند؛ به هر شغلی رضایت نمی‌دهد، و قبل از آغاز به کار، درباره شغل موردنظر بسیار تحقیق می‌کند. همچنین برای انتخاب و وفاداری به یک ابزار و راهکار باید به معنای واقعی کلمه اغناء شده باشد.

۱۰

جهت ملموس شدن فضاهای ۴ سناریو برآمده از تلاقی عدم قطعیت‌های منتخب، از تشریح زندگی یک شخصیت خیالی با عنوان "امیرعلی" استفاده کرده‌ایم. هدف از این کار، تبیین فضای زندگی امیرعلی در ۱۰ سال آینده به عنوان منتخبی از نسل Z، جهت داشتن درک نسبی از فضای حاکم و اقتضائات آن بوده است.

۱۱

اینکه کدام سناریو (از سناریوهای چهارگانه آرمان شهر همینجاست، گرگ وال استریت، دود از کنده بلند میشه و بازگشت بروسلی) احتمال تحقق بیشتری دارد، از نقطه نظر افراد، سازمان‌ها یا کسب‌وکارهای مختلف می‌تواند متفاوت باشد، اما از نظر ما همگی محتمل هستند.

۱۲

هر یک از سناریوها تفکر راهبردی متفاوتی را طلب می‌کند. برای مثال بازیگران موفق سناریوی آرمان شهر، اغلب ارائه دهندگان سرویس‌های غیر مالی کنونی هستند که در شرایط و خدمات مورد نیاز زندگی آدم‌ها موثرند. یا بازیگران موفق سناریو بازگشت بروسلی، بانک‌ها و فینتک‌هایی هستند که خدمات مالی علاوه بر خدمات معمول بانکی فعلی ارائه می‌کنند. چنین تحلیل‌هایی می‌تواند برای تصمیمات راهبردی امروز ما اثرات کلیدی داشته باشد.

۱۳

بر این باوریم که بانک مجازی موفق ایرانی براساس پنج شاخصی که در جغرافیاهای مختلف بحث کردیم، بانکی است که یکپارچگی در ارائه خدمات جدید و تجربه کاربری کاملاً متفاوت دارد. شاید بتوان گفت که ما برای ساختن بانک مجازی موفق ایرانی، در کنار افراد خبره در حوزه بانکداری، به طراحان (تجربه کاربری) قدرتمند و هنرمند نیازمندیم.

۱۴

تعبیری وجود دارد مبنی بر اینکه در آینده "بانک‌ها نامرئی خواهند بود"؛ به عبارت دیگر، خدمات مالی و بانکی نیاز انسان‌های سال‌های آینده نیز خواهد بود، اما اینکه چه کسی و چگونه آن‌ها را پاسخ می‌دهد، شاید جوابش یک بانک یا موسسه مالی نباشد!

۱۵

رویکرد و روش تهیه گزارش

این گزارش با هدف بررسی و تحلیل جامع ابعاد مختلف مفهوم «بانک مجازی» در ایران و همچنین سناریوپردازی چگونگی تحول مفهوم بانک و بانکداری ایرانی در طی سالیان آینده آماده شده است.

جهت تهیه گزارش پیش‌رو جلسات و همفکری‌های متعددی صورت گرفته و محتوای اسناد و گزارش‌های مکتوب، صوتی و تصویری زیادی تحلیل گشته است؛ منابع آنلاین و مکتوب گسترده‌ای بررسی شده تا دستمایه شکل‌دهی سناریوهای آینده قرار گیرند. روندهای کلان موثر بر چگونگی تحقق بانک مجازی در چشم‌انداز ۱۰ ساله ایران استخراج شده و عدم قطعیت آن‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین سناریوهای احتمالی براساس مدل آقای شوارتز در سناریونگاری، برای افق ۱۰ سال آینده تبیین شده و توصیه‌هایی برای افراد و گروه‌هایی که در صدد ایجاد بانک مجازی در ایران هستند ارائه گردیده است.

نتایج این گزارش صرفاً نظرات کارشناسی نگارندگان آن بوده که می‌تواند به عنوان ورودی فکری و نظری برای بحث‌های بیشتر و تکمیلی‌تر در این حوزه، استفاده شود.



شناسایی روندها و سناریوهای آینده بانک مجازی در ایران

گام‌های طی شده بر اساس مدل GBN* پیتر شوارتز**



* GBN: Global Business Network

** Peter Schwartz

مقدمه‌ای بر بانک مجازی



بانک چیست؟

(چیستی بانک و فلسفه وجودی آن)

نیاز به بانکداری در جهان زمانی ملموس شد که انسان ها شروع به تعاملات مالی فراتر از دادوستد و مبادله کالا میان یکدیگر کردند. کم نیاز شد که بازیگر سومی میان آن ها قرار بگیرد تا هم بعنوان امین، پول شان را پیش آن بگذارند و هم در دادوستدهایی در جغرافیای دورتر کمک شان نماید.

و بدین صورت می توان گفت که رفته رفته نگهداری و جابجایی پول از یک کار شخصی به یک کار و فعالیت تخصصی تبدیل شد و منجر به پررنگ شدن مفهومی به نام بانک امروزی شد. هرچند تاریخ تشکیل اولین بانک ها را به قدمت رواج دادوستد در همان ابتدای شکل گیری تمدن می دانند، اما بانک مونتی دی پاسچی دسینا (Banca Monte dei Paschi di Siena) در ایتالیا که تاریخ تاسیس آن سال ۱۴۷۲ میلادی است، به عنوان اولین بانک شبیه به بانک های امروزی در تاریخ جهان عنوان می شود.

در ایران نیز حدود ۴۰۰ سال بعد، در سال ۱۲۶۶ شمسی، «بانک جدید شرق» بدون اخذ مجوز از دولت ایران در عمارت شرق میدان توپخانه شعبه مرکزی خود را دایر کرد و بلافاصله شعب دیگری در شهرهای تبریز، اصفهان، مشهد، شیراز، رشت و بوشهر تاسیس نمود و به فعالیت های بانکی-اقتصادی پرداخت.

مرکز این بانک در لندن بود و برای نخستین بار در ایران حساب جاری را که بهره به آن تعلق می گرفت ارائه نمود. این بانک بیشتر از سه سال فعالیت نکرد و با تاسیس بانک شاهنشاهی کلیه اموال و امتیازات خود را یکجا به این بانک واگذار کرد. «بانک شاهنشاهی ایران» در سال ۱۲۶۷ هجری شمسی (برابر با ۱۸۸۹ میلادی) توسط بارون جولپوس دو رویتر، مؤسس خبرگزاری رویتر تأسیس شد.

اما به تدریج صنعتی شکل گرفت به نام صنعت مالی که بسیار فراتر از صرفا بانک و بانکداری بود. در واقع صنعت مالی، همه بازیگرانی که در حوزه مالی و پولی با فعالیت هایی از قبیل سپرده پذیری، اعطای وام، سرمایه گذاری، خرید و فروش ارز، خرید و فروش سهام، ارائه خدمات بیمه و غیره، فعالیت می کنند را در بر می گیرد.

اما در این میان بانک ها به عنوان یکی از اصلی ترین نهادهای مالی، همیشه به عنوان یکی از جدی ترین بازیگران بوده اند و در طی سالیان متمادی تلاش نموده اند تا محدوده سرویس های خود را گسترش دهند. موارد ذیل از خدماتی محسوب می شود که بانک ها به تدریج بعنوان خدمات اولیه خود محسوب می نمایند اما در ادامه خواهیم دید که چطور در طول زمان نگرش به خدمات و نوآوری در آن ها دچار تغییرات بنیادین شده است.

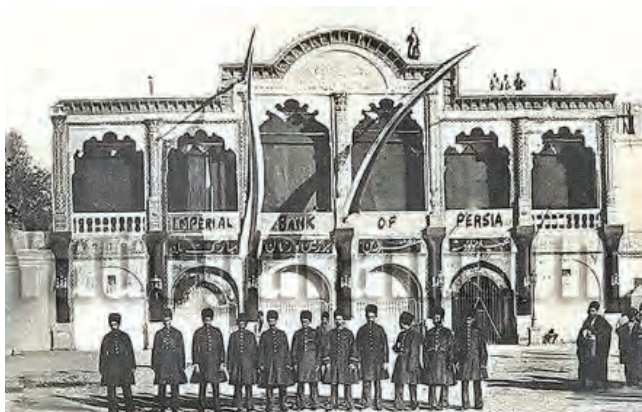
■ ایجاد محلی امن برای نگهداری پول مشتریان

■ سپرده پذیری در ازای ارائه سود و حفظ ارزش پول در برابر تورم

■ ارائه وام به متقاضیان

■ ارائه خدمات در جهت استفاده از پول مشتریان مثل دسترسی سریع به پول نقد و امکان پرداخت

■ ارائه مشاوره های مالی به مشتریان برای بهره گیری بهینه از اموالشان



فین‌تک یا همان فناوری‌های مالی که معادل عبارت FinTech است، یعنی «کاربرد نوآورانه فناوری در خدمات مالی»؛ بسیاری از فین‌تک‌ها توسط افرادی ظهور یافتند که سابقه خاصی در صنعت مالی یا بانکی نداشتند، همین امر موجب نوآوری‌های قابل توجهی در این حوزه شد. نوآوری‌هایی که مخاطب اصلی آن رضایت بیش از پیش کاربرها بود، نه بانک‌ها یا موسسات مالی! تقسیم‌بندی‌های مختلفی برای فینتک‌ها در منابع مختلف ارائه شده است، که در این گزارش دسته‌بندی مورد نظر، دسته بندی ده بخشی ذیل است:

۱. فناوری قانونی-بانکی (RegTech)

۲. فناوری مدیریت ثروت (WealthTech)

۳. فناوری بیمه (InsurTech)

۴. فناوری پرداخت (PayTech)

۵. بانک‌تک (BankTech)

۶. فناوری استقراض (LendTech)

۷. مدیریت مالی شخصی (PFM)

۸. جابه‌جایی پول بین‌المللی (Remittance)

۹. ارزهای رمزنگاری‌شده (CryptoCurrency)

۱۰. فناوری دارائی (PropTech)

بانک‌ها انواعی مختلفی دارند؛ بانک‌های خرد، بانک‌های شرکتی-تجاری و بانک‌های سرمایه‌گذاری از جمله انواع بانک‌ها با گستره فعالیت متفاوت محسوب می‌شوند. انواع بانک‌ها خدمات مختلفی با محوریت اهداف مذکور به مشتریان خود ارائه می‌دهند، اما در اغلب این بانک‌ها خدمات مشابه زیادی با یکدیگر دارند. همین موضوع موجب شده است که در سالیان اخیر بانک‌ها در صدد گسترش زمین بازی خود در صنعت مالی شده و از این مسیر تلاش نمایند تا مزیت رقابتی نسبت به رقبای خود داشته باشند.

یکی دیگر از پیشران‌هایی که موجب شده است بانک‌ها به فکر تحول در سرویس‌های خود بیفتند، ظهور فینتک‌ها در ده سال اخیر بوده است. بحران اقتصادی آمریکای شمالی موجب شد تا بازیگران جدید، کوچک و چابکی پا به عرصه صنعت مالی گذارند که بسیاری از خدمات گذشته را با سرعت بیشتر و هزینه کمتر ارائه نمایند.

صنعت مالی

صنعت بانکداری

فینتک‌ها

شکل‌گیری بانک مجازی

این سال‌ها، فناوری اطلاعات و ارتباطات همه چیز را تحت تاثیر خود قرار داده است و صنعت مالی نیز از این سونامی تغییر بی بهره نبوده است. در سال‌های اخیر بسیاری از سرویس‌های مالی و بانکی (تبادلات پولی، مالی و ...) بصورت الکترونیکی ارائه می‌شود و اگر بازیگران این صنعت نتوانند هر روز سرویس‌های بیشتری را بصورت الکترونیکی ارائه نمایند، از قافله تغییر جامانده‌اند. اما این همه ماجرا نیست؛ بانک‌ها و بازیگران سنتی صنعت مالی داشتند به رقابت یا همکاری با فین‌تک‌ها می‌اندیشیدند که داستان جدیدی شکل گرفت.

فین‌تک‌ها بازیگرانی بسیار چابک و خلاق بودند که با ارائه خدماتی جدید در این عرصه و ربودن گوی سبقت در برخی از بخش‌های بازار از رقبای سنتی، لرزه بر اندام فربه آن‌ها ایجاد کرده بودند اما ویروس جهانی شمول فضای رقابت را بیش از پیش تنگ کرد. کرونا موجب شد تا رقابت بر سر سرویس‌های غیرحضوری، غیرفیزیکی و تماماً الکترونیکی بیش از پیش تشدید شود و همه این جریان‌ها، رقابت بر سر مفهوم بانک مجازی را به اوج رساند.

کلیدی‌ترین ویژگی بانک‌های مجازی آن است که هیچ شعبه فیزیکی برای ارائه خدمات خود ندارند.

بانکداری مجازی تلاش می‌کند تا با استفاده از فناوری‌های پیشرفته نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مبتنی بر شبکه و اینترنت، مایحتاج مشتری را برآورده نماید. استفاده از سیستم‌های رایانه‌ای متمرکز، عدم محدودیت زمانی و مکانی جهت انجام عملیات بانکی، امنیت بالا و قابلیت پیگیری عملیات بانکی و افزایش سرعت و کارایی، ویژگی‌هایی است که ضرورت و جذابیت شکل‌گیری و توسعه بانک‌های مجازی در دنیای کنونی را اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. نکته جذاب این رقابت آن است که بانک مجازی انگیزه زیادی برای فین‌تک‌های امروز ایجاد کرده است که جایگزین بازیگران سنتی بانکداری شوند!

در اکوسیستم‌های مختلف در سطح دنیا، عناوین مختلفی به بانک‌های نسل جدید در مقابل بانک‌های نسل قدیم و یا اصطلاحاً سنتی اطلاق می‌شود؛

بانک دیجیتال (Digital Bank)، نئو بانک (Neo Bank)، بانک چالشگر (Challenger Bank) و بانک مجازی (Virtual Bank) از جمله این عبارات هستند. فارغ از اینکه این کلمات غالباً به جای یکدیگر استفاده می‌گردند، در ادامه به تفاوت‌های جزئی آن‌ها اشاره شده است:

بانک دیجیتال (Digital Bank):

بانک دیجیتال به بازوی آنلاین ارائه خدمات در بانک‌های سنتی گفته می‌شود.

نئو بانک (Neo Bank):

نئو بانک هویت مستقلی است که خود مجوز بانک نداشته و در تعامل با یک بانک سنتی دیگر به ارائه خدمات آنلاین خود اقدام می‌کند؛ این بانک شعبه فیزیکی ندارد.

بانک چالشگر (Challenger Bank):

بانک چالشگر خود دارای مجوز بانک بوده و خدمات کامل بانکی را در بستر آنلاین و بدون شعبه فیزیکی ارائه می‌کند.

بانک مجازی (Virtual Bank):

غالباً این عبارت معادل عبارت بانک چالشگر در نظر گرفته شده و به معنای ارائه تمامی خدمات بانکی در بستر آنلاین، بدون درگیری شعبه فیزیکی است.

در اکوسیستم بانکی و مالی ایران نیز عبارات مختلفی از جمله بانک مجازی، بانک دیجیتال و یا بانک الکترونیکی برای نسل جدید بانک‌ها به کار برده می‌شود. اما بانک مرکزی ایران در سال ۱۳۹۰، در آیین‌نامه‌ای تحت عنوان "آیین‌نامه تأسیس و فعالیت بانک مجازی" از عبارت بانک مجازی استفاده کرده است. براساس تعریف آمده در آن مستند؛ بانک مجازی، بانکی است بدون شعبه که عملیات و خدمات بانکی را صرفاً از طریق درگاه‌های الکترونیکی انجام می‌دهد. با توجه به این تعریف، در این گزارش عبارت "بانک مجازی" را بعنوان واژه مورد استفاده در ادامه مستند برمی‌گزینیم و از تفاوت‌های کاربردی واژه‌ها به منظور انتقال بهتر مفاهیم اصلی، چشم‌پوشی می‌نماییم.

منابع درآمدی در بانک‌ها و اهمیت بانک مجازی

نسبت درآمدهای غیر مشاع به کل درآمدهای بانک نشان می‌دهد که چند درصد از درآمدهای بانک متعلق به درآمدهای غیر مشاع است. اگر این نسبت پایین باشد، یعنی عمده درآمد بانک ناشی از وظیفه سنتی بانک‌ها یعنی واسطه‌گری وجوه است. بالا بودن این نسبت یک نکته مثبت برای بانک‌ها تلقی می‌شود چرا که اکثر درآمدهای غیر مشاع با کیفیت و مهم‌تر از آن تکرار پذیر هستند و همین امر موجب افزایش سودآوری بانک‌ها می‌شود.

درآمد بانک‌ها از چیست؟ آیا می‌توان از منظر چگونگی درآمدزایی نیز میان بانک‌های سنتی و بانک‌ها مجازی تمایزی قائل شد؟ بانک‌ها به عنوان سازمان‌های انتفاعی دارای مدل کسب‌وکاری و مدل درآمدی مختص به خود هستند که موجب بقای کاریشان می‌گردد. درآمدهای بانک‌ها در دو دسته کلی طبقه‌بندی می‌شوند:



درآمدهای مشاع:

در طی سال‌های اخیر با ظهور تکنولوژی‌های جدید، کسب‌وکارهای فینتکی اقدام به ارائه خدمات با کیفیت و گسترده در حوزه‌های مختلف بانکی نموده و روال بانک‌های سنتی در ارائه خدمات را به صورت کاملاً جدی تحت تاثیر قرار داده‌اند؛ همچنین بانک‌های نوظهور مجازی در سرتاسر جهان تغییرات گسترده‌ای در مدل کسب و کار بانک‌های سنتی ایجاد کرده‌اند که میزان درآمدهای غیر مشاع را به طرز چشم‌گیری تحت تاثیر قرار داده و به نوعی درآمد با کیفیت‌تری ایجاد کرده‌اند.

بخشی از درآمد بانک است که به واسطه مشارکت با سپرده‌گذاران به دست می‌آید. دریافت سپرده‌های مدت‌دار از مشتریان، سرمایه‌گذاری سپرده‌ها در کسب‌وکارهای مختلف و ارائه تسهیلات مدت‌دار به مشتریان سبب ایجاد درآمدی برای بانک می‌شود که این درآمد ناشی از اختلاف نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات اعطایی و هم‌چنین سود حاصل از سرمایه‌گذاری‌هاست.

درآمدهای غیر مشاع:

از این‌رو بانک‌های مجازی جدید در دنیا، سعی در ارائه هوشمندانه خدمات متنوع به کاربران داشته و بقای خود را از درآمدهای باکیفیت غیر مشاع خلق می‌کنند. از سوی دیگر بانک‌های مجازی با کاهش چشم‌گیر در هزینه‌های عملیاتی بانک، روی حاشیه سود حاصل از تسهیلات اعطایی (Net Interest Rate Spread) و سایر خدمات ارائه شده در بانک‌ها تاثیر بسزائی داشته باشند.

بانک‌ها علاوه بر درآمدهایی که با سپرده‌گذاران خود شریکند، درآمدهایی مختص خود دارند. این درآمدها عمدتاً شامل کارمزدها، درآمدهای ارزی، سهام، اوراق قرضه خارجی، وجه التزام بدهکاران بابت اعتبارات اسنادی ضمانت نامه‌ها و تسعیر دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی است. آن قسمت از درآمدهای غیر مشاع که به واسطه دریافت کارمزد خدمات ارائه شده و ارائه مشاوره‌های مالی و سرمایه‌گذاری حاصل می‌شود، جزو درآمدهای باکیفیت و تکرار پذیر غیر مشاع بانک تلقی می‌شود. از جمله این خدمات عبارتند از: خدمات اعتبار اسنادی، خدمات ضمانت نامه بانکی، خدمات بانکداری الکترونیک، خدمات ارزی، کارمزد نگهداری اسناد و اوراق بهادار مشتریان، صدور انواع چک‌ها و غیره.

مزایای بانک مجازی

مزیت‌های ارائه خدمات بانکی-مالی در بستر بانک مجازی از ابعاد مختلفی قابل بررسی است. از منظر استراتژیک وکلان به نظر می‌رسد بانکداری در حال طی دوره گذار بوده و تغییرات قابل توجهی داشته باشد، که در ذیل اشاره شده است.

همچنین دو بعد روش‌های جدید کسب درآمد و افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه نیز مواردی است که تغییرات قابل توجهی خواهد داشت. در شکل زیر مزیت‌ها از جوانب مختلف به تصویر کشیده شده است.

- حرکت بانکداری از فردمحور بودن (نظرات شخصی) به سیستم‌محور بودن
- چابکی در مدیریت بانک و ارائه خدمات
- اولویت تمرکز بر نیازها و خواسته های مشتری بجای سهام داران بانک
- ایجاد روش‌های جدید درآمدی
- کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری

از بعد استراتژیک و کلان



- افزایش نقاط تماس با مشتری جهت ارائه خدمات متنوع
- بهبود گفت‌وگو با مشتریان از طریق روش‌های تحلیل داده
- نگهداشت مانده حساب بیشتر با ارائه خدمات متنوع
- دریافت کارمزد از پرداخت‌های آنلاین و آفلاین
- کسب درآمد از ارائه خدمات ۷*۲۴
- ارائه خدمات شخصی سازی شده برای مشتریان بانکها

از بعد درآمدی

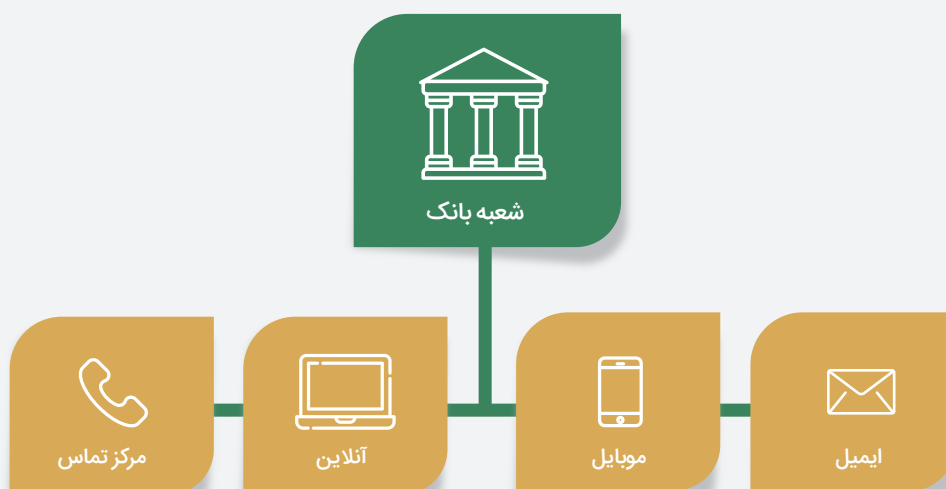


- عدم نیاز به نیروی انسانی زیاد
- عدم نیاز به ساختمان و شعبه فیزیکی
- کاهش هزینه‌های جاری در شعب
- کاهش تعداد ATM
- خطاهای کمتر و یا حتی بدون خطا در عملیات‌های بانکی

از بعد هزینه‌ای



مدل بانکداری کنونی



مدل بانکداری آینده



روندهای کلان جهانی موثر بر بانکداری مجازی

چندین دهه است که شرکت‌های معتبر مشاوره مدیریت دنیا و بازیگران بزرگ اقدام به شناسایی روندها و نیروی‌های پیشران کلیدی موثر بر چشم‌انداز رقابت در حوزه‌های مختلف فناوری و نوآوری، می‌کنند. صنعت مالی نیز همیشه از موضوعاتی است که تحولاتش مورد توجه زیادی بوده است.

از همین رو، بر آن شدیم تا مطالعه تطبیقی بر گزارشات موجود و قابل دسترس انجام داده و تلاش کنیم اجماع میان نظرات خبرگان و صاحب نظران از نقاط مختلف دنیا را گردهم آوریم. در همین راستا گزارش‌های مختلفی از شرکت Ernst & Young، شرکت Deloitte، شرکت McKinsey، مجمع جهانی اقتصاد World Economic Forum، موسسه Forbes، شرکت Accenture و شرکت KPMG را مطالعه کردیم، که بر اساس نتیجه تطبیق و تحلیل‌مان،

اصلی‌ترین روندهای موثر بر اکوسیستم خدمات مالی جهان در سالیان آینده (در افق ۱۰ سال آینده)، را در سه دسته کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات و قانون‌گذار و قوانین تبیین کرده‌ایم. نکته حائز اهمیت این است که این روندها از نقطه نظرات گروه‌های مختلف تبیین شده و طبیعی است که در مواردی تفاوت‌ها، جهت‌گیری‌ها و تصورات متفاوتی از آینده را به تصویر کشد. همچنین بدیهی است که این روندها از آینده‌ای قطعی و غیرقابل تغییر صحبت نمی‌کنند و ممکن است در طول زمان کمرنگ‌تر یا پررنگ‌تر شده و یا حتی اثری از آن‌ها باقی نماند. اما به هر ترتیب، در نظر داشتن آن‌ها به منظور شناخت بهتری از تحولات و تغییرات آینده و تصور آینده‌های محتمل امری ضروری است.

روندهای کلان جهانی از منظر "کاربران خدمات بانکی"

- همه چیز و همه افراد به هم متصل خواهند شد و دیجیتالی شدن همه چیز گریز ناپذیر خواهد بود.
- خودکارسازی امور متداول‌تر خواهد شد و سیستم‌های تمام اتوماتیک مورد پذیرش کاربران قرار خواهد گرفت.
- هر نقطه درگیری و ارتباطی در زندگی ما به یک خدمت تبدیل خواهد شد.
- پول روی پروتکل اینترنت، تعریف تازه‌ای از بانکداری ارائه می‌دهد.
- پرداخت برای خرید خدمت و یا کالا به صورت اتوماتیک اتفاق خواهد افتاد.
- ارزهای دیجیتال از بازارهای ابتدائی به بازارهای اصلی حرکت کرده و رسمیت بیشتری در سیستم‌های بانکی پیدا می‌کند.

روندهای کلان جهانی از منظر "ارائه‌دهندگان خدمات بانکی"

- هزینه‌های خدمات بانکی استاندارد شده و رقابت دیگر بر سر هزینه نخواهد بود.
- بانک‌های متوسط جهت توسعه تکنولوژی و بازار خود در پی ادغام و جذب بانک‌های دیگر خواهند بود.
- بانک‌ها مراقبت بیشتری از اطلاعات مشتری کرده و درصدد ارائه مشورت اختصاصی مالی به آن‌ها خواهند بود.
- بانک‌ها در صدد اجتناب از اعلان هزینه‌ها و نرخ‌های غیرپیش‌بینی شده خدمات خود به مشتریان خواهند بود.
- بانک‌های کوچک بیشتری افتتاح خواهند شد.

روندهای کلان جهانی از منظر "ارائه‌دهندگان خدمات بانکی" - ادامه

- ارائه دهنده‌گان خدمات جدید مالی (فینتک‌ها) در پی اغنای سرمایه‌گذاران برای تثبیت جایگاه خودشان خواهند بود.
- هوش مصنوعی قابلیت شخصی‌سازی انبوه را فراهم خواهد آورد.
- با توجه به فناوری‌ها و مشارکت‌های جدید، نظم جدیدی از بازتوزیع سود و درآمد میان بازیگران شکل می‌گیرد.
- قدرت غالب، متعلق به شرکت‌هایی خواهد بود که مالکیت و کنترل بخش ارتباط با مشتری را بر عهده دارند.
- پلتفرم‌هایی که امکان ارتباط با چندین موسسه مالی را از یک کانال واحد فراهم می‌کنند، به الگوی غالب برای ارائه خدمات مالی تبدیل خواهند شد.
- تحلیل گسترده داده‌ها محل درآمدزائی و تمایز در ارائه خدمات خواهند بود.
- نقش و کارکرد هوش مصنوعی در ارائه خدمات بانکی گسترش خواهد یافت.
- موسسات مالی جهت تأمین زیرساخت‌های حیاتی و متمایزکننده، وابسته به شرکت‌های فناوری‌محور بزرگ خواهند بود.
- امنیت اطلاعات در فضای مجازی توسط هوش مصنوعی تضمین خواهد شد.
- محصولات و خدمات در بستر واحد ارائه خواهند شد "مانند سوپر اپ‌ها".

روندهای کلان جهانی از منظر "قانون‌گذار و قوانین خدمات بانکی"

- قوانین بانکی-مالی به صورت منطقه‌ای، نه جهانی توسعه خواهند یافت.
- سخت‌گیری قانون در برابر حفاظت از اطلاعات کاربران بیشتر خواهد شد.

بانک مجازی در دنیا



تجربه دنیا پیرامون بانک مجازی

با توسعه فناوری اطلاعات در عرصه‌های مختلف، مدل‌های کسب و کاری قدیمی در سرتاسر جهان دستخوش تغییرات بنیادین شدند. کسب‌وکارهایی همانند اوبر در صنعت جابجایی مسافر، نتفلیکس در صنعت پخش فیلم، آمازون در صنعت خرده‌فروشی، ایربی‌اندبی در صنعت هتلداری و اقامت و تعداد بیشماری کسب‌وکار دیگر، تحت تاثیر فناوری‌های نوظهور بوجود آمده انقلابی به وجود آوردند. عرصه بانکداری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و بانکداری مجازی، ارائه خدمات در این حوزه را با تغییرات مهمی مواجه کرده است.

فناوری‌های جدید در عرصه خدمات بانکی، موجب ظهور کسب و کارهایی با عنوان فینتک‌ها شدند؛ فینتک‌ها خدمات عموماً موردی و اختصاصی خود در عرصه مالی-بانکی را با کیفیت و هزینه کمتر انجام داده و مشتری‌محور هستند و در امور خود از نوآوری بهره می‌گیرند.

با توسعه فعالیت فینتک‌ها و اقبال مشتریان به آن‌ها، مفهوم بانک تمام الکترونیک و بدون شعبه فیزیکی، قوت بیشتری گرفت، دغدغه بازیگران سنتی بیشتر شد، کرونا در دنیا گسترش پیدا کرد و همه این موارد موجب شد تا رقابتی شدیدتر شکل گیرد.

بانک‌های مجازی زیادی در چند سال گذشته در بخش‌های مختلف دنیا و کشورهای مختلف ظهور کرده‌اند. وقتی دقیق‌تر به بررسی آن‌ها بپردازیم، متوجه می‌شویم که ویژگی‌های این بانک‌های مجازی تفاوت‌هایی دارد. تحلیل ما حاکی از آن است که بسیاری از این تفاوت‌ها ریشه در جغرافیا و اقتضائات آن منطقه دارد و این مسئله‌ای فراگیر است.

بدین معنی که عدم توجه دقیق به ویژگی‌های خواستگاه‌های مختلف بانک‌های مجازی و فینتک‌ها موجب تقلید کورکورانه و عدم توفیق در بسیاری از کسب‌وکارها شده است.

در همین راستا پرسش‌های کلیدی برای تامل و یافتن پاسخ برای موفقیت در پیاده‌سازی مدل بانک مجازی در هر اکوسیستم به صورت مقابل است:

ویژگی‌های خاستگاه‌های (جغرافیاهای) مختلف بانک‌های مجازی و فینتک‌ها در دنیا چه بوده است؟

دلایل اصلی اقبال کاربران به بانک‌های مجازی در سطح دنیا چه بوده است؟

رشد شکل‌گیری کسب‌وکارهای فینتکی در سطح دنیا به چه صورت بوده و تاثیر آن‌ها در روند خلق مفهوم بانک مجازی چگونه بوده است؟

بانک‌های مجازی دقیقاً چه نیازهایی را شناسایی و چه راهکارهای ارزشمندی را ارائه داده‌اند؟

آیا موفقیت مدل بانک مجازی در یک اکوسیستم به معنای موفقیت آن در یک اکوسیستم دیگر است؟

درک صحیح از یک اکوسیستم و دلایل توفیق و یا عدم توفیق مدل‌های کسب‌وکاری در آن‌ها نیازمند عمیق شدن و جست‌وجوی پرسش‌محور است.

بر این اساس در ابتدا برخی از آمار منتخب در رابطه با فعالیت فینتک‌ها بررسی شده و همچنین مدل‌های موفق و ویژگی‌های اکوسیستم‌های مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند.

روندهای تطبیق‌پذیری فینتک‌ها در سطح دنیا

تجربه دنیا پیرامون بانک مجازی

فینتک‌ها درگستره جهان ارائه شده و همچنین اصلی‌ترین دلایل گرایش کاربران و کسب‌وکارها به آن‌ها تشریح شده است. شایان ذکر است که این آمار میانگین جهانی است و در ادامه گزارش پس از آمار میانگین جهانی، ویژگی‌ها و علایق هر جغرافیا مورد بحث قرار می‌گیرد.

فینتک‌ها به عنوان یکی از اصلی‌ترین محرک‌های شکل‌گیری بانک‌های مجازی در سطح دنیا بوده‌اند. بسیاری از بانک‌های مجازی پیرامون یک فینتک بوجود آمده‌اند. روند تطبیق‌پذیری فینتک‌ها در طول کمتر از یک دهه گذشته بسیار سریع بوده و به طور روزافزونی توسعه یافته است. در ادامه آمار منتخبی از وضعیت

بررسی کاربران



درصد کاربرانی که از یک سرویس دهنده فینتکی بیمه‌ای استفاده می‌کنند.



درصد کاربرانی که از یک سرویس فینتکی انتقال پول و پرداخت استفاده می‌کنند.



درصد کاربرانی که حداقل از یک سرویس فینتکی انتقال پول و پرداخت اطلاع دارند.



درصد تطبیق‌پذیری کاربران



درصد کاربرانی که با اشتراک داده‌های بانکی خود با سایر کسب‌وکارها مشکلی ندارند.



درصد کاربرانی که کسب‌وکارهای غیر مالی را به عنوان ارائه‌دهنده خدمات مالی می‌پذیرند.



درصد کاربرانی که به سرویس دهنده‌ای به غیر از بانک اصلی خود مراجعه می‌کنند.

اصلی‌ترین دلیل کاربران برای استفاده از خدمات فینتک‌ها

جذابیت نرخ و هزینه خدمات

بررسی کسب و کارها



درصد کسب و کارهایی که از یک
فینتک تامین مالی استفاده
می کنند.



درصد کسب و کارهای که
حداقل از یک فینتک بانکی و
پرداختی استفاده می کنند.



میزان تطبیق پذیری کسب و کارها



درصد کسب و کارهایی که با
اشتراک داده های خود با یک
کسب و کار فینتکی مشکلی ندارند.



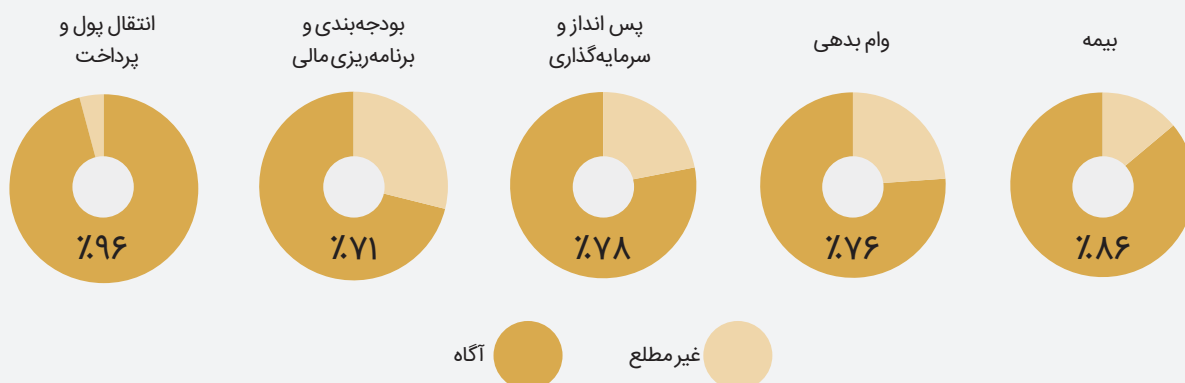
درصد کسب و کارهایی که
تمایل به پیدا کردن یک
راهکار فناورانه مالی دارند.

اصلی ترین دلیل کسب و کارها برای
استفاده از خدمات فینتکها

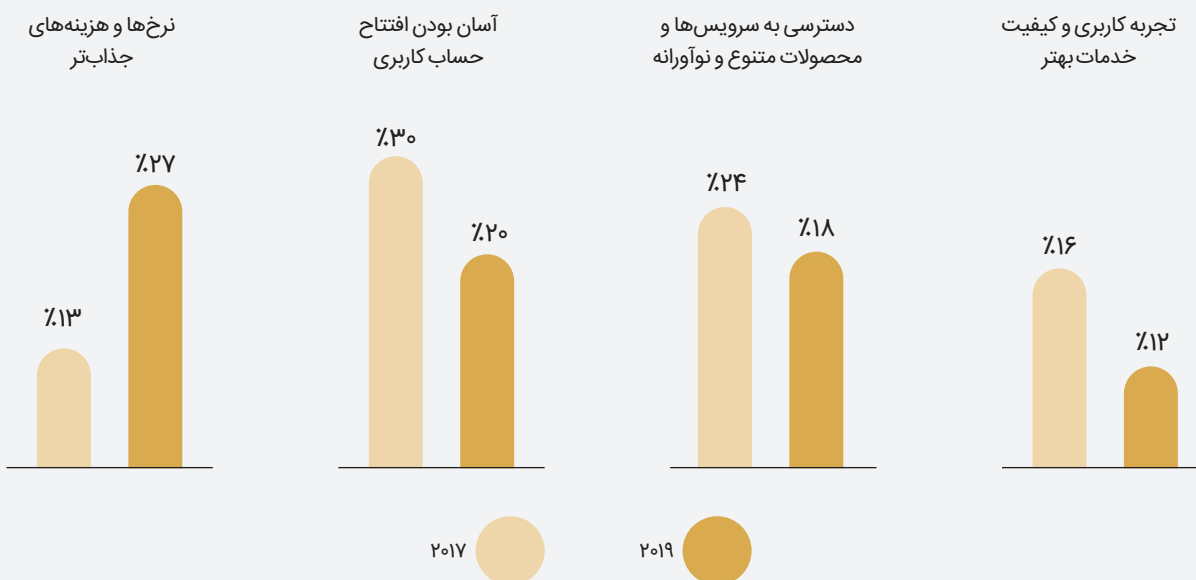
**تعدد و تنوع
خدمات و فیچرها***

روندهای تطبیق‌پذیری فینتک‌ها در سطح دنیا

آگاهی کاربران از خدمات فینتکی بر اساس دسته‌بندی خدمات



دلایل استفاده از خدمات فینتک‌ها، از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۹



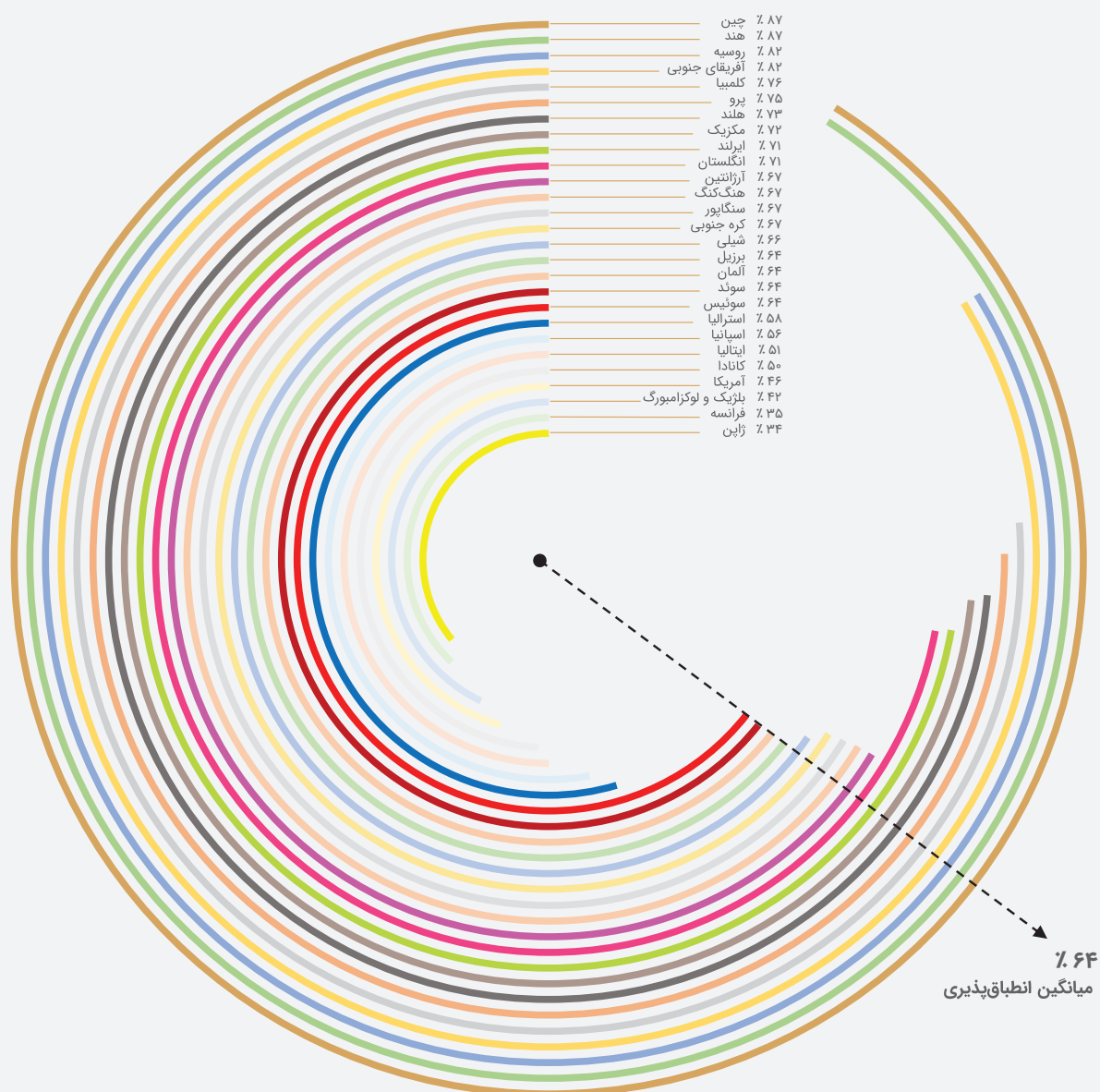
توضیح:

این نمودارها نشان‌دهنده درصد افراد انطباق‌پذیر (Adopters) با خدمات فینتک است که هر دلیل را به عنوان دلیل اصلی بهره‌گیری از خدمات فینتک‌ها در سال ۲۰۱۹ و ۲۰۱۷ انتخاب کرده‌اند.

Datasource: EYGlobal Fin-Tech Adoption Index2019

روندهای تطبیق‌پذیری فینتک‌ها در سطح دنیا

انطباق‌پذیری کاربران با فینتک‌ها در ۲۷ بازار مختلف جهان



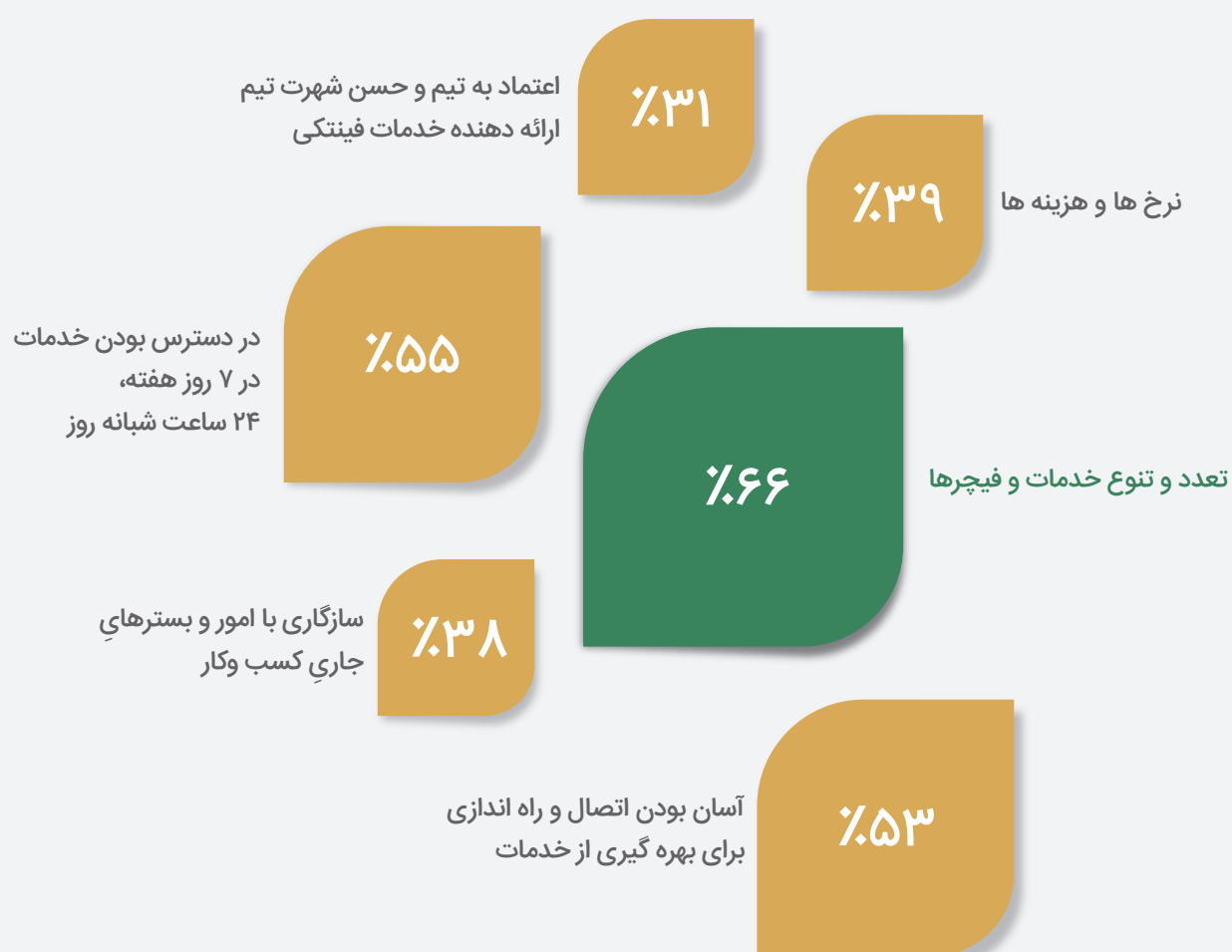
توضیح:

این تصویر نشان‌دهنده درصد افراد انطباق‌پذیر (Adopters) با خدمات فینتک از کل جمعیت فعال در حوزه دیجیتال هر بازار است

Data source: EY Global Fin-Tech Adoption Index 2019

روندهای تطبیق‌پذیری فینتک‌ها در سطح دنیا

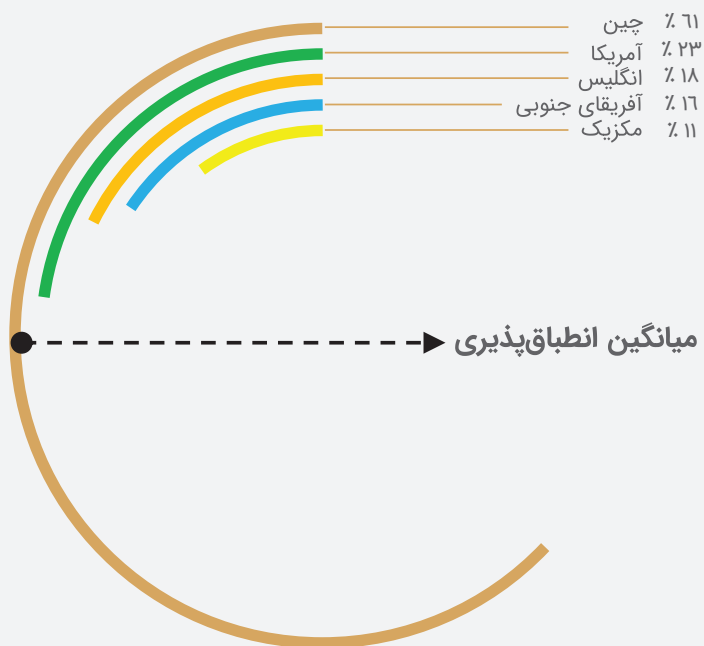
اصلی‌ترین دلایل کسب وکارها برای استفاده از خدمات فینتک‌ها



توضیح:

این تصویر نشان‌دهنده درصد کسب‌وکارهای انطباق‌پذیر (Adopters) با خدمات فینتک‌ها است، که هر پاسخ را به عنوان یکی از سه دلیلی اصلی استفاده از خدمات فینتک‌ها در مقایسه با موسسات قدیمی مالی، انتخاب کرده‌اند.

انطباق پذیری کسب وکارها با فینتک ها در ۵ بازار مختلف جهان



توضیح:

این تصویر نشاندهنده درصد کسب وکارهای انطباق پذیر (Adopters) با خدمات فینتک از کل جمعیت کسب وکارهای فعال در حوزه دیجیتال هر بازار است.

Data source: EY Global Fin-Tech Adoption Index 2019



بررسی موردی بانک‌های مجازی Fidor

بانک فیدور (Fidor Bank) اولین بانک مجازی آلمان است که در سال ۲۰۰۹ کار خود را از مونیخ شروع کرد. در ابتدا فیدور به ارائه خدمات بانکی در بستر آنلاین اقدام کرد و در ادامه مجموعه‌ای از خدمات جدید را به کاربران و کسب‌وکارها ارائه داد.



افتتاح حساب در فیدور به صورت کاملاً آنلاین و در مراحل زیر اتفاق می‌افتد:

- ۱- مراجعه به وبسایت و یا اپلیکیشن فیدور و درخواست افتتاح حساب
- ۲- وارد کردن مشخصات شخصی
- ۳- تاییدیه ایمیلی
- ۴- تاییدیه شماره موبایل
- ۵- وارد کردن اطلاعات تکمیلی
- ۶- وارد کردن آدرس رسمی ثبت شده
- ۷- احراز هویت تصویری
- ۸- تعریف کردن شماره شناسائی مربوط به فیدور (FIN)

تعداد کاربر
+۰/۵
میلیون نفر

«فیدور بانک» نمونه‌ی سازمانی است که براساس بازخورد مشتریان اقدام به تولید و طراحی محصولات جدید خود کرده است. در فیدور، مشتریان در تمام مراحل ایده‌پردازی محصول، از رای‌گیری در شبکه‌های اجتماعی گرفته تا مطلع شدن در خصوص تغییرات و اصلاحات صورت گرفته در آن، دخیل هستند.

یکی از نکات جالب فیدور این است که هر چه تعداد لایک‌های بانک در صفحه فیس بوک بیشتر شود سود بیشتری به سپرده‌ها تعلق می‌گیرد و از طرفی بهره وام کاهش می‌یابد. در واقع این روشی کم‌هزینه و هوشمندانه برای بازاریابی نسبت به روش‌های سنتی است. فیدور همچنین به مشتریان خود خدمتی به نام "بانک به عنوان خدمت" (Bank as a Service) هم ارائه می‌دهد.

در این خدمت، تمام اجزای مورد نیاز برای داشتن یک بانک مجازی اعم از APIs، Core Banking و Interface به مشتری ارائه می‌گردد. فیدور تلاش داشته در تمامی زنجیره ارزش بانکداری ورود داشته باشد؛ از ارائه زیرساخت بانکی تا ارائه خدمات بانکی به مشتریان خرد، از ارائه راهکارهای پرداخت تا خدمات بازاریابی دیجیتال و خدمات مشتریان. هر آنچه برای تاسیس یک بانک مجازی نیاز دارید را می‌توان از فیدور درخواست کرد.

بررسی موردی بانک‌های مجازی Fidor

همانطور که در نمودار تبیین شده است، بانک فیدور در ابتدا به عنوان یک بانک مجازی خدمات خود را به مشتریان ارائه کرد و در طول زمان رفته رفته راهکارهای مالی و همچنین زیرساخت کامل بانک مجازی را به مشتریان ارائه داد.

قرار گرفتن در لیست بهترین بانک‌ها از منظر مخاطبان در بررسی فوربز		۲۰۱۹
پیوستن به کنسرسیوم شبکه نوآوری مالی آستان (AFIN) جهت ارائه API های منطقه‌ای		۲۰۱۸
ارائه خدمت بانک با زیرساخت‌ها و خدمات کامل در الجزیره		۲۰۱۸
ارائه خدمت بانک با زیرساخت‌ها و خدمات جهت بانکداری اجتماعی به بانک ابوظبی		۲۰۱۸
ارائه زیرساخت خدمت پرداخت به ون لانشات (شرکت مدیریت ثروت) در هلند		۲۰۱۸
خرید سهام فیدور توسط BPCE، یک هلدینگ بانکی فرانسوی		۲۰۱۶
ارائه خدمت بانک با همه زیرساخت‌ها و خدمات به تلفونیکا (شرکت ارتباطات سیار آلمانی)		۲۰۱۶
ایجاد فیدور سولوشن - راهکارهای بانکی		۲۰۱۶
ایجاد فیدور مارکت پلیس		۲۰۱۶
شروع به کار بانک فیدور در انگلستان		۲۰۱۵
شروع به کار بانک فیدور در آلمان		۲۰۱۰
اخذ مجوز فعالیت بانکی از بانک مرکزی اروپا		۲۰۰۹
اقدام برای اخذ مجوز بانکی		۲۰۰۷

N26

بررسی موردی بانک‌های مجازی N26

اصلی‌ترین خدماتی که N26 به کاربران خود ارائه می‌دهد:

- ۱- افتتاح آنلاین حساب در ۸ دقیقه*
- ۲- کش بک (۱۰۰ درصد به ازای هر خرید)
- ۳- استفاده از خدمت کارت اعتباری مستر بدون پرداخت ماهانه
- ۴- ارائه خدمات اعتباری
- ۵- گرفتن پول از ATM بدون کارمزد (به یورو)
- ۶- پرداخت بدون کارمزد
- ۷- انتقال پول بین ارزی
- ۸- امکان تنظیم برنامه پس‌انداز

بانک شماره ۲۶ (N26) جزو موفق‌ترین بانک‌های مجازی در اروپاست که در حال گسترش فعالیت‌های خود است. این بانک کار خود را در سال ۲۰۱۳، از کشور آلمان آغاز کرده و به تازگی اقدام به توسعه فعالیت‌های خود در آمریکا کرده است. بانک شماره ۲۶، تمامی خدمات خود را در بستر موبایل به کاربران خود ارائه می‌دهد. N26 تاکنون مجموعاً بیش از ۵۰۰ میلیون دلار سرمایه جذب کرده است و رشد و موفقیت چشمگیرش در بازار اروپا (فعالیت در بیش از ۲۴ کشور اروپایی) را می‌توان پاسخ مناسبی به اعتماد سرمایه گذارانش در نظر گرفت. در حال حاضر این بانک بیش از ۱۵۰۰ نفر کارمند دارد. جالب است که از جمله سرمایه‌گذاران شاخص این بانک گروه تنسنت (Tencent Holdings Limited)، که مالک اپلیکیشن وی‌چت و وی بانک (we Bank) در چین است، می‌باشد.

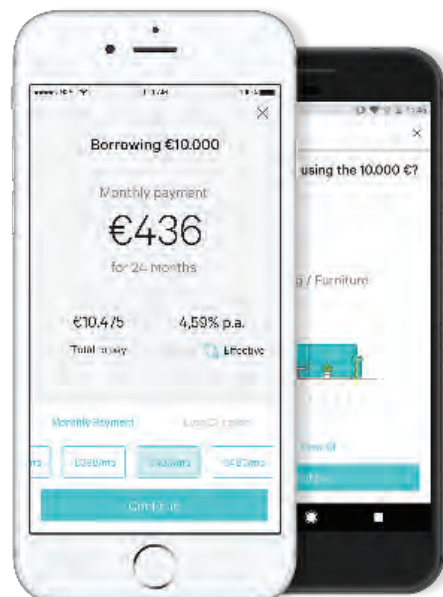
N26 سه نوع حساب با خدمات مختلف به کاربران خود ارائه می‌دهد (که به ترتیب خدمات بیشتری را شامل می‌شود):

■ حساب N26 ■ حساب N26 Black ■ حساب N26 Metal

تعداد کاربر
+۵/۲
میلیون نفر



* N26 برای افتتاح آنلاین حساب از شریک استراتژیک خود، یعنی IDnow کمک می‌گیرد؛ همچنین در مواردی که نیاز به حضور فیزیکی دارد، دفاتر پستی کارهای مربوط به حراز هویت را برای این بانک انجام می‌دهند.



Nominal interest rate 4.59% p.a.



بررسی موردی بانک‌های مجازی Revolut

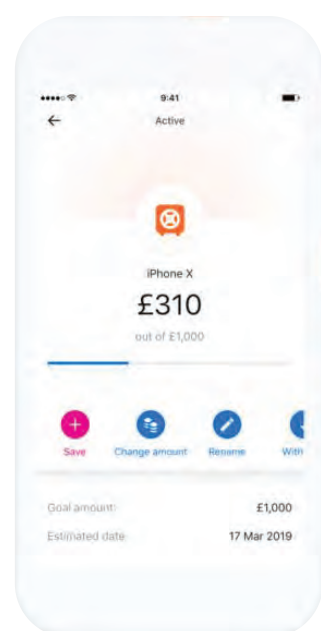
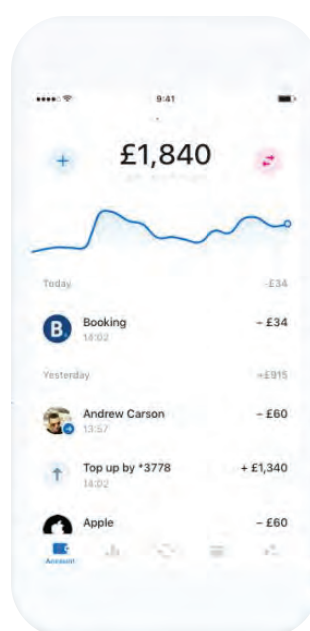
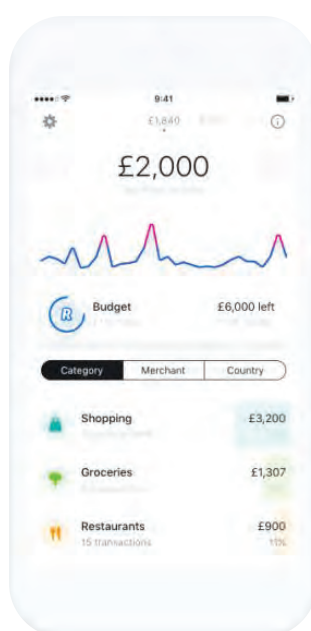
باعث ارزش‌گذاری ۷/۱ میلیارد دلاری و تبدیل شدنش به یونیکورن شد. رفته رفته رولوت تلاش کرد تا خدمات بیشتری را در پلتفرم خود ارائه نماید، خدماتی متفاوت از یک بانک! برای مثال رولوت خدمات نظافت در منزل، کمک در رزرو بلیط هواپیما، میزبانی ویژه در فرودگاه‌ها، هتل و رویدادهای ویژه را ارائه می‌دهد.

رولوت به تازگی بازار خود را به آمریکا گسترش داده و قصد جذب مشتریان بیشتری در سرتاسر دنیا دارد. شریک تجاری رولوت در آمریکا New York-based Metropolitan Commercial Bank (MCB) بوده و این اپلیکیشن مالی مجوز بانک مجازی در آمریکا ندارد، اما همکاری با رولوت می‌تواند نقشش به عنوان بانک مجازی در آمریکا را پررنگ تر نماید.

رولوت از سال ۲۰۱۵ در کشور انگلستان شروع به کار کرد و در سال ۲۰۱۸ مجوز بانک مجازی خود را از بانک مرکزی اروپا دریافت کرد که به همین واسطه امکان اخذ سپرده از کاربران را نیز دارد. رولوت مستر کارت و ویزا را پوشش داده و خدمات مختلفی همچون خرید ارزهای دیجیتال، خرید سهام، پرداخت با بیش از ۱۵۰ ارز رایج در دنیا، ارسال پول با ارزهای مختلف، برداشت وجه از ATM، خرید بیمه مسافرتی و خدمات پس‌انداز را ارائه می‌دهد. رولوت به مشتریان امکان دسترسی به رمز ارزهایی از قبیل بیت‌کوین، اتریوم، لایت‌کوین، بیت‌کوین کش و ریپل و تبدیل آن‌ها به ۲۵ ارز مختلف را فراهم می‌کند. در سال ۲۰۱۸ رولوت اعلام کرد که توانسته ۲۵۰ میلیون دلار جذب سرمایه از طریق DST Global انجام دهد که همین اتفاق

تعداد کاربر

+۸/۰
میلیون نفر





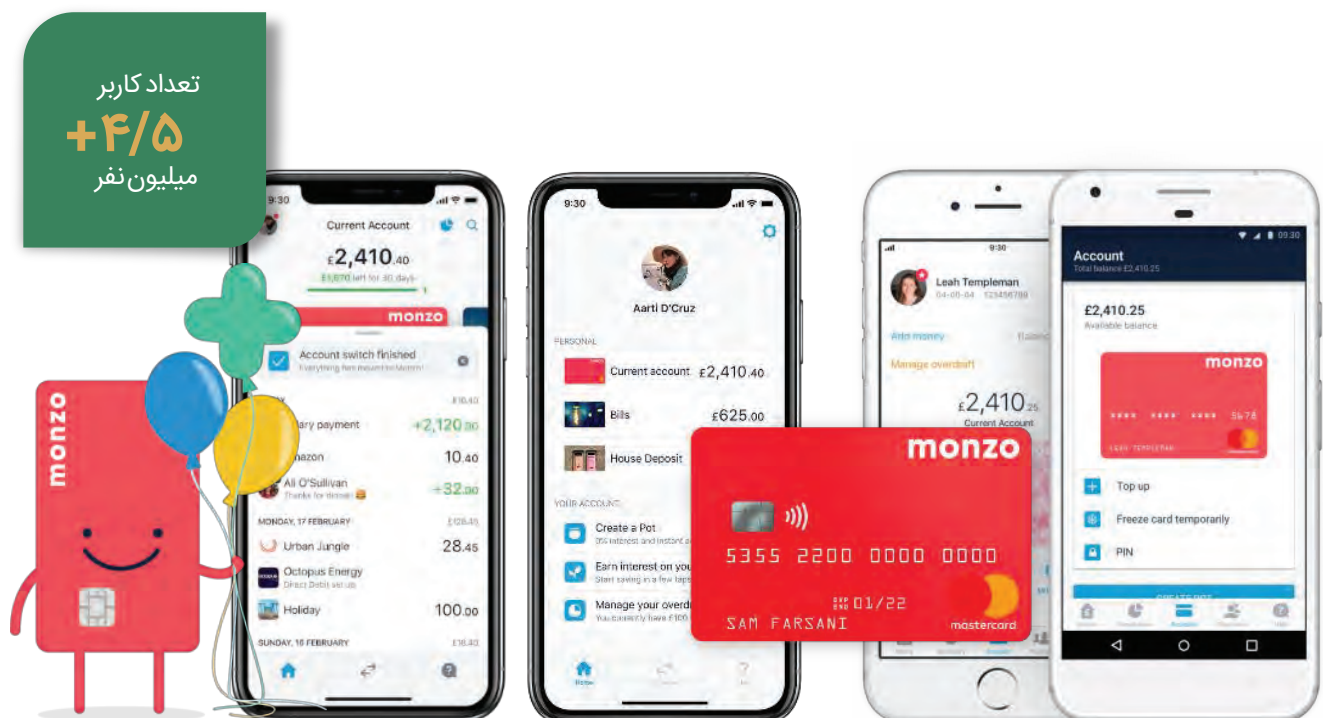
بررسی موردی بانک‌های مجازی Monzo

اکتبر سال ۲۰۱۸، تعداد کاربران مونزو به یک میلیون مشتری رسید و در ماه مارس سال ۲۰۲۰ مونزو بیش از ۴ میلیون مشتری داشت. نکته جالب اینکه نوجوانان ۱۶ و ۱۷ ساله هم می‌توانند از خدمات افتتاح حساب مونزو استفاده کنند. حساب این افراد، مشابه حساب بانکی کسانی است که بالاتر از ۱۸ سال سن دارند؛ تنها تفاوت موجود، محدودیتی است که برای خرج کردن پول در نظر گرفته شده است. چشم اندازی که مونزو برای خود در نظر گرفته است، تبدیل شدن به «قطب مالی» میلیون‌ها نفر مشتری و مدیریت کل سبد مالی آن‌ها است.

مونزو در تاریخ ۱۳ ژوئن ۲۰۱۹ اعلام کرد که ارائه خدمات در ایالات متحده را آغاز می‌کند، ولی با توجه به قوانین سخت‌گیرانه‌تر ایالات متحده نسبت به انگلستان، این موضوع با چالش همراه شد و مونزو تصمیم گرفت از طریق مشارکت با Sutton Bank مستقر در اوهایو وارد بازار ایالات متحده گردد.

مونزو از اولین بانک‌های مجازی بر بستر موبایل در کشور انگلستان است که در سال ۲۰۱۵ شروع به فعالیت نمود. در سپتامبر ۲۰۱۶، ابتدا نسخه اندروید برنامه خود را برای استفاده عموم عرضه کرد و سپس نسخه کاربران اپل نیز با فاصله ای کوتاه رونمایی شد. کارکرد برنامه بسیار ساده و کاربرپسند است و با نصب آن و ثبت اطلاعات هویتی، یک کارت غیراعتباری از طریق پست برای کاربر ارسال می‌شود. مونزو در ژوئن ۲۰۱۸ اعلام کرد که به IFTTT (یک برنامه موبایلی برای مدیریت حساب‌های کاربری) متصل شده است و بدین ترتیب به کاربران خود این امکان را می‌دهد که حساب خود را به دستگاه‌ها و خدمات هوشمند متصل کنند (مانند اتصال مونزو به آمازون).

همچنین در ژوئن ۲۰۱۸، امکان انتقال پول بین‌المللی در مونزو فراهم شد. شاید ارائه خدمات کاربردی در عین سادگی بود که تعداد کاربران مونزو را بیشتر و بیشتر کرد.





بررسی موردی بانک‌های مجازی kakobank

برای مثال هزینه جابجایی پول بین الملل در مواردی به یک دهم هزینه معمول و متداول موجود رسیده است. البته در کل تمرکز کاکائوبانک ارائه خدمات با هزینه کمتر نیست، بلکه تجربه کاربری بهتر تمرکز اصلی است. نکته جالب دیگر کاکائو بانک تمرکزش روی گروه‌های سنی ۳۰ تا ۵۰ ساله است. کاکائوبانک معتقد است حتی شاید کاربران مسن تر خدماتش را بیشتر دوست داشته باشند. به نظر می رسد این استراتژی منطبق بر هرم جمعیت کره جنوبی است.

کره جنوبی اعلام کرد که درآمد خالص سالانه این بانک برای سال ۲۰۱۹ بالغ بر ۱۳/۷ میلیارد KRW (واحد پول کره جنوبی) است. همچنین در پایان آوریل ۲۰۲۰، حجم مشتری آن بالغ بر ۱۲/۲ میلیون و مانده وام و سپرده به ترتیب ۲۱/۷ تریلیون KRW و ۱۶/۸ تریلیون KRW است. کاکائو بانک طیف وسیعی از خدمات شامل وام، سپرده، کارت اعتباری، انواع خدمات پرداخت و سایر خدمات مالی را ارائه می‌دهد.

در سال ۲۰۱۵ دولت کره جنوبی به دو کمپانی Kakao Corp و KT مجوز تاسیس بانک اینترنتی داد. ابتدا کمپانی KT، کی بانک را در ماه آوریل ۲۰۱۷ راه‌اندازی کرد. سپس کاکائو بانک در جولای ۲۰۱۷ افتتاح شد و در عرض تنها پنج روز مردم چنان برای افتتاح حساب به آن هجوم بردند که تعداد مشتریان آن به یک میلیون نفر رسید. بدین ترتیب کاکائو بانک از رقیب خود «کی بانک» به طور کامل پیشی گرفت و پس از ۲ سال تعداد مشتریان آن به بیش از ۱۰ میلیون نفر رسید (کل جمعیت کره جنوبی ۵۰ میلیون نفر است). کاکائو بانک وابسته به کمپانی کاکائو (Kakao Corp)، مالک اپلیکیشن پیام‌رسان پرطرفدار «کاکائو تاک» (Kakao Talk) است. باز کردن حساب در سامانه بانک مجازی کاکائو بانک کار خیلی آسانی است و از طریق اپلیکیشن به راحتی با یک شماره تلفن و کارت شناسایی تنها در ۷ دقیقه صورت می‌گیرد. این سرویس بانکی به دلیل سادگی و UI و UX منحصر به فرد خود مورد توجه ویژه قرار گرفته است. حتی کاکائو بانک، هزینه‌های ارائه برخی خدمات را تغییر جدی داده است.

تعداد کاربر
+۱۲
میلیون نفر





بررسی موردی بانک‌های مجازی WeBank

نمایند و شاید بتوان گفت که این خدمت پرتعدادترین خدمت وی بانک است. وی بانک از زمان شروع فعالیت‌های خود بیش از ۱۵ میلیارد دلار وام اعطا کرده است. این بانک، با استفاده از ظرفیت‌های موجود در گروه سرمایه گذاران خود یعنی پیام‌رسان‌های وی‌چت و کیوکیو (QQ)، رشد بسیار گسترده‌ای در بین کاربران داشته است و خدمات وی بانک در این اپلیکیشن‌ها به راحتی در دسترس است.

وی بانک با بیش از ۴۰ بانک چینی همکاری تنگاتنگی داشته و بخش اعظمی از منابع مالی خود برای اعطای وام را از این بانک‌ها تامین می‌کند. وی بانک الفبای ارائه خدمات خود را ABCD AI, Blockchain, Cloud, and Data دانسته و همه تلاش خود را برای بهره‌مندی حداکثری از ظرفیت این الفبا به کار می‌گیرد.

وی بانک (WeBank) اولین بانک دیجیتال چین است که در دسامبر سال ۲۰۱۴ مجوز بانکداری خود را دریافت کرد و در حال حاضر از نظر تعداد کاربر، از بزرگترین بانک‌های جهان به شمار می‌رود. این بانک از شرکت‌های بزرگی همچون تنسنت Tencent، توسعه دهنده‌ی سوپراپ وی‌چت WeChat و Liye Group و Baiyeyuan Investment Co جذب سرمایه کرده است.

وی بانک خدمات مختلفی همچون مدیریت برداشت و انتقال، مدیریت ثروت، اخذ وام آنلاین برای افراد و کسب‌وکارها، اخذ وام خودرو و بسیاری خدمات دیگر را به کاربران خود ارائه می‌دهد. به عنوان مثال کاربران وی بانک می‌توانند در عرض کمتر از ۵ دقیقه، متناسب با کارنامه اعتباری خود، بین ۴۰ تا ۷۰ هزار دلار وام دریافت





بررسی موردی بانک‌های مجازی Mybank

کوچک در بازپرداخت وام، از قابلیت بالائی برای اعطای وام برخوردار است. عبارت دیگر، مای بانک بواسطه داده‌های در دسترسش، در اعتبارسنجی کاربران بسیار توانمندتر از چیزی که ممکن است به ظاهر به نظر برسد. این بانک تاکنون به بیش از ۲۰ میلیون کسب و کار کوچک و متوسط خدمات مختلفی مانند وام ارائه کرده است. مطابق با آمار منتشر شده بیش از ۸۰ درصد کسانی که از مای بانک وام گرفته‌اند، قبلاً سابقه اخذ وام از بانک‌های سنتی را نداشته‌اند. میانگین وام‌های اخذ شده توسط کاربران مای بانک حدود هزار و چهارصد دلار بوده و نرخ عدم بازگشت وام‌های اخذ شده در حدود ادرصد گزارش شده است (که میانگین این عدد برای بانک‌های سنتی چینی حدود ۳ درصد است). مای بانک بیش از ۱۰۰ بانک چینی را برای تامین مالی وام‌های خود به افراد و کسب و کارها، همراه خود کرده است.

علی بابا و شرکت وابسته به آن Ant Financial بانک آنلاین MyBank را در سال ۲۰۱۵ در چین تاسیس کردند. علی بابا پیش از این در بستر اپلیکیشن مالی خود یعنی علی پی (AliPay) خدمات ذخیره‌ی مالی با ارائه سودی بیشتر از بانک‌های معمول ارائه داده بود، اما MyBank محصولی از این شرکت است که بیشتر بر روی تخصیص وام متمرکز خواهد بود. درخواست وام با در این بانک از سیاست ۳-۱-۰ پیروی می‌کند:

- عدم دخیل بودن انسان در این فرآیند (۰)
- کمتر از ۱ ثانیه برای دریافت تاییدیه و اعتبارسنجی متقاضی وام (۱)
- در کمتر از ۳ دقیقه فرد به وام دسترسی داشته باشد (۳)

مای بانک به دلیل داشتن ظرفیت تجزیه و تحلیل داده‌های علی پی برای درک رفتار مصرف‌کنندگان و همین‌طور توانایی کسب و کارهای

+۲۰

میلیون کسب و کار





بررسی موردی بانک‌های مجازی Paytm

نوع خاصی از بانک است که اصطلاحاً به آن Payments Bank گفته می‌شود. این بانک در سال ۲۰۱۵ موفق به اخذ مجوز شده و در سال ۲۰۱۷ رسماً افتتاح شد. این نوع از بانک‌ها به ازای هر کاربر می‌توانند تا سقف محدودی سپرده‌پذیری کنند و خدماتی از قبیل، حساب‌های سرمایه‌گذاری، حساب‌های سازمانی، نقل و انتقال پول، خدمات پرداخت، حساب‌های پس‌انداز و صدور کارت‌های غیر اعتباری را ارائه می‌کنند. این نوع از بانک‌ها مجاز به ارائه وام و خدمات کارت اعتباری نیستند. پی‌تی‌ام بانک حدود ۵۸ میلیون کارت غیر اعتباری (Debit Card) صادر کرده و در حدود ۵ میلیارد تراکنش در سال را مدیریت می‌کند.

(Paytm Payments Bank) یک بانک متعلق به گروه پی‌تی‌ام (Paytm) است. پی‌تی‌ام شرکتی پیشرو در زمینه‌ی ارائه‌ی خدمات مالی و آنلاین در هند است که خدمات کامل پرداخت‌های آنلاین، راهکارهای مالی برای مصرف‌کنندگان و کسب‌وکارها را ارائه می‌دهد. پی‌تی‌ام از طریق استفاده نوآورانه از تکنولوژی، خدمات بانکداری را بصورت ساده و کاربردی برای کاربران خود فراهم کرده است. در اپلیکیشن پی‌تی‌ام شارژ مجدد موبایل، پرداخت قبوض، خدمات سفر، خرید بلیت فیلم و رویدادها و همچنین پرداخت درون فروشگاه‌ها، رستوران‌ها، داروخانه‌ها، موسسات آموزشی، پارکینگ و عوارض ارائه می‌شود.



chime

بررسی موردی بانک‌های مجازی chime

ویژگی‌های اصلی چایم که مشتریان وفاداری برای او به ارمغان می‌آورد ارائه خدمات بانکی رایگانی است که به راحتی برای کاربر قابل دسترس هستند. قابلیت دریافت حقوق به مدت دو روز زودتر از بانک‌های سنتی از این دست خدمات است. البته این خدمت را کارت‌های دیگر هم ارائه می‌کنند اما با این تفاوت که ماهانه ۲ تا ۴ دلار هزینه برای این سرویس دریافت می‌کنند اما چایم این سرویس را به صورت رایگان ارائه می‌دهد.

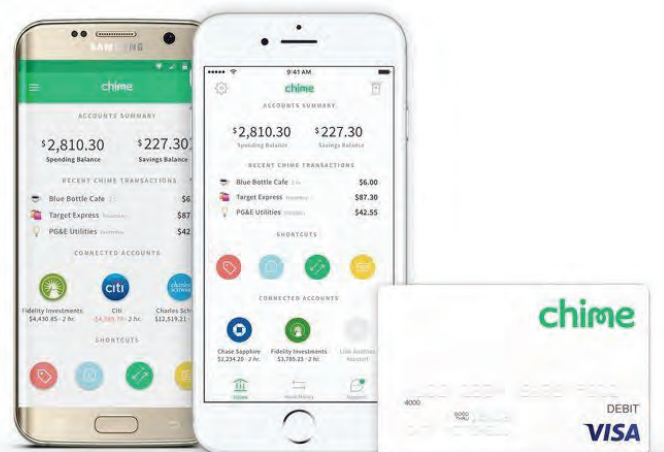
همچنین قابلیت خرج هزینه بیشتر از موجودی در کارت به صورت محدود که باز هم بانک‌های دیگر حدود ۳۴ دلار برای ارائه ی این سرویس دریافت می‌کنند اما چایم این سرویس را به صورت رایگان ارائه می‌دهد. در واقع چایم برندی است که تلاش می‌کند همیشه بهترین سرویس‌های بانکی را به بهترین و جذاب‌ترین شکل ممکن به مشتریان ارائه کند.

تجربه‌ای اضافه شدن به مشتریان این بانک تجربه‌ای سریع و راحت است که در زمان چند دقیقه فرد عضو بانک می‌شود و حتی رفتارهای بانکی قبل او بررسی نمی‌شود، زیرا چایم معتقد است هرکسی لایق یک شانس دوم در تجربیات مالی خود است. اما طبیعتاً امتیاز اعتباری مشتریان، براساس عملکردشان در خود چایم به مرور زمان شکل می‌گیرد و پایه استفاده از خدمات بیشتر یا محدودتر خواهد شد.

چایم (Chime) از سال ۲۰۱۳ شروع به کار کرده است که در طی ۶ سال توانسته به با ارزش‌ترین بانک دیجیتال آمریکا (به ارزش حدودی ۵/۸ میلیارد دلار) تبدیل شود. مخاطبان اصلی این بانک نسل جدید (نسل هزاره) بوده، که هم به مشکلات زیادی تحت تاثیر بحران مالی برخورد کرده بودند و هم احتمال تغییر بانک خودشان به بانک مجازی در آن‌ها بسیار بیشتر است.

چایم کار خود را با حذف هزینه‌های بانکی که از اشتباهات مالی مشتریان برمی‌آید و باعث می‌شد هزینه‌های سالانه‌ی زیادی را به بانک‌های سنتی پرداخت کنند، شروع کرد و در ادامه سرویس‌های معمول که سایر بانک‌های دیجیتال ارائه می‌دادند (مانند سیستم پس‌انداز خودکار، پرداخت‌های موبایلی و...) را هم به خدمات خود اضافه کرد. این بانک به صورت کاملاً دیجیتال مدیریت می‌شود و درآمدی از هزینه‌های معمول که بانک‌های سنتی دریافت می‌کنند ندارد. مدل درآمدی آن به این صورت است که به کاربران خود ویزا کارت می‌دهد و وقتی کاربرانش از آن کارت استفاده می‌کنند، ویزا کارت کارمزدی که خود از کسب‌وکارها دریافت می‌کند را با چایم تقسیم می‌نماید (در سال ۲۰۱۹، درآمد چایم حدود ۲۰۰ میلیون دلار بوده است). درصد سود پس‌انداز سالانه این بانک نسبت به بانک‌های دیگر بسیار پایین است و همین امر هزینه‌های این بانک را بسیار کاهش می‌دهد.

تعداد کاربر
+۸
میلیون نفر





بررسی موردی بانک‌های مجازی SIMPLE

■ **حساب مدیریت اهداف** که برای هوشمندسازی پس‌انداز و رسیدن به اهداف مالی استفاده می‌شود. با اضافه کردن اطلاعات مربوط به اهداف مالی و بازه‌ی زمانی مورد نظر برای تکمیل پس‌انداز، این بانک برنامه‌ای دقیق از میزان پول و دفعات پس‌اندازی که باید انجام شود ارائه می‌کند و مبلغ را در صورت توافق کاربر به صورت خودکار از درآمد او کسر می‌کند. درصد سود سالانه برای این حساب رقابتی بوده و حدود ۱٪ می‌باشد.

■ **حساب مشترک** نیز خدمت دیگری است که به افراد کمک می‌کند به راحتی در راستای رسیدن به اهداف مشترک مالی خود برنامه‌ریزی و فعالیت کنند (این حساب می‌تواند بین دو و یا چند فرد باشد). برای این نوع از حساب افراد می‌توانند کارت غیر اعتباری اشتراکی دریافت کنند.

هزینه‌های دریافتی این بانک برای ارائه‌ی تمامی این خدمات نزدیک به صفر می‌باشد و این از مزیت‌های این بانک برای کاربران محسوب می‌شود. اما تمرکز اصلی این بانک ارائه‌ی تجربه‌ای آسان از استفاده از خدمات مالی برای مشتریان است.

نکته‌ی حائز اهمیت در این بانک این است که بررسی‌های ذکر شده و مدیریت حساب و هزینه‌ها به صورت خودکار و تمام وقت انجام می‌شوند و این موضوع بار ذهنی زیادی را از دوش کاربر برمی‌دارد و اتخاذ تصمیمات مالی را برای او را تسهیل می‌کند.

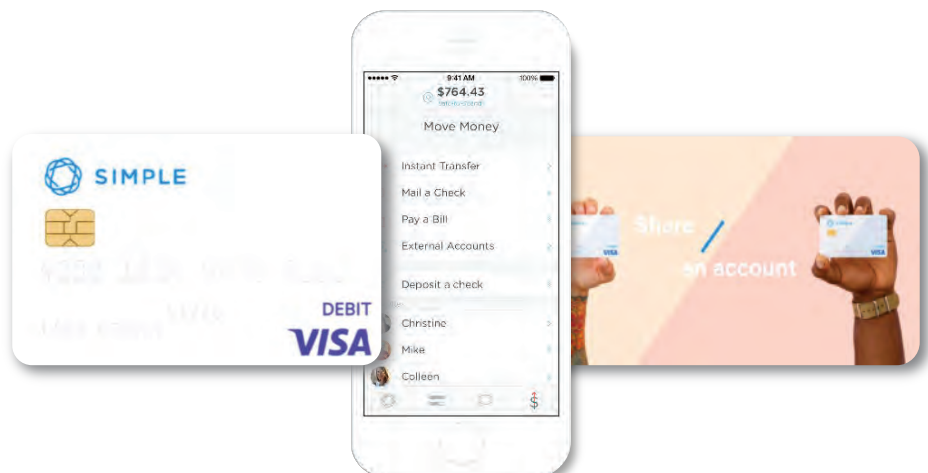
بانک سیمپل (BankSimple) که کار خود را از سال ۲۰۰۹ آغاز کرده، بانک آنلاینی است که تمرکزش بر روی ارائه خدمات برنامه‌ریزی مالی، بودجه‌بندی و پس‌انداز است.

بخشی از این خدمات در حوزه‌ی برنامه‌ریزی و مدیریت پرداخت صورت حساب‌ها هستند، به گونه‌ای که با کمک این بانک صورت حساب‌ها به صورت هوشمند و به موقع پرداخت می‌شوند. بخش دیگر خدمات هم در راستای کمک به پس‌انداز پول و همچنین دستیابی به اهداف مالی برای کاربران طراحی شده است. هر دو

نوع خدمت از جنس مدیریت و برنامه‌ریزی منابع مالی است. تعداد مشتریان این بانک تا اواخر سال ۲۰۱۳ به حدود ۴۰ هزار نفر رسید و ارزش کل تراکنش‌های این بانک به بیش از یک میلیارد دلار افزایش یافت. در سال ۲۰۱۴ شرکت خدمات مالی بانکو بیلباو (BBVA)، که یکی از بزرگترین شرکت‌های ارائه دهنده خدمات مالی در دنیا است، سیمپل بانک را می‌خرد. سیمپل بانک در حال حاضر بیش از سه میلیون مشتری دارد. انواع حساب در سیمپل بانک که تمام مراحل پیچیده‌ی برنامه‌ریزی برای صرف منابع مالی را در نظر گرفته و خدماتی در این راستا ارائه داده اند، به شرح زیر است:

■ **حساب جاری** که برای مدیریت و پرداخت صورت حساب‌ها استفاده می‌شود. درصد سود سالانه برای این حساب بسیار کم و حدوداً ۰/۰۱٪ می‌باشد. برای این حساب کاربر می‌تواند یک کارت غیراعتباری ویزا (Debit Card) دریافت کند.

تعداد کاربر
+۳
میلیون نفر





مقایسه تطبیقی خدمات و ویژگی‌های ارائه شده در بانک‌های مجازی منتخب

monzo	Revolut	
۲ تا ۷ روز کاری	تا ۹ روز کاری	سرعت ارسال کارت
پرداخت از طریق انتقال بانکی و یا ارسال آنی به حساب مونزو	پرداخت آسان در انگلیس؛ امکان انتقال پول بین ۲۳ کشور	امکان پرداخت با کارت
رایگان	ماهانه تا ۳۰۰ دلار رایگان؛ بیشتر، ۲٪ از پول دریافتی	گرفتن پول نقد از ATM کشور مبدا
ماهانه تا ۲۰۰ یورو رایگان؛ بیشتر، ۳٪ از پول دریافتی	ماهانه تا ۳۰۰ دلار رایگان؛ بیشتر، ۲٪ از پول دریافتی	گرفتن پول نقد از ATM در خارج از کشور مبدا
۱۹٪ ۲۹٪ ۳۹٪	*	نرخ بهره پرداخت اعتباری
۵۰۰ یورو	*	سقف پرداخت اعتباری
*	*	هزینه صدور کارت اعتباری
۱۰/۰۰۰ یورو	۱۵/۰۰۰ یورو	محدودیت انتقال وجه روزانه
دارد	دارد	نقل و انتقال بین‌المللی
ندارد	ندارد	هزینه تراکنش خارجی
برای بالای ۵۰۰ یورو دارد	۱.۳۵٪	سود به پول داخل حساب
دارد	هم حساب‌های انگلیس هم اتحادیه اروپا	برداشت مستقیم از حساب
دارد	دارد	برنامه پس انداز
نمایش مخارج با دسته‌بندی و نوع	نمایش مخارج با دسته‌بندی و نوع	تحلیل مخارج
دارد	دارد	مسدود سازی کارت
دارد	دارد	نوتیفیکیشن
دارد	دارد	اپل پی
دارد	دارد	گوگل پی

* این علامت در مواردی که اطلاعات دقیق و مشخصی وجود نداشته، استفاده شده است.

 **kakaobank**

 **fidor**
BANK

N26

*	*	۵ تا ۷ روز کاری
در کره جنوبی و تعداد زیادی از کشورها	پرداخت آسان در اروپا و آمریکا	از طریق همکاری استراتژیک با ترنسفر وایز امکان ارسال پول به ۱۶ کشور
۳ دلار	برای مسترکارت ماهانه ۳ یورو و برای اسمارت کارت تا دوبار در ماه رایگان؛ بیشتر، ۲/۵ یورو به ازای هر بار	۲ بار در ماه رایگان؛ بیشتر، ۲ دلار به ازای هر بار
قوانین آن باتوجه به کشور مقصد، متفاوت است	برای مسترکارت ماهانه ۳ یورو و برای اسمارت کارت تا دوبار در ماه رایگان؛ بیشتر، ۲/۵ یورو به ازای هر بار	۲٪ از پول دریافتی
شناور	۱۲/۵٪	۸/۹٪
۱۶/۰۰۰ دلار	۳/۰۰۰ یورو	۱۰/۰۰۰ یورو
*	۱۴/۹۵ یورو	*
*	۲۵/۰۰۰ یورو	۵۰/۰۰۰ یورو
دارد	دارد	دارد
بستگی به کشور مقصد دارد	ندارد	ندارد
۰/۱٪	ندارد	ندارد
دارد	دارد	دارد
دارد	دارد	دارد
تحلیل میزان مصارف و هزینه‌ها	نمایش مخارج با دسته‌بندی و نوع	تحلیل میزان مصارف و مکان‌های پر مصرف
دارد	دارد	دارد
دارد	دارد	دارد
دارد	دارد	دارد
دارد	دارد	دارد

منبع: تحلیل و بررسی منابع و وبسایت‌های مختلف توسط شرکت ارتباط فردا

مقایسه تطبیقی خدمات و ویژگی‌های ارائه شده در بانک‌های مجازی منتخب

 网商银行 MYbank  WeBank 微众银行		
*	*	سرعت ارسال کارت
*	*	امکان پرداخت با کارت
پول نقد کارکرد زیادی در چین ندارد	پول نقد کارکرد زیادی در چین ندارد	گرفتن پول نقد از ATM کشور مبدا
*	*	گرفتن پول نقد از ATM در خارج از کشور مبدا
*	*	نرخ بهره پرداخت اعتباری
*	*	سقف پرداخت اعتباری
*	*	هزینه صدور کارت اعتباری
*	*	محدودیت انتقال وجه روزانه
*	*	نقل و انتقال بین‌المللی
*	*	هزینه تراکنش خارجی
*	*	سود به پول داخل حساب
*	*	برداشت مستقیم از حساب
*	*	برنامه پس انداز
سیستم مدیریت ثروت در اپلیکیشن بانک و در اپلیکیشن علی پی	سیستم مدیریت ثروت در اپلیکیشن بانک	تحلیل مخارج
*	*	مسدود سازی کارت
*	*	توثیق‌یک‌کیشن
*	دارد	اپل پی
*	*	گوگل پی

* این علامت در مواردی که اطلاعات دقیق و مشخصی وجود نداشته، استفاده شده است.
** در مورد Webank و Mybank اطلاعات کمی وجود دارد.

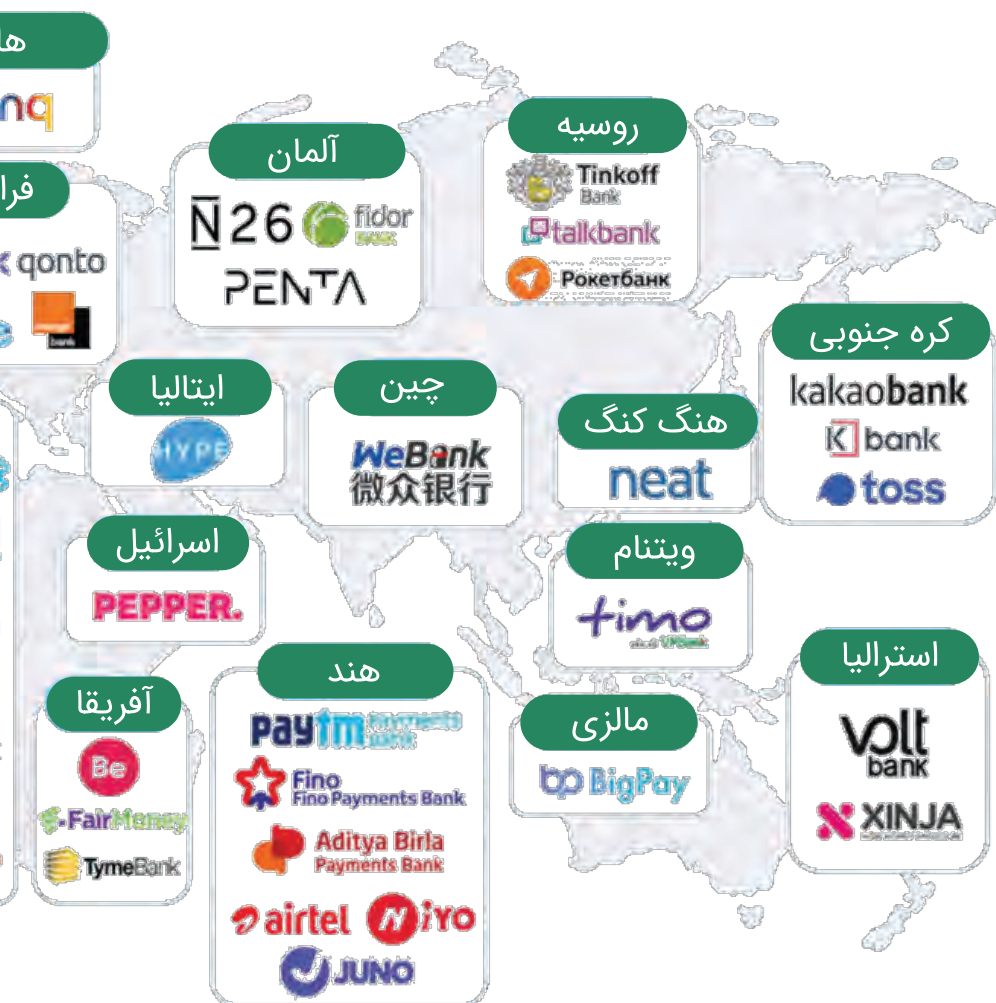
 SIMPLE	 chime	 paytm payments bank
۷ تا ۱۰ روز	۷ روز	*
پرداخت آسان در اروپا و آمریکا	پرداخت آسان در اروپا و آمریکا	*
سقف برداشت ۵۰۰ دلار هزینه: رایگان	۲/۵ دلار، اما اگر از شبکه ATM های رایگان آن استفاده شود، هزینه ای دریافت نمی کند	در برخی شهرها ۳ بار و در برخی دیگر ۵ بار در ماه رایگان و بعد از آن ۲۰ روپی (۲۷٪ دلار)
حداکثر ۵ بار در ماه، هر بار تا سقف ۵۰۰ دلار رایگان است	امکان دارد هزینه ۲/۵ دلار به ازای هر بار	*
*	%۰	*
*	ثابت نیست. سقف قابل مصرف با عبارت « موجود برای خرج کردن » نشان داده می شود	*
*	دارد	*
در ۳۰ روز اولی که اکانت ساخته شده ۲۰۰۰ دلار پس از آن ۲۰۰۰ دلار روزانه و ۱۰ هزار دلار ماهیانه	دارد	به حساب PayTM: ۱ میلیون روپی (تقریباً ۱۳/۵۰۰ دلار) به حساب دیگر ۲۰۰ هزار روپی (تقریباً ۲/۷۰۰ دلار)
دارد و هزینه ۱٪ از مبلغ	ندارد	دارد
*	دارد	*
۰/۱٪ برای حساب کاربری ساده و ۱/۴٪ برای حساب اهداف محافظت شده	ندارد	%۲/۷۵
*	%۱۲/۵	دارد
*	۳۰۰۰ یورو	دارد
*	۱۴/۹۵ یورو	قابلیت دسته بندی مخارج و مدیریت آنها
*	دارد	دارد
*	دارد	دارد
*	دارد	ندارد
*	۲۵/۰۰۰ یورو	دارد

منبع: تحلیل و بررسی منابع و وبسایت های مختلف توسط شرکت ارتباط فردا

خاستگاه‌های اصلی بانک‌های مجازی در دنیا

همانطور که در بخش‌های قبل ملاحظه شد، بانک‌های مجازی با مدل‌های مختلفی در طی سالیان گذشته توسعه یافته‌اند و در حال گسترش فعالیت‌های خود هستند. آسیای شرقی (بویژه چین و کره جنوبی) و اروپا (بویژه آلمان و انگلستان) اصلی‌ترین خاستگاه‌های ظهور بانک‌های مجازی (بانک‌های بدون شعبه) در طی سالیان اخیر بوده‌اند. خروجی تغییر و تحولات صنعت مالی-بانکی در تمام این خاستگاه‌ها به نوعی مشترک بوده و آن تحول اساسی در ارائه خدمات بانکی به کاربران‌شان است؛ به گونه‌ای که بدون فعل و انفعال فیزیکی تمامی خدمات مورد نیاز کاربر از افتتاح حساب تا

انتقال پول در سطح بین‌الملل در بستر اینترنت انجام می‌شود. کلیدی‌ترین هدف آن‌ها، رضایت مشتریان یا کاربران بوده است. با این وجود فرآیند و داستان تحقق این هدف در هر یک از این خاستگاه‌ها متفاوت بوده و تحت تاثیر ویژگی‌های منحصر به فرد آن اکوسیستم بوده است. از این‌رو الگو قرار دادن هر یک از این جغرافیاها بدون تامل دقیق بر ویژگی‌های هر کدام از آنها ممکن است منجر به تصمیمات غلط و مدل‌های شکست خورده کسب و کارهای مالی-بانکی گردد. وقتی علی‌پی در چین، در سال ۲۰۰۷ اقدام به گسترش فعالیت‌های خود کرد، زیرساخت‌های پرداخت

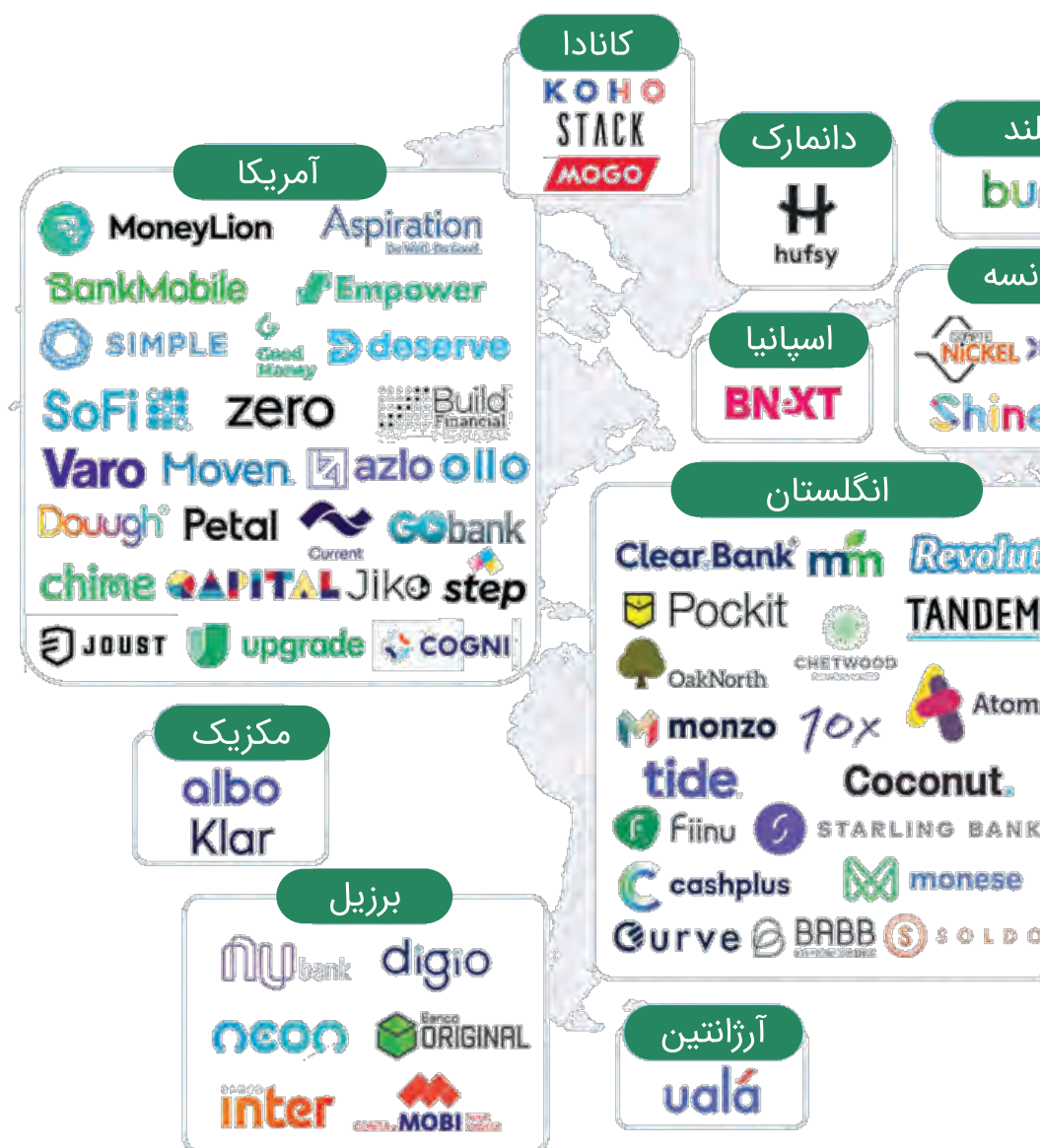


و نوآوری‌های عصر جدید، در ارائه خدمات بانکداری مجازی نیز پیشرو بوده، اما تاکنون بانک مجازی فراگیری که آوازه جهانی داشته باشد را در خود نداشته است. یا تحولی که کائوبانک کره جنوبی در صنعت مالی آن کشور ایجاد کرد انگشت تحیر بر دهان فعالان و صاحب نظران زد که چگونه در کشور مانند کره چنین اتفاقی می‌افتد. از این رو مرور دقیق سیر طی شده در این کشورها و ویژگی و قوانین حاکم بر این اکوسیستم‌ها تا حدود زیادی منجر به درک صحیحی از آنها شده و در تجویز نسخه بانک مجازی مناسب برای کشور خودمان ایران، موثر خواهد بود.

در این کشور به هیچ عنوان توسعه یافته نبود. اما هم‌اکنون نه تنها پول نقد دیگر در چین مفهوم ندارد، بلکه خبری از سیستم‌های گسترده کارتی نیز نیست و به معنای واقعی کلمه همه چیز توسط گوشی‌های موبایل و بازیگرانی همچون علی پی و ویجت پی ارائه می‌گردد.

در حالی که رولوت در سال ۲۰۱۵ در اروپایی شکل گرفت که توسعه یافته‌ترین زیرساخت‌های بانکی و مالی را داشته و بانک‌های قدرتمند، به کاربران خود ارائه خدمت می‌کردند.

از سوی دیگر آمریکا به عنوان اصلی‌ترین مبدا تحولات تکنولوژیک



ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی اروپا

ارائه خدمات نوین بانکی-مالی در اروپا حدوداً بعد از سال ۲۰۰۶ و علی‌الخصوص پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ معنای جدی‌تری به خود گرفت. با توجه به سه بعد اصلی بازار اروپا در رابطه با خدمات بانکی-مالی، یعنی کاربران، ارائه دهندگان و قوانین حاکم بر این بازار، ویژگی‌های زیر جزو اصلی‌ترین شکل دهنده‌های فینتک‌ها و بویژه بانک‌های مجازی کنونی در اروپا بوده‌اند:

ویژگی "کاربران خدمات بانکی"

- کاربران دریافت خدمات سریع‌تر و ساده‌تر را مطالبه می‌کنند.
- به دلیل هزینه محسوس خدمات بانکی در اروپا، خدمات ارزان‌تر مورد اقبال قرار می‌گیرند.
- فرهنگ کلوپ* رفتن و عضو کلوپ* بودن در اروپا فراگیر است و سیستم‌های وفاداری از اقبال خوبی برخوردار است.

ویژگی "ارائه دهنده گان خدمات بانکی"

- اغلب بانک‌های سنتی در اروپا به ازای افتتاح حساب از کاربران هزینه دریافت می‌کنند.
- اغلب عملیات بانکی از قبیل خرید، انتقال پول، برداشت پول نقد از ATM، دارای هزینه می‌باشد.
- بانک‌های مختلف در اروپا بواسطه عدم فعالیت حساب کاربر در بازه زمانی مشخص، هزینه جریمه در نظر می‌گیرند.
- خدمات مجازی ارائه شده توسط بانک‌های سنتی در اغلب موارد از تجربه کاربری مناسبی برخوردار نبوده است.
- سیستم پرداخت با کارت بواسطه حضور ویزا کارت و مستر کارت دارای گستردگی است.

ویژگی "قانونگذار و قوانین خدمات بانکی"

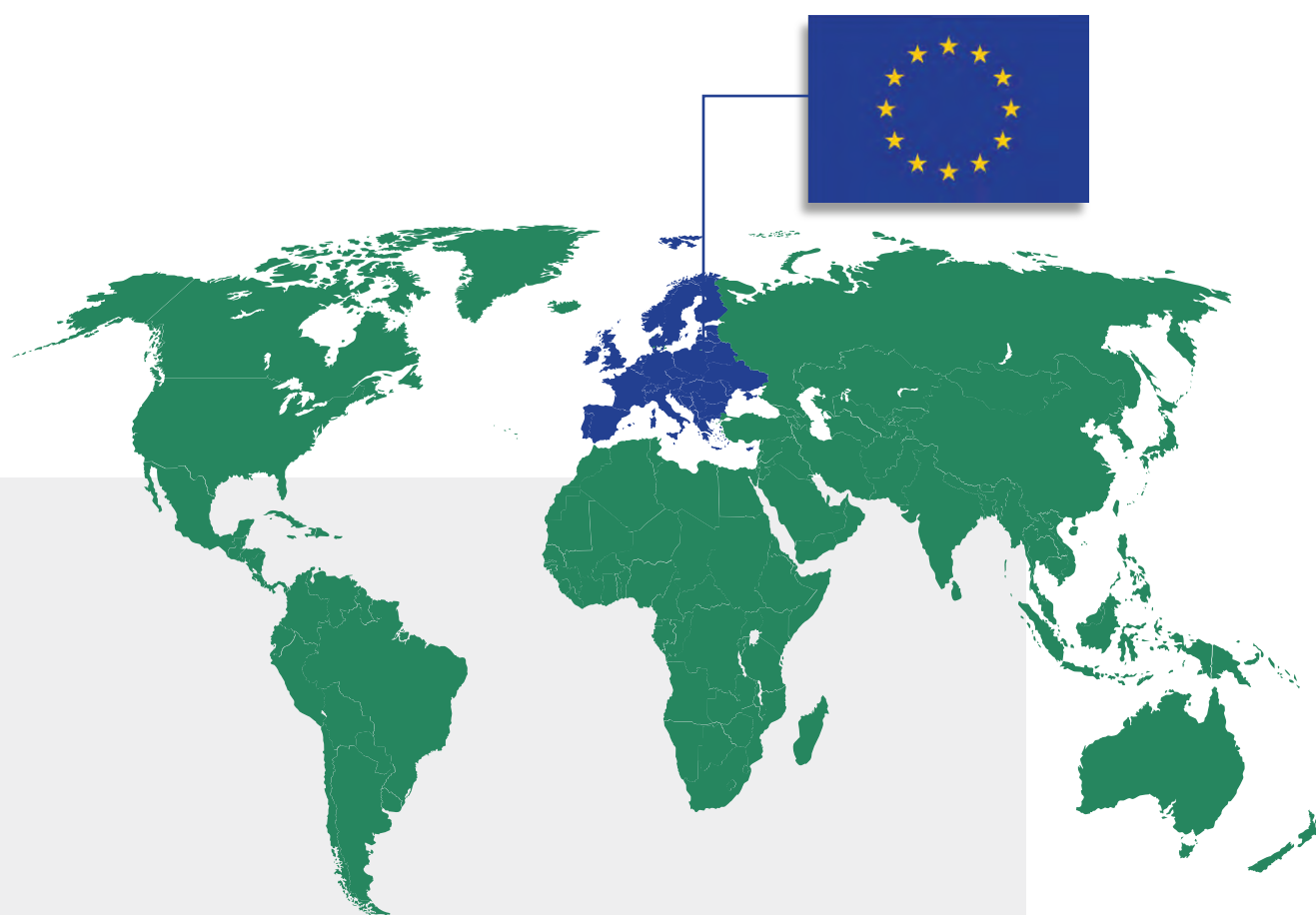
- به واسطه قوانین مبارزه با پول‌شوئی، محدودیت‌های زمانی معناداری برای نقل و انتقال پول در نظام بانکی وجود دارد (انتقال پول با تاخیر بیش از یک روز انجام می‌شود).
- هزینه‌های مربوط به خدمات کارتی یا از کاربر و یا از کسب و کار اخذ می‌شود.
- جاری‌سازی قوانین جدید پرداخت (PSD2) فضای رقابتی خدمات مالی را گسترش داده است.

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا

Club *

قابل توجه و هم صرف زمان محقق می‌گردد. از همین رو بانک‌های مجازی که با هدف سرعت بیشتر و هزینه کمتر خدمات شکل گرفته‌اند، در چند سال گذشته اروپا موفقیت چشمگیری داشته‌اند.

به طور خلاصه می‌توان گفت که انتقال پول در نظام بانکی در اروپا از پیچیدگی‌هایی (عمدتاً بخاطر قوانین مربوط به پول‌شوئی) برخوردار است. همچنین انتقال پول در نظام بانکی هم با هزینه



- **N26**
- **monzo**
- **Revolut**
- **fidor BANK**

ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی چین

چین یکی از توسعه‌یافته‌ترین کشورهای دنیا در عرصه عملیات بانکی و خدمات مربوطه است. همچنین در عرصه تجارت و خدمات الکترونیک جزو پیشروترین کشورها محسوب می‌شود. اکوسیستم بانکی-مالی چین، از حدود ۱۵ سال قبل، از ویژگی‌های خاصی برخوردار بوده که همین ویژگی‌ها زمینه ساز خلق غول‌های مالی از جمله موسسه مالی انت (Ant Financial) شده است. چین با جمعیتی بالغ بر یک میلیارد و چهارصد میلیون نفر، جز بازارهای مهم دنیا برای ارائه خدمات محسوب می‌شود. مهمترین ویژگی‌های این اکوسیستم به شرح زیر است:

ویژگی "کاربران خدمات بانکی"

- تمایل به دریافت سود از پول‌های خرد بویژه در پلتفرم‌های جدیدتر
- نیاز کاربران به سیستم‌های حسابداری و صندوق فروشگاهی مناسب برای کسب وکارهای کوچک و متوسط
- نیاز وافر به خدمات خرید اقساطی و بهره‌گیری از تخفیف بدلیل وجود بخش‌های گسترده فقیر در جامعه چین
- نیاز به دستگاه‌های پوز ارزان قیمت یا راهکارهای جایگزین برای کسب وکارهای (راهکارهای بدون کارمزد) کوچک محلی و شهرهای کوچک
- گسترش استفاده از تلفن هوشمند و تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی

ویژگی "ارائه دهنده گان خدمات بانکی"

- عدم توسعه یافتگی سیستم‌های کارتی (خرید با کارت) در چین در زمانی که کیف پول‌ها ظهور کردند (۲۰۰۷ - ۲۰۰۸)
- عدم متمرکز بودن درگاه‌های پرداخت آنلاین در چین (کاربر صرفاً از درگاه بانک خود می‌توانست پرداخت کند)
- تعداد کم بانک‌ها و شعبات فیزیکی بانک‌ها در مقایسه با جمعیت کشور چین
- ارائه خدمات برای اقشار متوسط به بالای جامعه چین

ویژگی "قانونگذار و قوانین خدمات بانکی"

- قوانین مبارزه با پولشویی، محدودیت‌های زمانی معناداری برای نقل و انتقال پول در نظر می‌گیرد.
- ارائه امکانات ارزشمندی مانند خرید تضمینی (EscrowAccount) بواسطه وجود مشکل پرداخت در کسب وکارهای آنلاین و نرخ دزدی بالا
- محدودیت‌های جدی در استفاده از خدمات بین‌المللی (فیلترینگ)

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا

زیرساخت‌های بانکی توسعه یافته نبود (وجود بزرگترین جمعیت بدون حساب بانکی در دنیا) و فضای بکری برای فعالیت‌های مرتبط وجود داشت (هر چند قوانین دست‌وپا گیر فراوانی نیز وجود داشت) در واقع بسترهای دارای کاربر فعال روزانه (شبکه‌های اجتماعی و ...) همچون «علی بابا» و «ویچت» که اقدام به ارائه خدمات پرداخت و نقل و انتقال کردند، تاثیر زیادی بر شکلگیری اکوسیستم بانکی-مالی چین داشت.

به طور خلاصه می‌توان گفت که تحول در اکوسیستم بانکی-مالی در چین با توسعه پلتفرم‌های تجارت و خدمات آنلاین گره خورده است. مفهوم سوپراپ که خاستگاه اول آن چین بوده، به نوعی به عنوان بانک مجازی نقش ایفا کرده و توانسته مدیریت پول کاربران را بر عهده بگیرد. زمانی که علی‌پی به عنوان اصلی‌ترین محرک تحول در صنعت بانکی-مالی چین اقدام به توسعه فعالیت کرد، بسیاری از



ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی آمریکا

آمریکا یکی از پیشروترین کشورها در عرصه فناوری و همچنین کسب‌وکارهای دیجیتالی بوده و بانکداری مجازی نیز در این کشور سابقه قابل توجهی دارد، اما رشد بانک‌های مجازی در آمریکا با اروپا، چین یا کره جنوبی قابل مقایسه نیست و به مراتب کمتر است. مهم‌ترین ویژگی‌های بازار مرتبط با خدمات بانکی در آمریکا به شرح زیر است:

ویژگی "کاربران خدمات بانکی"

- کاربران اغلب کارت‌های بانکی (چه اعتباری و چه غیر اعتباری) را به واسطه حضور در سازمان‌ها و یا عضویت در یک گروه و کلوپ* دریافت می‌کنند.
- اکثر آمریکایی‌ها حداقل یک کارت اعتباری و یا کارت غیر اعتباری دارند و بسیاری نیز چند کارت اعتباری مختلف دارند (بسته به پیشنهادها و مزیت‌هایی که هر کارت دارد از آن‌ها استفاده می‌کنند).
- کاربران آمریکایی خدمات ویزا و مستر را جزئی جدایی ناپذیر از زندگی معمول خود می‌دانند.

ویژگی "ارائه دهنده گان خدمات بانکی"

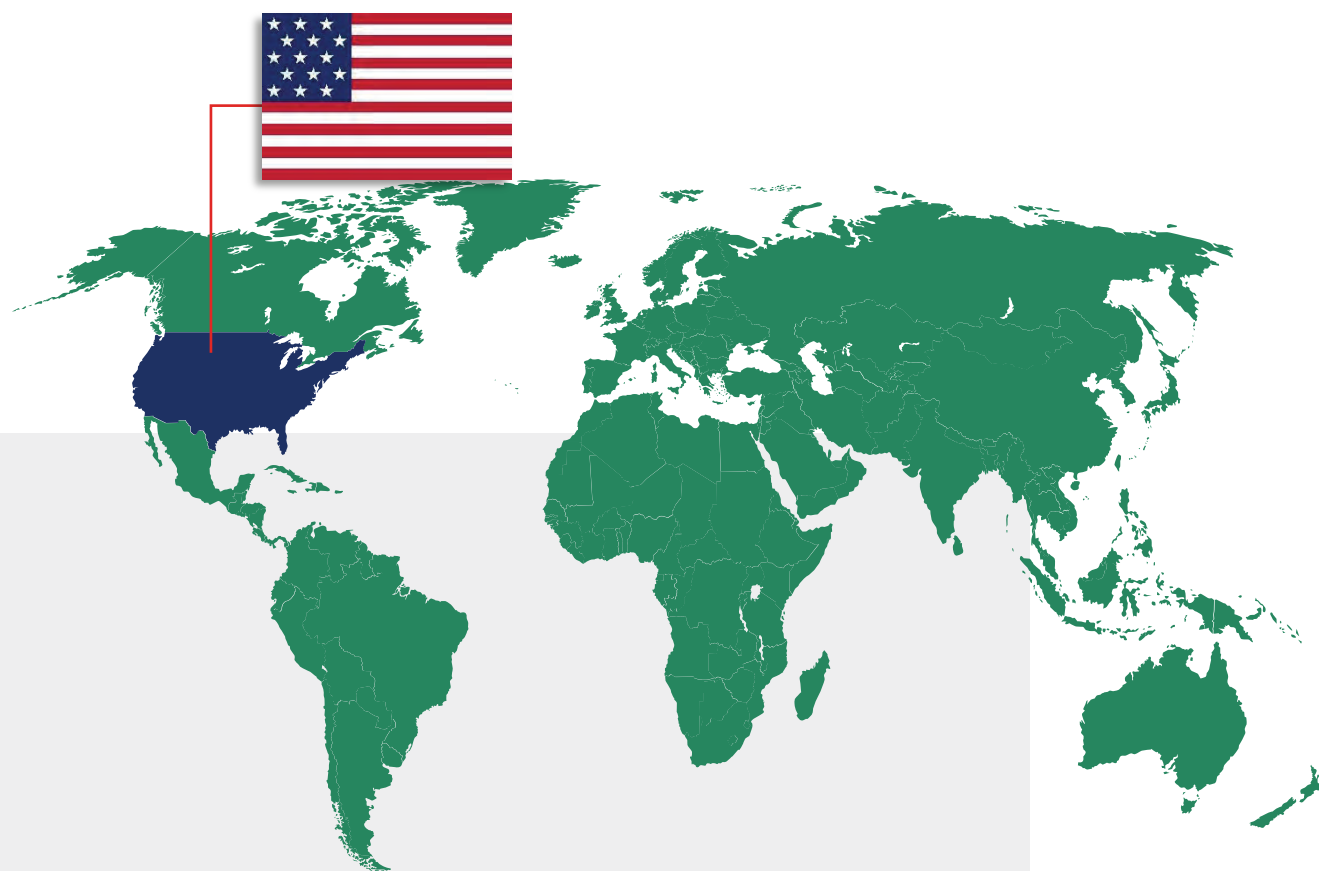
- تعداد بسیار زیادی بانک و موسسه مالی در آمریکا به کاربران ارائه خدمات می‌کنند (بیش از ۵۰۰۰ بانک و موسسه مالی).
- تعداد زیاد بانک‌های آمریکایی و رقابت بین آن‌ها برای کسب رضایت مشتریان، موجب ارائه خدمات با کیفیت به کاربران بوده است. همچنین بانک‌های آمریکایی خدمات متنوعی از جمله مشاوره سرمایه‌گذاری، خرید اعتباری و ارائه وام برای خریدها و غیره را به آسانی در اختیار کاربران می‌گذارند.
- اغلب بانک‌های سنتی در آمریکا به ازای افتتاح حساب از کاربران هزینه دریافت می‌کنند.
- بانک‌ها و موسسات مالی در آمریکا برای ارائه کارت به کاربران خود اغلب از ویزا و یا مستر کارت استفاده می‌کنند.
- پی‌پال (PayPal) یکی از اولین پلتفرم‌های کیف پولی بود که در آمریکا توسط ای‌بی‌ئی (eBay) شروع به کار کرد (تاسیس ۱۹۹۸).
- بسیاری از ویزا کارت‌ها و مستر کارت‌ها به صورت برند مشترک با سازمان‌ها و کسب‌وکارها ایجاد شده و هر کارت بسته به شرایط آن کارت، پیشنهادها و مزیت‌های متفاوتی دارد.
- ویزا و مستر شبکه‌ی بسیار گسترده‌ای از کسب‌وکارها را پوشش داده و همین موجب فراگیری بسیار زیاد سیستم پرداخت کارتی بوده است.

ویژگی "قانونگذار و قوانین خدمات بانکی"

- هزینه‌های مربوط به خدمات کارتی از کاربر و یا از کسب‌وکار اخذ می‌شود.
- به واسطه قوانین مبارزه با پول‌شوئی، انتقال پول با تاخیر زمانی معناداری در نظام بانکی محقق می‌شود.
- رقابت آزاد و حتی پرتنش در اقتصاد کشور محافظت می‌شود.

بلوغ بالای نظام بانکی در آمریکا و وجود بازیگران پرقدرت و بسیار بزرگ، بانکداری مجازی اقبال ویژه ای نداشته است. اما برخی فینتک‌ها به دلیل خلق ارزش خاصی، ویژه و متمایز مورد اقبال کاربران در آمریکا قرار گرفته‌اند (مانند پی پال).

به طور خلاصه می‌توان گفت که خدمات مالی-بانکی در آمریکا از کیفیت و قدمت خوبی برخوردار بوده و سیستم پرداخت کارتی به واسطه حضور گسترده ویزا و مستر کارت فراگیر بوده است. با وجود اینکه بانک‌های مجازی مختلفی هم شکل گرفته‌اند، اما به دلیل



➤ ally BANK.

➤ chime

➤ azlo

➤ axos BANK

ویژگی‌های اکوسیستم بانکی-مالی کره جنوبی

ارائه خدمات متفاوت و نوین بانکی-مالی در کره جنوبی حدوداً از سال ۲۰۱۶ با تأسیس کاکائوبانک اوج می‌گیرد. کره جنوبی کشوری با حدود ۵۰ میلیون نفر جمعیت است که تنها نیمی از آن‌ها از نظر مالی فعال هستند. فناوری اطلاعات در سالیان اخیر کشور کره جنوبی از ارکان اصلی توسعه بوده است؛ اما بطور خاص ارائه فناوری‌های نوآورانه مالی در ۵ سال اخیر تحولی قابل توجه داشته است. مهم‌ترین ویژگی‌های بازار مرتبط با خدمات بانکی در کره جنوبی به شرح زیر است:

ویژگی "کاربران خدمات بانکی"

- بسیاری از مردم از خدمات بانکی بخاطر پیچیدگی استفاده نمی‌کنند (صرفاً از خدمات اصلی، مانند پرداخت بهره می‌برند).
- از نظر کاربران بانک‌های کره جنوبی، هزینه استفاده از خدمات بالا است.
- افراد تعداد کارت‌ها و حساب‌های بانکی متعددی دارند و هرکدام با هدف موردی (واریز حقوق و غیره) ایجاد شده است.
- پول نقد سهم بسیار اندکی در تعاملات مالی بین مردم را دارد.

ویژگی "ارائه دهنده گان خدمات بانکی"

- بانک‌ها و موسسات مالی هزینه زیادی روی شعب فیزیکی خود می‌کنند و بطورکلی هزینه‌های سربرار بالایی دارند.
- اغلب عملیات بانکی از قبیل خرید، انتقال پول، برداشت پول نقد از ATM، دارای هزینه می‌باشد.
- خدمات مجازی ارائه شده توسط بانک‌های سنتی در اغلب موارد از تجربه کاربری مناسبی برخوردار نبودند.
- در دهه گذشته بانک‌های سنتی نوآوری محسوسی در خدمات نداشته‌اند.
- از حدود سال ۲۰۰۰ خدمات پرداخت در بستر کارت در کشور ارائه گردیده است.

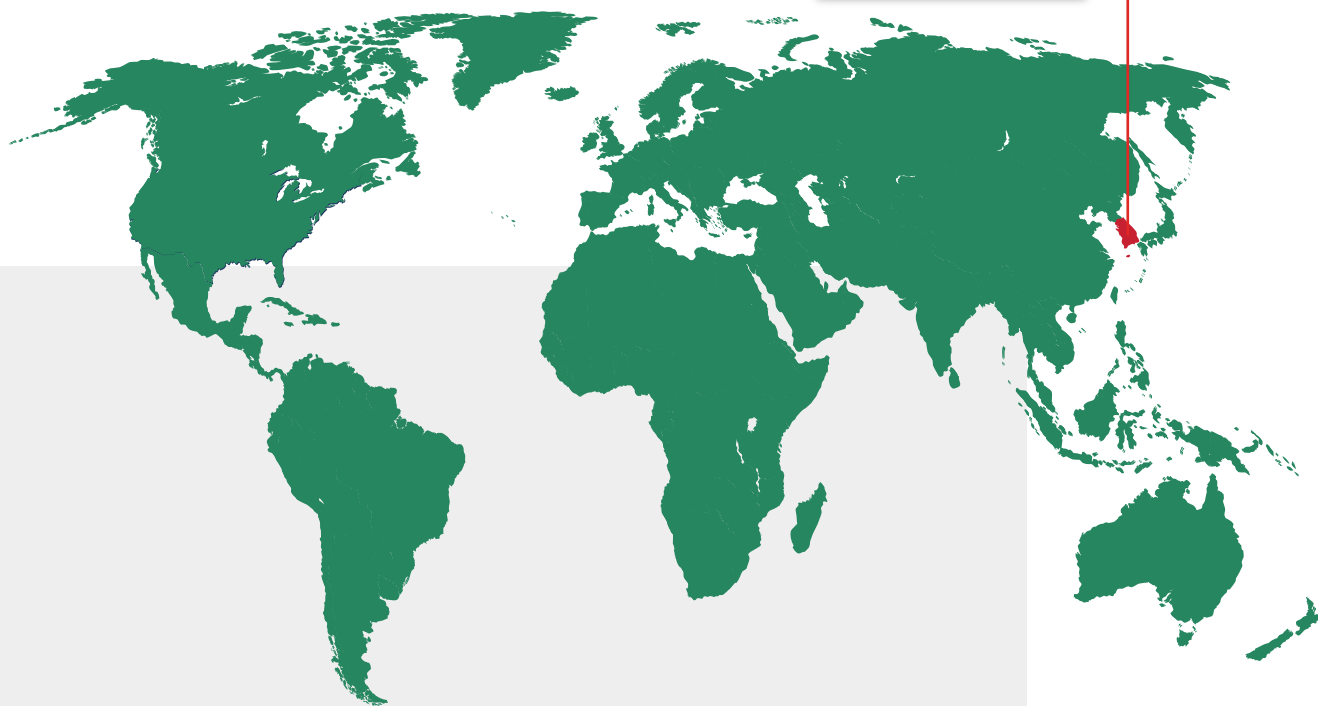
ویژگی "قانونگذار و قوانین خدمات بانکی"

- دولت کره جنوبی با تنوع سازی و افزایش مجوزهای بانکداری موافق است.
- دولت سرمایه قابل توجهی برای رشد فینتک‌ها در کره جنوبی اختصاص داده است.
- بانک مرکزی کره جنوبی فینتک‌ها را تشویق کرده و بانک‌ها را برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های فینتک‌ها ترغیب کرده است.
- انعطاف و سرعت عمل در انطباق‌پذیری در برابر فناوری‌های جدید مانند بلاکچین (Block Chain).
- ارتباط خوبی میان بازیگران تازه وارد و قانون گذار برای شنیدن حرف‌های آن‌ها شکل گرفته است.
- قوانین سخت‌گیرانه برای مبارزه با پولشویی برقرار است.

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا

در کره جنوبی مشکل عدم داشتن حساب بانکی وجود نداشت، یا حتی مسئله هزینه و سرعت خدمات دغدغه آنچنان بزرگی نبود، اما تمرکز روی مشتری بجای خواسته‌های خود بانک‌ها و موسسات مالی بزرگترین کلید تغییر و تحول در فضای بانکی کره جنوبی بود.

به طور خلاصه می‌توان گفت که کلیدی‌ترین ویژگی برای توسعه بانک مجازی در کره جنوبی، تمرکز روی نیازها و خواسته‌های کاربران و مشتریان بود. کاربران به جای گذاشتن پول خود در بانکی با کارکنان اتو کشیده و بی احساس، از برندی که یک شیر بی یال و کوپال یا یک تربچه صورتی ریزه میزه نمادش است، استقبال کرده‌اند.



➤ **K** bank

➤ **B** kakaobank

یافته‌های حاصل از بررسی بانک‌های مجازی و فینتک‌ها در دنیا

باتوجه به بررسی‌های انجام شده در اصلی‌ترین خاستگاه‌های بانک‌های مجازی و مفاهیم نزدیک به آن (همچون فین‌تک‌ها)، پنج دلیل اصلی اقبال کاربران به بانک مجازی را می‌توان به شرح زیر جمع بندی کرد:

- هزینه انجام خدمات مالی-بانکی را پایین برده‌اند.
- سرعت انجام خدمات مالی-بانکی را بالا برده‌اند.
- تجربه کاربری کاملاً متفاوتی را خلق کرده‌اند.
- تنوع در خدمات بانکی را محیا کرده‌اند.
- یکپارچگی در خدمات مالی-بانکی را به کاربران خود ارائه داده‌اند.

همچنین در هر یک از این خواستگاه‌ها این دلایل از قوت بیشتر و کمتری برخوردار بوده است. مهم‌ترین خروجی بررسی بانک‌های مجازی موفق در سطح دنیا و بازارهای فعالیت آن‌ها موارد زیر هستند:

■ موفقیت یک مدل از بانک مجازی در یک کشور، به هیچ عنوان دلیلی بر موفقیت همان مدل در سایر کشورها (همچون ایران) نیست.

■ برای بهره‌گیری بهینه از تجارب بازارهای موفق در عرصه بانک مجازی، ابتدا بایستی بصورت بسیار دقیق و عمیق اکوسیستم، دغدغه‌های اجتماعی و فرهنگی و دلایل اصلی توفیق محصولات و خدمات موفق در آن کشور را شناخت.

■ پس از شناخت محورهای احتمالی موفقیت در یک جغرافیا (برای مثال ایران)، بایستی ارزش‌های قابل ارائه به مشتریان و نحوه ارائه آن‌ها بصورت دقیق طراحی شود.

■ علم به روندهای جهانی در عرصه بانکداری-مالی و تکنولوژی‌های مربوطه بسیار بااهمیت است؛ اما اشراف به روندهای هر بازار و جغرافیا (همچون بازار ایران)، با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد آن، از اهمیت بالاتری برخوردار است.

■ دو مدل متداول در شکل‌گیری بانک‌های مجازی در دنیا عبارتند از بانک مجازی محقق شده حول پلتفرم‌های غیر بانکی (P2P platforms) همچون وی بانک (حول وی چت) و مای بانک (حول علی‌پی و علی بابا) در چین، کاکائو بانک (حول کاکائو تاک) در کره جنوبی و همچنین بانک مجازی محقق شده حول یک بانک و یا فینتک همچون رولوت، الای، ان۲۶. اینکه در یک جغرافیای جدید کدام رویکرد می‌تواند محقق شود، براساس دلایل اقبال به بانک مجازی در بخش‌های مختلف دنیا، قابل تحلیل است.

■ تطابق محصول با بازار مورد بحث در تجربه‌های مختلف دنیا، زمان بندی متفاوتی داشته است. در جایی مثل کره جنوبی در عرض ۲۴ ساعت ۳۰۰ هزار نفر یک محصول را نصب می‌کنند (و در عرض ۲ هفته تعدا کاربران از ۲ میلیون نفر عبور می‌کند) و در جایی مانند آمریکا ۱۵ سال طول می‌کشد تا محصول جای خود را میان کاربرانش پیدا کند.



بانکداری مجازی و بانک مجازی در ایران، وضعیت فعلی

پس شاید غیرحضوری شدن خدمات مفهوم گم شده بانک مجازی در ایران نباشد.

برای تجویز نسخه ای راهگشا و نوآورانه از بانک مجازی در ایران، در مرحله اول بایستی ویژگی‌ها و روندهای اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران یعنی کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات و قوانین و قانون‌گذار بررسی شود تا در بایم دلایل اصلی برای رشد یک بانک مجازی در جغرافیای ایران چه می‌تواند باشد. نسخه تجویزی بانک مجازی در ایران بایستی متکی به نیازهای این اکوسیستم بوده و نه اینکه صرفاً مدلی مشابه از مدل‌های موفق در خاستگاه‌های مختلف بانک مجازی باشد.

از همین روی در ادامه مرور مختصری بر خدمات برخی بانک‌های کشور در حوزه خدمات الکترونیک و مجازی می‌نماییم و سپس ویژگی‌ها و روندهای موجود در ایران را جمع بندی می‌نماییم تا در کنار آیین نامه موجود، به تصویری از نیاز کشور در حوزه بانکداری مجازی یا خدمات مالی مجازی برسیم. اما اینکه دقیقاً چه تصویری از بانکداری مجازی در ایران برنده خواهد بود، عدم قطعیت‌هایی دارد که ما را بر آن داشت تا با تدوین چند سناریو به تحلیلشان بپردازیم.

بانک‌های ایرانی در طول چند سال اخیر اقدام به رقابت شدید در عرصه ارائه خدمات بانکی به صورت آنلاین و غیرحضوری کرده و پروژه‌های مختلفی در راستای بانکداری الکترونیک را در سالین اخیر دنبال کرده اند. به طوری که شاید بتوان گفت بانک مجازی، به معنای بانک بدون شعبه در ایران وجود ندارد، اما تعداد زیاد بانک‌ها که به شدت در حال رقابت با یکدیگر هستند با مفاهیمی مانند موبایل بانک و اینترنت بانک بسیاری از خدمات خود را به صورت الکترونیکی و مجازی و با کیفیت قابل قبولی ارائه می‌دهند. از این رو بانک‌های مجازی بالقوه آتی در بازار ایران باید بتوانند تغییرات مدنظر خود در راستای خلق ارزش در شرایط کنونی این بازار را به خوبی تبیین کنند. به عنوان مثال رفع مراجعه حضوری به بانک برای افتتاح حساب و یا برای انجام عملیات‌های بانکی، با توجه به شرایط بازار ایران و ارائه طیف گسترده‌ای از خدمات در بستر آنلاین توسط بانک‌های موجود و همچنین گستردگی شعب آن‌ها در سطح کشور، آیا به عنوان ارزش افزوده محسوس برای کاربر ایرانی محسوب خواهد شد؟ در همین شرایط فعلی، یک شهروند عادی ایرانی چند بار به شعبه بانک برای انجام امور خود بصورت فیزیکی مراجعه می‌کند؟



بررسی موردی خدمات بانکداری مجازی در ایران - بانک آینده

در ادامه به صورت نمونه لیست خدماتی که بانکداری مجازی سه بانک نمونه ارائه می‌دهند، آورده شده است؛ اغلب بانک‌های کشور نیز این نوع خدمات را در بانکداری مجازی خود ارائه می‌دهند و آوردن نام این بانک‌ها دلیل ویژه‌ای ندارد.

با توجه به توسعه زیرساخت‌های مرتبط با اینترنت در کشور و افزایش ضریب نفوذ آن و همچنین گسترش استفاده از موبایل‌های هوشمند، اغلب بانک‌های کشور اقدام به ارائه خدمات گسترده‌ای در بستر اینترنت نموده‌اند.

خدمات کارت

- درخواست صدور کارت نقدی و کارت المثنی
- انتقال وجه کارت به کارت
- پرداخت قبض از سپرده و کارت
- پرداخت قبض همراه اول به صورت مستمر
- پرداخت قبض از روی شماره همراه
- صدور و تحویل کارت هدیه
- تغییر سپرده اصلی کارت
- مدیریت حساب و کارت نقدی (درخواست افزودن/حذف حساب فرعی به/از کارت)
- مسدود نمودن کارت
- امکان دریافت موجودی کارت‌های آینده
- خدمات فعالسازی رمز دوم پویا

خدمات سپرده

- درخواست افتتاح انواع سپرده‌های کوتاه مدت، قرض-الحسنه، بلند مدت
- درخواست تغییر سپرده مقصد و روز واریز سود
- مشاهده جزئیات سپرده (موجودی، تاریخ افتتاح و ...)
- مشاهده صورت حساب سپرده‌ها
- انتقال وجه بین سپرده‌های خود
- انتقال وجه به سپرده‌های دیگر
- انتقال وجه مستمر (انتقال وجه زمان دار به تاریخ آینده)
- انتقال وجه گروهی (انتقال وجه از یک سپرده به چند سپرده)
- انتقال وجه بین بانکی
- انتقال وجه بین بانکی مستمر (زمان دار به تاریخ آینده)
- استعلام شماره شبا
- ایجاد امکان مسدودی حساب
- خدمات واریز و برداشت نقدی



بانک آینده AYANDEH BANK

خدمات تسهیلات

- مشاهده لیست تسهیلات به همراه جزئیات آنها
- پرداخت اقساط تسهیلات
- امکان پرداخت اقساط تسهیلات بین بانکی

خدمات کارت اعتباری

- مشاهده جزئیات پرونده کارت اعتباری
- نمایش دوره‌های صورت حساب کارت اعتباری
- بازپرداخت آنی کارت اعتباری
- گزارش پرداخت بدهی کارت اعتباری
- خدمات رمز کارت اعتباری

خدمات چک

- صدور و تحویل دسته چک ، چک بانکی و چک رمزار
- امکان واگذاری انواع چک (شخصی، بانکی و رمزار)
- استعلام وضعیت چک

بررسی موردی خدمات بانکداری مجازی در ایران - بانک پاسارگاد

لیست خدمات ارائه شده توسط بانکداری مجازی بانک پاسارگاد (این بانک صرفاً به عنوان نمونه آورده شده و سایر بانک‌های کشور نیز خدماتی مشابه در بانکداری مجازی خود ارائه می‌دهند):

خدمات کارت

- درخواست صدور کارت نقدی و کارت ال‌مثنی
- انتقال وجه کارت به کارت (حساب اصلی و حساب فرعی)
- انتقال وجه مستمر کارت به کارت (انتقال وجه زمان دار به تاریخ آینده)
- انتقال وجه کارت به کارت گروهی (از یک کارت به چندین کارت)
- پرداخت قبض از سپرده و کارت
- پرداخت قبض همراه اول با استفاده از شماره تلفن
- درخواست خرید کارت هدیه
- تغییر سپرده اصلی کارت
- درخواست افزودن/حذف حساب فرعی به/از کارت
- تعیین سقف برداشت کارت از پایانه خودپرداز
- تعیین سقف خرید کالا و خدمات از پایانه‌های مختلف
- تعیین سقف انتقال از کارت از پایانه‌های مختلف
- مسدود نمودن کارت
- امکان خرید شارژ اپراتور تلفن همراه
- امکان اخذ موجودی کارت‌های پاسارگاد
- امکان پرداخت قبض همراه اول مستمر در منوی خدمات قبض

خدمات سپرده

- درخواست افتتاح انواع سپرده های کوتاه مدت، قرض الحسنه، بلند مدت
- درخواست تغییر سپرده مقصد و روز واریز سود
- مشاهده جزئیات سپرده (موجودی، تاریخ افتتاح و ...)
- مشاهده صورت حساب سپرده‌ها
- انتقال وجه بین سپرده های خود
- انتقال وجه به سپرده های دیگر
- انتقال وجه کارتابلی (انتقال وجه از حساب های مشترک)
- انتقال وجه مستمر (انتقال وجه زمان دار به تاریخ آینده)
- انتقال وجه گروهی (انتقال وجه از یک سپرده به چند سپرده)
- انتقال وجه بین بانکی
- انتقال وجه بین بانکی مستمر (زمان دار به تاریخ آینده)
- جانمایی سپرده پیش فرض در دفترچه
- ایجاد امکان تبدیل سپرده به شبا - شبا به سپرده - کارت به شبا - کارت به سپرده و استعلام شبای بین بانکی



خدمات تسهیلات

- مشاهده لیست تسهیلات به همراه جزئیات آنها
- درخواست پرداخت اقساط
- امکان پرداخت اقساط آنلاین تسهیلات سایر مشتریان

خدمات کارت اعتباری

- مشاهده جزئیات پرونده کارت اعتباری
- نمایش دوره های صورت حساب کارت اعتباری
- بازپرداخت آنی کارت اعتباری
- گزارش پرداخت بدهی کارت اعتباری

خدمات ارزی

- مشاهده جزئیات سپرده ارزی (موجودی، تاریخ افتتاح و ...)
- مشاهده صورت حساب سپرده

خدمات چک

- درخواست صدور دسته چک، چک بانکی و چک بین بانکی
- گزارش وضعیت چک های واگذار شده به سپرده
- گزارش وضعیت دسته چک

بررسی موردی خدمات بانکداری مجازی در ایران - بانک گردشگری

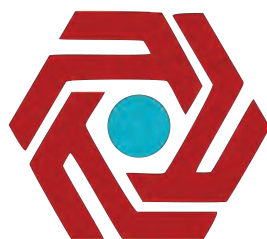
لیست خدمات ارائه شده توسط بانکداری مجازی بانک گردشگری (این بانک صرفاً به عنوان نمونه آورده شده و سایر بانک‌های کشور نیز خدماتی مشابه در بانکداری مجازی خود ارائه می‌دهند):

امکان تغییر مشخصات سپرده

- مسدودی سپرده
- رفع مسدودی سپرده
- بستن سپرده
- تغییر سپرده
- تعیین مقصد سود
- تغییر روز واریز سود

کلیه خدمات مربوط به سپرده‌ها

- افتتاح سپرده
- مشاهده جزئیات سپرده (اعم از موجودی، تاریخ افتتاح و ...)
- مشاهده صورت‌حساب سپرده‌ها (بر اساس تاریخ یا بر اساس تعداد)
- انتقال وجه بین حساب‌های خود و به حساب‌های دیگران با استفاده از CVV2، تاریخ انقضا و رمز دوم کارت (رمز اینترنتی) انتقال وجه به حساب سازمان‌های خیریه، انتقال وجه گروهی، انتقال وجه مستمر (انتقال وجه زمان‌دار به تاریخ آینده)
- انتقال وجه بین‌بانکی با مبالغ بالا اعم از ساتنا، پایا، پایای مستمر و ساتنای مستمر با در اختیار داشتن شماره شبای سپرده مقصد
- امکان مدیریت کارتابل سپرده‌های حقوقی و مشترک



بانک‌گردشگری

خدمات تسهیلات

- مشاهده لیست تسهیلات به همراه جزئیات آن‌ها
- درخواست پرداخت اقساط به صورت آنی و برخط

خدمات چک

- گزارش وضعیت دسته‌چک
- درخواست صدور دسته‌چک
- گزارش وضعیت چک‌های واگذار شده به سپرده

سایر خدمات

- ثبت درخواست صدور و تغییر رمز سامانه‌های تلفن‌بانک، همراه بانک و پیامک بانک
- ثبت درخواست پایانه فروش

خدمات کارت

- مسدود کردن کارت
- صدور کارت (درخواست خرید کارت هدیه، صدور کارت المثنی و کارت نقدی)
- تعیین محدودیت‌های عملیات کارت (ایجاد محدودیت برای سقف انتقال از کارت، خرید کالا و برداشت از کارت)
- تغییر سپرده‌های کارت (تغییر سپرده اصلی، درخواست افزودن حساب فرعی به کارت و حذف حساب فرعی از کارت)
- امکان گزارش‌گیری از کارت شامل تغییرات کارت اعم از تغییرات سپرده کارت و تغییرات وضعیت کارت و تراکنش‌های کارت بانکی
- امکان محدودسازی نوع تراکنش واریز، برداشت و ...
- خدمات رمز کارت (شامل درخواست رمز کارت و رمز اینترنتی کارت)

بررسی بانکداری مجازی بانک‌های موجود در کشور ایران نشان می‌دهد که اغلب بانک‌ها طیف نسبتاً گسترده‌ای از خدمات بانکی را به صورت الکترونیکی (آنلاین) ارائه داده و به همین دلیل نیاز به حضور فیزیکی کاربران برای انجام عملیات‌های بانکی خود کاهش چشمگیری داشته است.

پس یکی از مهم‌ترین پرسش‌ها در این گزارش این است که بانک‌های مجازی احتمالی در ایران چگونه در برابر بانک‌های موجود و خدمات الکترونیکی (آنلاین، مجازی، دیجیتال) ارائه شده توسط آن‌ها می‌توانند قد علم کنند یا به تعبیر دیگر مزیت رقابتی داشته باشند؟ به منظور تبیین پاسخ این پرسش در ادامه به بررسی ویژگی‌های اجزای بازار خدمات مالی بانکی ایران می‌پردازیم.

اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران

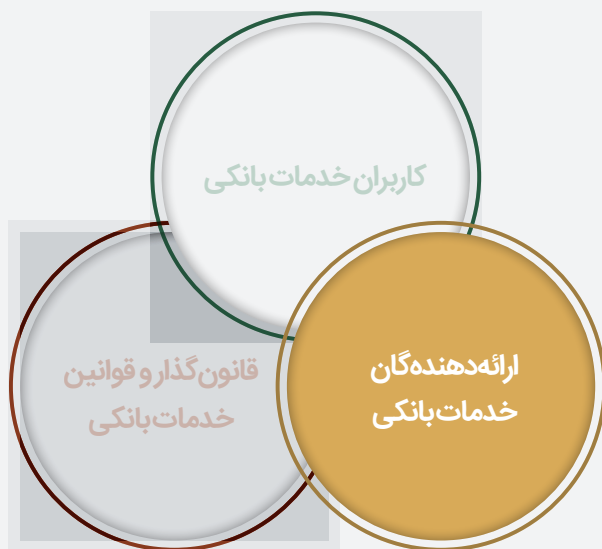
با توجه به پیشرو بودن سرزمین‌هایی در غرب و شرق دنیا در عرصه نوآوری و فناوری، اغلب تازه واردان، به تقلید از بازارهای پیشرو اقدام به ارائه محصولات و خدمات مشابه در بازار مختص به خود می‌کنند. اما همانطور که در بخش‌های قبل نیز ذکر شد، بر این باوریم که هر جغرافیا اقتضائات خاص خود را دارد و بطور خاص در مقوله مورد بحث این گزارش، یعنی بانک مجازی نیز نمی‌توان چشم‌ها را بر نیازمندی‌ها و شرایط جغرافیای کشور خود بیندیم. از این‌رو تلاش کردیم تا فضای مالی-بانکی ایران را از سه منظر کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات بانکی و قوانین و قانون‌گذار مورد بحث قرار دهیم. در ادامه ویژگی‌ها و روندهای جاری در این سه منظر در فضای ایران را طرح می‌نماییم.



ویژگی‌های بارز اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران

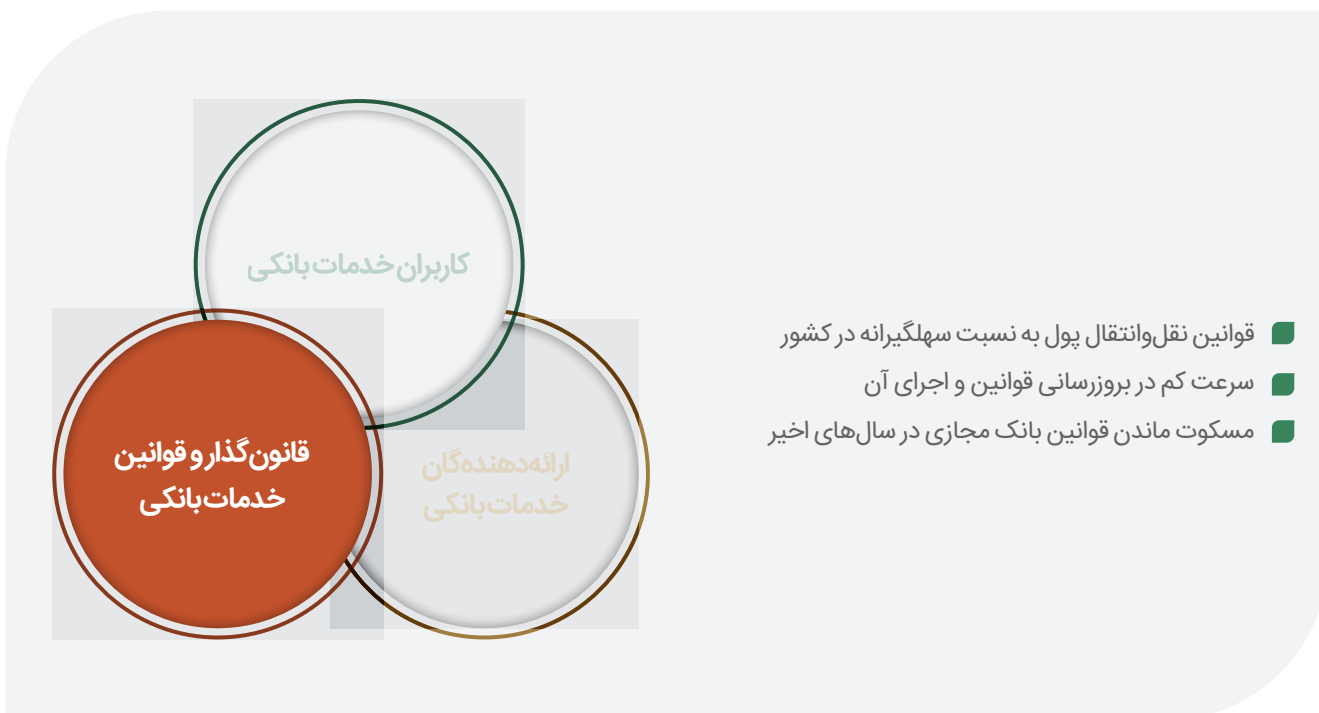
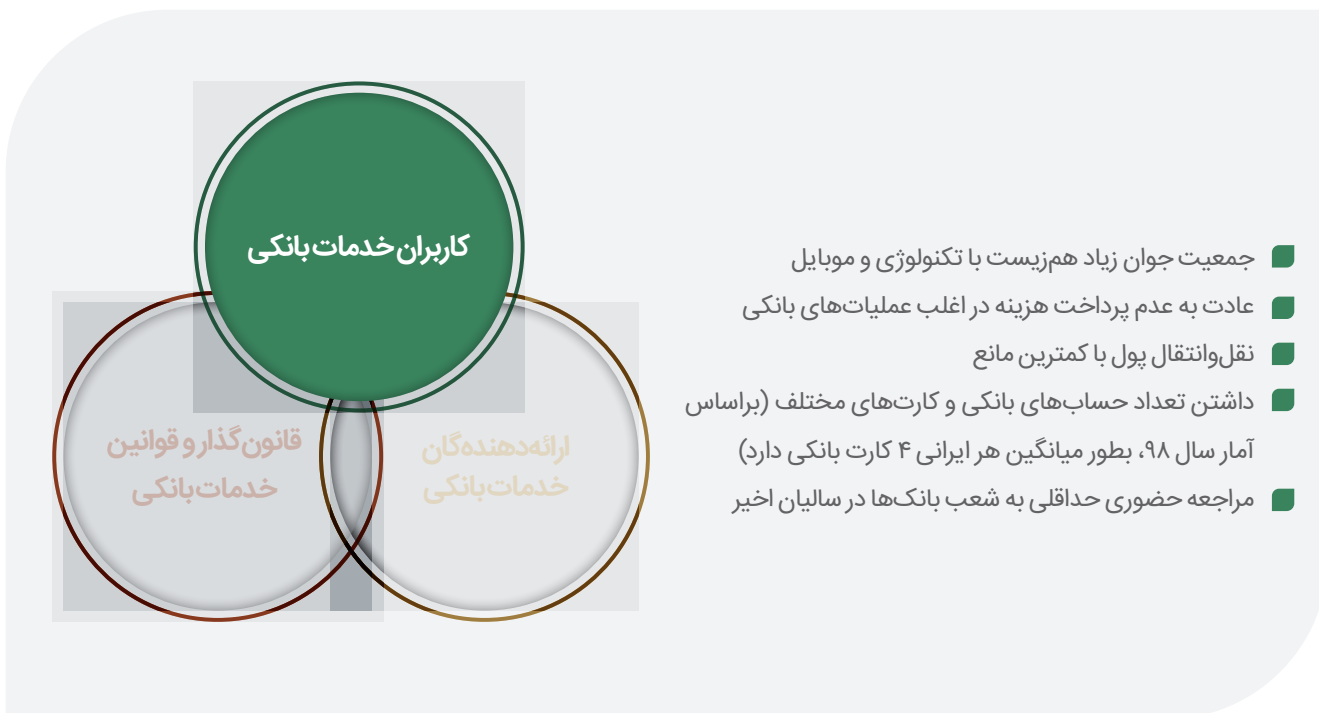
در این قسمت تلاش می‌کنیم تا این ویژگی‌هایی که به نحوی مرتبط با مفهوم بانک مجازی می‌شوند را احصا تبیین کنیم.

طبیعی است که ویژگی‌های منحصر بفرد کاربران، ارائه‌دهندگان خدمات بانکی و قانون گذار و قوانین حاکم بر بازار خدمات بانکی در ایران، متفاوت با کشورها و جغرافیاهای دیگر دنیا باشد.



- تنوع نسبتاً بالای بانک‌ها و موسسات خصوصی و دولتی در کشور
- تعداد شعب فیزیکی بالای هر بانک و سهولت دسترسی به آن‌ها
- تعداد بالا و گستردگی دستگاه‌های ATM
- یکپارچگی خدمات پرداخت با توجه به زیرساخت شاپرک
- گستردگی سیستم پرداخت کارتی در سرتاسر کشور (وجود بیش از ۷ میلیون دستگاه پوز و بیش از صدها میلیون کارت بانکی)
- هزینه پایین و بعضاً صفر ارائه خدمات بانکی
- سرعت بالای عملیات انتقال وجه (کارت به کارت و پایا)
- ارائه طیف گسترده‌ای از خدمات بانکی به صورت آنلاین
- وجود اپلیکیشن‌های بانکی مختلف برای ارائه خدمات بانکی (بانک‌ها، psp ها و فینتک‌ها)
- عدم ارائه برخی از خدمات متداول در بانک‌ها و موسسات دنیا همچون پرداخت اعتباری

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا



روندهای موثر بر اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران

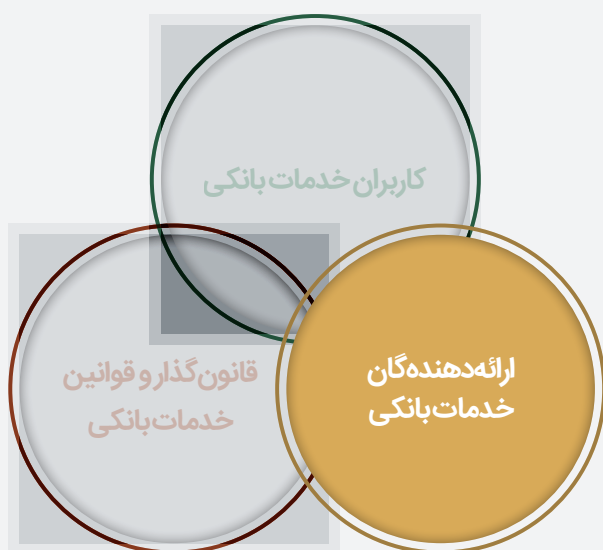
و استراتژی آینده هر کشور، شرکت، سازمان را شکل می‌دهد. در بخش‌های آتی که به سناریوهای آینده بانک مجازی در ایران می‌پردازیم، همین روندها را دست‌مایه شکل دادن سناریوها قرار می‌دهیم. همانطور که ویژگی‌ها را در سه بخش دسته‌بندی کردیم، روندها را نیز در سه بخش کاربران، ارائه‌کنندگان خدمات و قانون‌گذار و قوانین دسته‌بندی کرده‌ایم.

آنچه در قسمت قبل اشاره شد، برخی ویژگی‌های مرتبط به بانک مجازی در شرایط فعلی بود. اما آنچه در این قسمت اشاره می‌کنیم، روندهایی است که در جامعه ایران در چند سال اخیر قابل مشاهده است و به نحوی مرتبط به بانک مجازی می‌شود. روندهای هر جامعه معانی و تأثیرات متفاوتی بر صنایع، شرکت‌ها، سازمان‌ها و افراد می‌گذارد. بررسی روندها و نوع تأثیرات آن‌ها بخش مهمی از سیاست‌ها

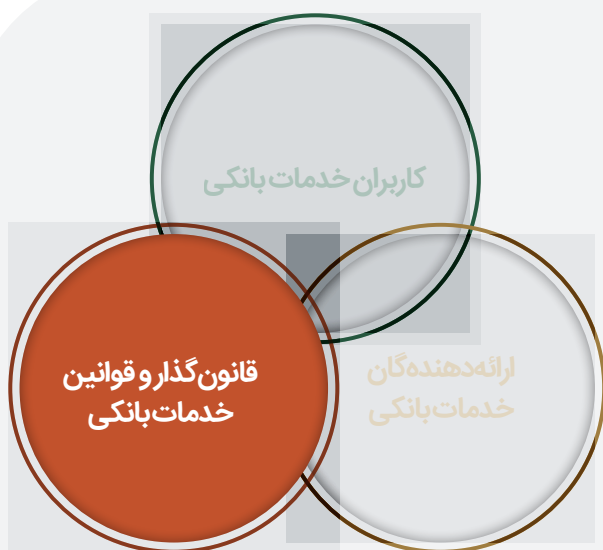


- نسل Z (یا نسل اینترنت) اصلی‌ترین مصرف‌کننده‌های خدمات
- هرم جمعیت فعلی و کاهش نرخ زاد و ولد و روند افزایش میانگین سنی جمعیت
- تمایل به دریافت ساده، سریع و غیر حضوری خدمات
- افزایش تمایل به استفاده از خدمات در بسترهای یکپارچه و مرتبط
- کاهش قدرت خرید
- تمایل به دریافت خدمات شخصی‌سازی شده
- افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی
- افزایش تمایل به حذف واسطه از تعاملات مالی (P2P) *
- گرایش به سیستم‌های وفادارسازی دارای ارزش ملموس
- دریافت طیف گسترده‌ای از خدمات در بستر موبایل
- ارزانی و فراگیری گوشی‌های هوشمند موبایل
- کاهش تمایل به سپرده‌گذاری و گرایش به سرمایه‌گذاری

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا
peer to peer *



- افزایش سرعت توسعه و انعطاف در ارائه خدمات جدید
- رشد گستردگی حضور کسب‌وکارهای نو در عرصه ارائه خدمات مالی-بانکی (فینتک‌ها)
- افزایش ارائه گسترده خدمات در بستر اینترنت
- افزایش تمایل به بهره‌گیری از فناوری بلاکچین در زیرساخت‌های فنی
- رشد بهره‌گیری از فناوری‌های یادگیری ماشین و هوش مصنوعی
- توسعه مفهوم داروینیسیم دیجیتال (عدم دیجیتال شدن مصادف با مرگ است)
- حرکت به سمت ارائه ابزارهای نوآورانه پرداختی (همچون QR Code)
- افزایش ارائه خدمات با تجربه کاربری بهتر
- رشد ارائه خدمات متنوع و متفاوت در بستر بانک‌ها
- تشدید فضای رقابتی بین ارائه‌دهندگان خدمات
- بهبود زیرساخت‌های اعتبارسنجی کاربران



- افزایش آمادگی ذهنی قانون‌گذار برای انعطاف در قوانین گذشته
- افزایش سرعت عکس‌العمل و بروزرسانی قوانین
- به رسمیت شناختن تازه واردان
- افزایش پتانسیل تجدید نظر در نظام کارمزدی حاکم بر فرآیندهای بانکی
- رشد پذیرش حرکت از فضای فیزیکی به فضای مجازی
- رشد گرایش به کاهش کارکرد پول نقد
- افزایش حمایت از توسعه بانکداری باز

مسائل موجود در بازار خدمات بانکی ایران از منظر مشتریان و کسب‌وکارها

وقتی می‌خواهیم به راهکار جدیدی فکر کنیم و خلق ارزشی تازه داشته باشیم، بایستی ابتدا مسئله را بفهمیم. اگر به درستی مسئله را درک نکنیم، احتمال اینکه راهکار اشتباهی ارائه کنیم جدی است. در همین راستا سعی می‌کنیم مسئله‌های موجود و مرتبط به بحث بانکداری و خدمات مالی در ایران را در دو بخش مشتریان و کسب و کارها دسته‌بندی کنیم.

مسائل موجود در بازار خدمات مالی-بانکی ایران از منظر مشتریان (End Users) و کسب‌وکارها (SMEs)*



کسب‌وکارها
(SMEs)



مشتریان
(End Users)

* Small and Medium Enterprises

مسائل با اهمیت بالا

- عدم وجود یا محدود بودن امکان خرید اعتباری
- چالش های فراوان اخذ وام بانکی
- یکپارچه نبودن خدمات بانکی با خدمات مالی در یک بستر
- مواجه بودن با طیف وسیعی از بانک‌ها، کارت‌ها و اپلیکیشن‌های بانکی
- نبود خدمات پرداخت بین‌المللی
- نبود خدمات نقل و انتقال بین‌المللی
- مدیریت سرمایه‌های خرد

مسائل با اهمیت متوسط

- مراجعه حضوری جهت افتتاح حساب
- مراجعه حضوری جهت انجام برخی از امور بانکی
- صرف هزینه برای انجام برخی از عملیات‌های بانکی
- محدودیت انتقال پول در مبالغ بالا
- سرعت انتقال پول در مبالغ بالا
- نداشتن تحلیل از میزان مخارج و درآمد

مسائل با اهمیت بالا

- نبود امکان اختصاص اعتبار
- تجربه کاربری ضعیف پنل‌های بانکی
- داشتن مشکل تسویه و تسهیم در لحظه
- نبود خدمات پرداخت بین‌المللی
- نبود خدمات نقل و انتقال بین‌المللی
- تامین و مدیریت نقدینگی
- احراز هویت کاربران

مسائل با اهمیت متوسط

- صرف هزینه برای انجام برخی از عملیات‌های بانکی
- محدودیت انتقال پول در مبالغ بالا
- سرعت انتقال پول در مبالغ بالا

مشتریان (End Users)



کسب‌وکارها (SMEs)



منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا

آیین‌نامه تأسیس و فعالیت بانک مجازی در ایران

در طی سالیان اخیر بخش قانون‌گذاری خدمات جدید بانکی در ایران، جزو چالشی‌ترین بخش صنعت بانکی ایران بوده است؛ فعالیت و ارائه خدمات بسیار جدید توسط فینتک‌ها، ظهور و فراگیری ارزهای دیجیتال و همچنین تلاش بانک‌ها برای پاسخ به نیازهای جدید کاربران و کسب‌وکارها، مهم‌ترین دلایل بوده است. اما به صورت دقیق در رابطه با مجوز فعالیت بانک مجازی در ایران، صرفاً یک آیین‌نامه‌ای در سال ۹۰ به تصویب رسیده است. آیین‌نامه تأسیس و فعالیت بانک مجازی در یک‌هزار و یکصد و بیست و پنجمین جلسه شورای پول و اعتبار مورخ ۹۰/۰۲/۲۷ در ۶۱ ماده و ۱۵ تبصره به تصویب رسید و شامل بخش‌های زیر می‌باشد:

بخش اول) تعاریف

بخش دوم) کلیات

بخش سوم) سرمایه مورد نیاز

بخش چهارم) شرایط متقاضیان تأسیس

بخش پنجم) اساسنامه و برنامه عملیاتی

بخش ششم) اعضای هیات مدیره

بخش هفتم) فرایند صدور مجوز

بخش هشتم) نحوه فعالیت

بر اساس ماده ۴۱ این آیین‌نامه بانک مجازی پس از کسب مجوز فعالیت صرفاً به ترتیب سطوح تعریف شده مقابل مجاز به فعالیت است:

الف- افتتاح انواع حساب های سپرده قرض الحسنه

جاری و انواع حساب‌های سپرده سرمایه گذاری

مدت‌دار و صدور انواع کارت‌های برداشت

ب- ارایه خدمات انتقال وجه الکترونیکی و

دریافت و پرداخت وجوه و اسناد بانکی

پ- انتشار اوراق گواهی سپرده، اوراق مشارکت

و صکوک

ت- اعطای تسهیلات در قالب عقود اسلامی

ث- انجام عملیات مربوط به بازار بین بانکی

سطح ۱:

الف- انجام عملیات و خدمات بانکی سطح ۱

ب- گشایش اعتبارات اسنادی ریالی

پ- صدور ضمانتنامه‌های بانکی ریالی و ارزی برای

داخل کشور

ت- صدور انواع کارت‌های اعتباری و کارت‌های

پیش‌پرداخته

سطح ۲:

الف- انجام عملیات و خدمات بانکی سطوح ۱ و ۲

ب- گشایش اعتبارات اسنادی ارزی

پ- صدور انواع ضمانتنامه‌های بانکی

ت- انجام سایر عملیات ارزی با اخذ اجازه جداگانه از

بانک مرکزی

سطح ۳:

در حالی که بیش از ۸ سال از تصویب این آیین‌نامه گذشته است، به غیر از یک مورد ناموفق (بانک الکترونیکی آراین (سهامی عام))، مجوزی مبنی بر فعالیت بانک مجازی در ایران صادر نگردیده است.

جمع‌بندی یافته‌های حاصل از بررسی بازار ایران از منظر بانک مجازی

به منظور دسته‌بندی پاسخ به چنین سوالاتی، پنج دسته عامل کلیدی موفقیت در نظر گرفته شده است و نشان داده شده است که براساس بررسی‌های انجام شده در بانک‌های مجازی دنیا، کارهایی روی تحقق این عوامل کلیدی موفقیت صورت پذیرفته است. همچنین همین تحلیل در مورد وضعیت فعلی ایران صورت گرفته است و نشان داده شده است که به منظور ظهور تحول آفرین بانک مجازی در ایران چه تغییری در عوامل کلیدی موفقیت نیاز است. در حقیقت نحوه تحقق این تغییرات توسط بانک‌های مجازی بالقوه در ایران، بازیگر برنده را مشخص خواهد کرد.

شکل‌گیری و توسعه بانک مجازی در ایران را می‌توان در دو رویکرد جمع‌بندی کرد.

۱- ارائه خدمات بانک‌های سنتی به صورت کاملاً آنلاین و نداشتن هیچ شعبه فیزیکی

۲- ارائه خدمات بانک‌های سنتی و همچنین پاسخ به نیازهای جدید کاربران و کسب‌وکارها به صورت کاملاً آنلاین و نداشتن هیچ شعبه فیزیکی.

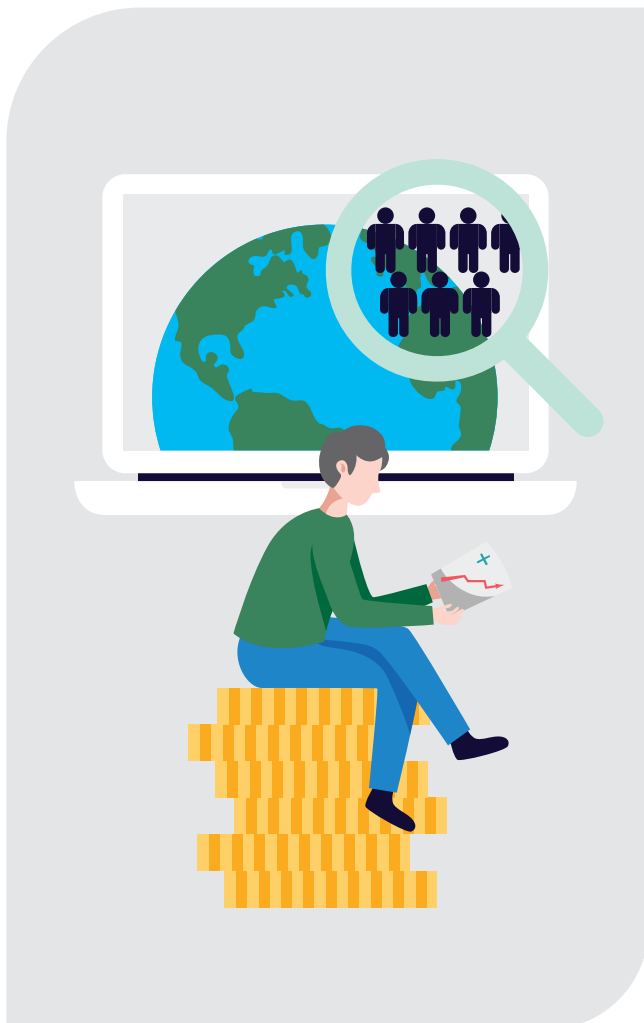
اما با توجه به شرایط بازار ایران و ویژگی‌های منحصر به آن و خدمات بانکداری مجازی ارائه شده در شرایط فعلی توسط اغلب بانک‌های کشور، بنظر می‌رسد رویکرد اول ارزش افزوده‌ای برای کاربران ایرانی ایجاد نخواهد کرد. اما برای تحقق رویکرد دوم نیز بایستی پاسخ چند سوال کلیدی را داشته باشیم.

سوالات کلیدی پیش‌روی بانک‌های مجازی احتمالی در ایران:

■ چرا باید کاربران بانک‌های سنتی به جای سیستم قبلی از خدمات بانک‌های مجازی جدید استفاده کنند؟ و یا به عبارت دیگر، بانک مجازی جدید در چه صورت مورد اقبال کاربران ایرانی قرار می‌گیرد؟ (پاسخ به این سوال باید بسیار دقیق و مستدل باشد)

■ آیا مدل درآمدی بانک مجازی در ایران قابل دفاع است؟

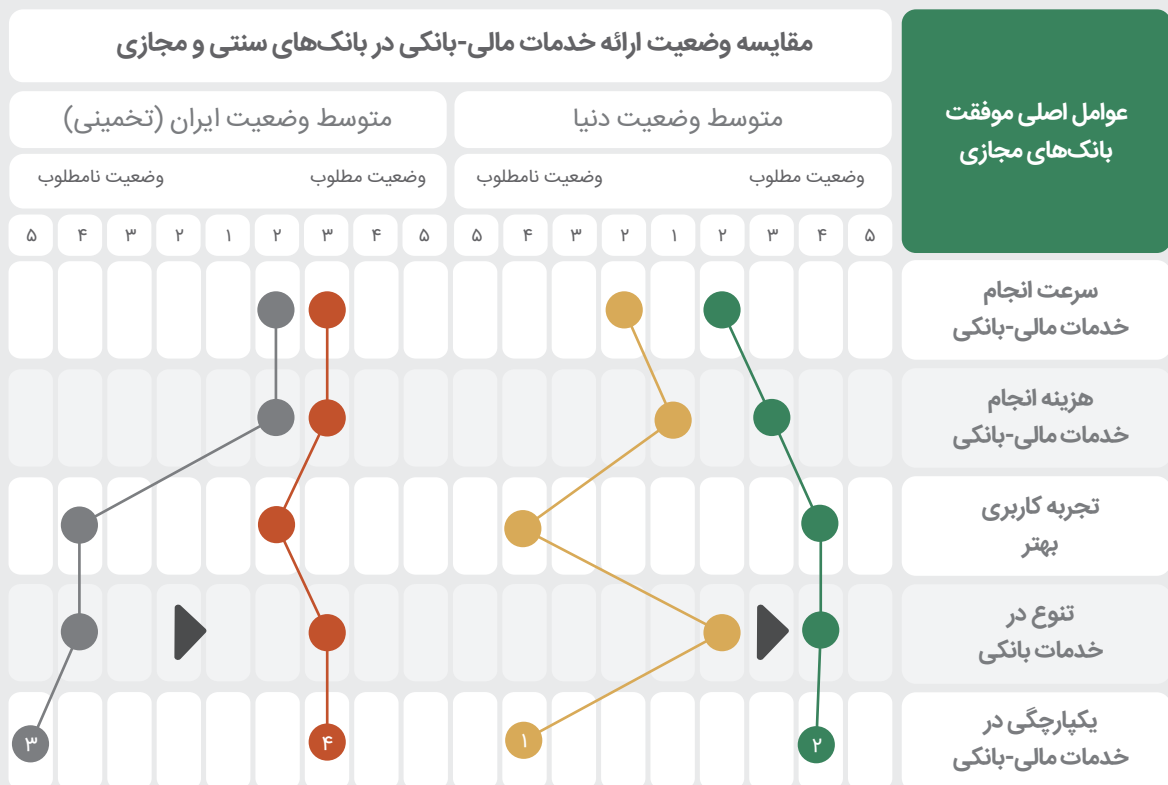
■ مناسب‌ترین رویکرد بانک‌های مجازی در مسیر تحقق عملی خدمات خود در مقابل فینتک‌های فعال در بازار ایران چیست؟



جمع‌بندی یافته‌های حاصل از بررسی بازار ایران از منظر بانک مجازی

(این وضعیت‌ها به صورت نسبی و با نظر خبرگان صنعت و در مقایسه با میانگین دنیا تعیین شده‌اند)، بهبود احتمالی توسط بانک‌های مجازی بایستی در قسمت‌هایی که شکاف بیشتری وجود دارد، ایجاد گردد.

مطابق جدول زیر، میانگین بهبود ایجاد شده توسط بانک‌های مجازی در طول سالیان اخیر در مقایسه با خدمات بانک‌های سنتی، محسوس بوده و به همین دلیل کاربران گسترده‌ای در سطح دنیا به بانک‌های مجازی گرایش پیدا کرده‌اند. از طرف دیگر، با توجه به وضعیت هر یک از عوامل موفقیت در بازار ایران



توضیح شکل: محتوای شکل بالا به صورت نسبی و با نظر تحلیلی-کارشناسی در نظر گرفته شده است.

۱ متوسط وضعیت خدمات مالی-بانکی در بستر بانک‌های سنتی در سطح دنیا

۲ متوسط وضعیت خدمات مالی-بانکی در بستر بانک‌های مجازی در سطح دنیا

۳ متوسط وضعیت خدمات مالی-بانکی در بستر بانک‌های سنتی در ایران

۴ متوسط وضعیت خدمات مالی-بانکی در بستر بانک‌های مجازی در ایران (تخمینی)

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا



آینده پیشروی تحقق بانک مجازی در صنعت مالی ایران

اما با توجه به تحلیل و نظر کارشناسی تیم تهیه‌کننده گزارش که خود حاصل بررسی گزارش‌های متعدد و تبادل نظر با خبرگان مختلفی بوده است، مهم‌ترین روندهای تاثیر گذار که بیشترین عدم قطعیت را در آینده بانک مجازی در ایران دارند، به شرح زیر است:

- ۱- تمایل کاربران به حذف واسطه از تعاملات مالی و نقش‌آفرینی قدرتمند بازیگران غیربانکی (پلتفرم‌های P2P)
- ۲- اصلاح نظام کارمزدی و تغییر قواعد رقابت درآمدی

با توجه به عدم قطعیت‌های (روندها) مذکور (که از میان حدوداً ۳۰ کلان روند انتخاب شده‌اند) سناریوهای مختلف بانک مجازی در ایران به تصویر کشیده می‌شود. باید توجه داشت که سناریوها پیش‌بینی آینده نیستند، بلکه تصویرهایی با سازگاری منطقی درونی، درباره آینده‌های ممکن و محتمل هستند. برنامه‌ریزی بر پایه سناریوها، زمینه‌ای فراهم می‌کند تا افراد مختلف با دیدگاه‌های متفاوت و به عبارتی، مدل‌های ذهنی متفاوت در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی مشارکت کنند و تا حد امکان نقاط کور ذهنی یکدیگر را بپوشانند.

با توجه به بررسی وضعیت بازیگران موجود در صنعت مالی، فعالان حوزه بانکداری مجازی و کسب‌وکارهای الکترونیکی در ایران و به طور کلی اکوسیستم بانکی-مالی، تحلیل آینده پیش روی بانک مجازی در ایران می‌تواند نقطه جذابی برای فهم صحیحی از اقدامات اثربخش در مسیر توفیق در این اکوسیستم باشد.

گروه‌های زیادی در کشور در صدد ایجاد بانک مجازی بوده و هر کدام با توجه به تحلیل و نقطه نظر خود، استراتژی‌های متفاوتی را در پیش گرفته‌اند. ما در بخش‌های قبل، اکوسیستم‌هایی همچون اروپا، چین، کره جنوبی و آمریکا و همچنین ویژگی‌های بازار ایران را مرور کردیم. اما بر این باوریم که در افق ۱۰ سال آینده ایران تصور یک آینده قطعی کاری ناشدنی است.

از همین روی، تلاش می‌کنیم تا با بهره‌گیری از رویکردهای آینده نگاری و سناریونگاری، چهار سناریو محتمل برای آینده بانک مجازی در ایران را براساس آنچه در بخش‌های قبل تحلیل کرده ایم، تدوین کنیم. تصور سناریوهای مختلف و تعریف اقدامات مناسب و مرتبط کمک می‌نماید تا با احتمال خوبی، در هر صورت برنده بازی باشیم. روندها و عدم قطعیت‌های مختلفی در شکل‌گیری فضای حاکم بر بانک مجازی در طول سالیان آینده ایران تاثیرگذار خواهد بود که در صفحات قبل نیز اشاره شد.



کلان روندهای موثر بر اجزای اصلی بازار خدمات بانکی در ایران (افق ۱۴۱۰)

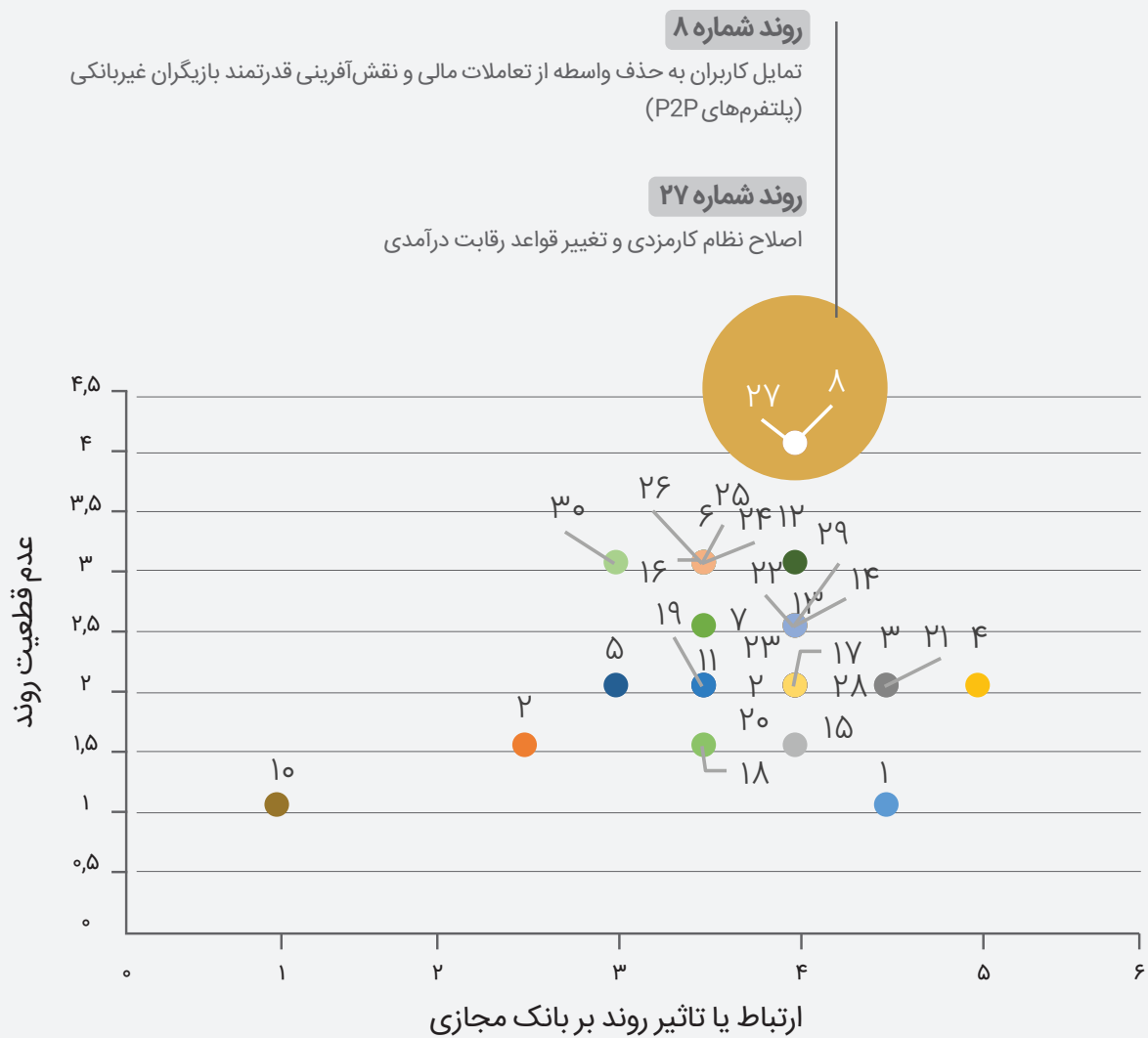
همچنین این روندها براساس میزان ارتباط با بانک مجازی و میزان عدم قطعیت امتیازدهی شده اند. روندهایی که بیشترین میزان ارتباط و در عین حال بیشترین عدم قطعیت را دارند، بعنوان دو محور سناریوهای آینده انتخاب شدند.

با توجه به بررسی وضعیت بازیگران موجود در صنعت مالی، فعالان حوزه بانکداری مجازی و کسب و کارهای الکترونیکی در ایران و به طور کلی اکوسیستم بانکی-مالی، روندهای موثر بر آینده بانک مجازی در افاق ۱۰ ساله ایران در ۳۰ روند و سه بخش دسته‌بندی شده‌اند.

نمره	اجزای اصلی بازار خدمات بانکی	نمره	روند	ارتباط یا تأثیر روند بر بانک مجازی *	عدم قطعیت روند**	نمره روند
۱	روندهای مرتبط با کاربران خدمات بانکی	۱	تسلط سلايق نسل Z يا نسل اينترنت (دهه ۸۰ ی ها بعنوان اصلی ترین مصرف کننده های خدمات)	۴,۵	۱	۴,۵
۲		مسن شدن هرم جمعیت (افزایش جمعیت پیر در کشور)	۲,۵	۱,۵	۳,۷۵	
۳		تمایل به دریافت ساده، سریع و غیر حضوری خدمات	۴,۵	۲	۹	
۴		تمایل به استفاده از خدمات در بسترهای یکپارچه و مرتبط	۵	۲	۱۰	
۵		کاهش قدرت خرید افراد جامعه (افزایش شکاف طبقاتی و فقر)	۳	۲	۶	
۶		تمایل به دریافت خدمات شخصی سازی شده	۳,۵	۳	۱۰,۵	
۷		حضور گسترده در فضای شبکه های اجتماعی	۳,۵	۲,۵	۸,۷۵	
۸		تمایل به حذف واسطه از تعاملات مالی (P2P)	۴	۴	۱۶	
۹		گرایش به سیستم های وفادارسازی دارای ارزش ملموس	۴	۲	۸	
۱۰		دریافت طیف گسترده ای از خدمات در بستر موبایل	۴,۵	۲	۹	
۱۱		ارزانی و فراگیری گوشی های هوشمند موبایل	۳,۵	۲	۷	
۱۲		کاهش تمایل به سپرده گذاری و گرایش به سرمایه گذاری	۴	۳	۱۲	
۱۳	روندهای مرتبط با ارائه دهندهگان خدمات بانکی	۱۳	افزایش سرعت توسعه و انعطاف در ارائه خدمات جدید	۴	۲,۵	۱۰
۱۴		گسترده گی حضور کسب وکار های نو در عرصه ارائه خدمات مالی-بانکی (فینتک)	۴	۲,۵	۱۰	
۱۵		ارائه گسترده خدمات در بستر اینترنت	۴	۱,۵	۶	
۱۶		بهره گیری از فناوری بلاکچین در زیرساخت های فنی	۳,۵	۳	۱۰,۵	
۱۷		بهره گیری از فناوریهای ماشین لرنینگ*** و هوش مصنوعی	۴	۲	۸	
۱۸		رشد باور به مفهوم داروینیسیم دیجیتال (بقای تطبیق پذیرترین ها)	۳,۵	۱,۵	۵,۲۵	
۱۹		حرکت به سمت ارائه ابزارهای نوآورانه پرداختی (همچون QR Code)	۳,۵	۲	۷	
۲۰		ارائه خدمات با تجربه کاربری بهتر	۴	۲	۸	
۲۱		ارائه خدمات متنوع و متفاوت در بستر بانک ها (متفاوت و متنوع نسبت به بانکداری قدیم)	۴,۵	۲	۹	
۲۲		تشدید فضای رقابتی بین ارائه دهندهگان خدمات	۴	۲,۵	۱۰	
۲۳		بهبود زیرساخت های اعتبارسنجی کاربران	۴	۲	۸	
۲۴		روندهای مرتبط با قانون گذار و قوانین خدمات بانکی	۲۴	آمدگی ذهنی قانون گذار برای انعطاف در قوانین گذشته	۳,۵	۳
۲۵	افزایش سرعت عکس العمل و بروزرسانی قوانین		۳,۵	۳	۱۰,۵	
۲۶	به رسمیت شناختن تازه واردان		۳,۵	۳	۱۰,۵	
۲۷	تجدید نظر در نظام کارمزدی حاکم بر فرآیندهای بانکی		۴	۴	۱۶	
۲۸	پذیرش حرکت از فضای فیزیکی به فضای مجازی		۴	۲	۸	
۲۹	گرایش به کاهش کارکرد پول نقد		۴	۲,۵	۱۰	
۳۰	حمایت از توسعه بانکداری باز		۳	۳	۹	

منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا

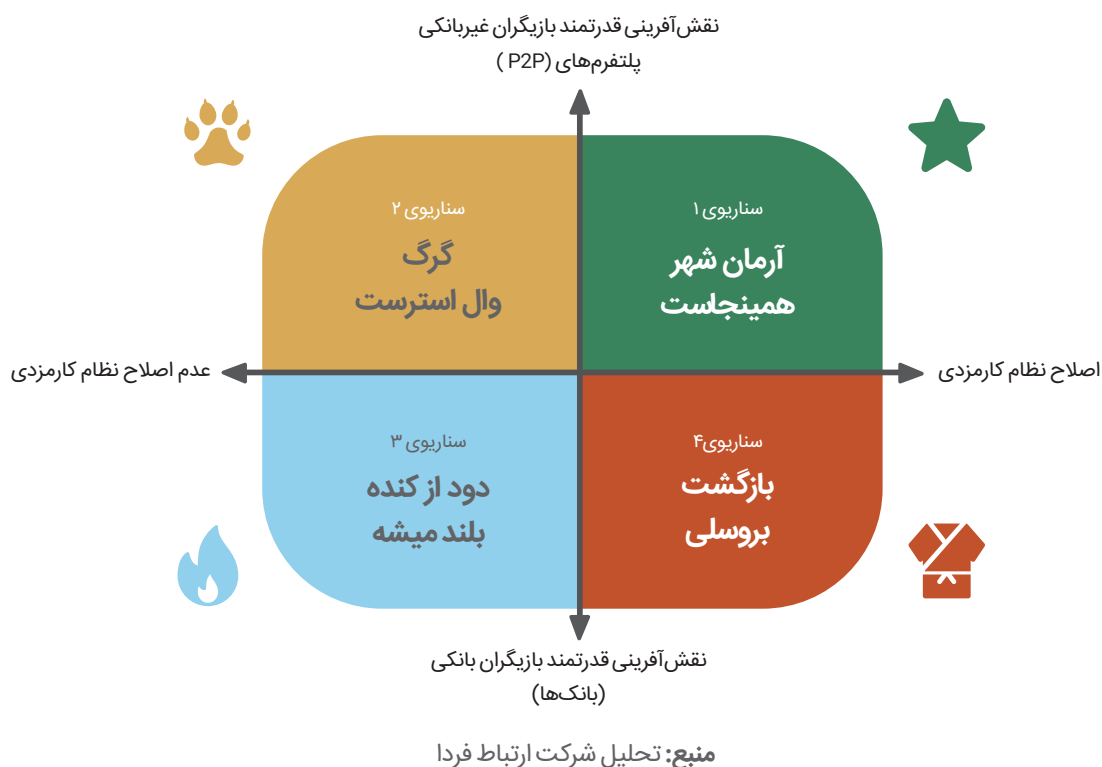
Machine learning*** ۱* اهمیت پایین و ۵ اهمیت بالا ۱** عدم قطعیت پایین و ۵ عدم قطعیت بالا



نکته: شماره‌های هر نقطه در نمودار، شماره روند می‌باشد.

سناریوهای تحقق بانک مجازی در صنعت مالی ایران (افق ۱۴۱۰)

سناریوها با کالبدشکافی عدم قطعیت‌ها، فضایی برای تخیل قانونمند و نظریه‌پردازی ایجاد می‌کنند که و گروه‌ها را نسبت به اتفاقات ممکن آینده آگاه‌تر و آماده‌تر کرده و میزان شگفتی‌ها و درماندگی‌های آنها در مواجهه با وقایع آینده را تا حد امکان کاهش می‌دهند. دو عدم قطعیت ۱) تمایل کاربران به حذف واسطه از تعاملات مالی و نقش‌آفرینی قدرتمند بازیگران غیربانکی (پلتفرم‌های P2P)، و ۲) اصلاح نظام کارمزدی و تغییر قواعد رقابت درآمدی، در تقابل باهم چهار سناریو که کم و کیف بانک مجازی را تحت تاثیر می‌گذارند را موجب می‌شوند. در ادامه به توصیف بیشتر این سناریوها می‌پردازیم:



آنچه اهمیت بالایی دارد، این موضوع است که با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد اکوسیستم مالی ایران، اقدامات هوشمندانه، منطقی و پیشینی متناسب با هر سناریو چه اقداماتی هستند و چگونه می‌توان طوری برنامه‌ریزی کرد که در سناریوهای مذکور توفیق کسب کرد.

پلتفرم‌های P2P چه پلتفرم‌هایی هستند؟	نقش‌آفرینی قدرتمند بازیگران بانکی در ۱۰ سال آینده به چه معناست؟	اصلاح نظام کارمزدی به چه معناست؟
بسترهای نظیر به نظیر (P2P Platforms)، بسترهایی هستند که در آن‌ها خدمات و محصولات بدون هیچ واسطه (و یا به عبارت دیگر غیر متمرکز) بین دو شخص ارائه می‌گردد.	یعنی کاربران ایرانی به پلتفرم‌های متمرکز و با واسطه (همانند بانک‌ها) اقبال داشته و این بانک‌ها هستند که همچون گذشته نیازهای مالی-بانکی کاربران را مرتفع می‌کنند.	نظام کارمزدی در ایران شامل تمام کارمزدهایی می‌شود که کاربران (مشتري نهایی و یا کسب‌وکارها) به بانک‌ها و بانک‌ها به پی‌اس‌پی‌ها (PSPs) و سایر ذینفعان پرداخت می‌کنند. در حال حاضر یکی از مهم‌ترین کارمزدهای موجود در نظام کارمزدی، کارمزد تراکنش پرداخت است که بانک‌ها این کارمزدها را پرداخت می‌کنند. و در صورت این نظام، کارمزد پرداخت به کسب‌وکار و یا مشتری نهایی منتقل خواهد شد.

کاربر بانک مجازی در افق ۱۰ سال آینده ایران

همچنین برای انتخاب و وفاداری به یک ابزار و راهکار باید به معنای واقعی کلمه اغناء شده باشد. از اینرو برای ارائه محصولات و خدماتی که مورد پسند کاربران نسل جدید باشد، بایستی بررسی‌ها و تحلیل‌های بسیار حساب شده‌ای صورت بگیرد. بانک‌های مجازی بالقوه در ایران بایستی منافع و مزیت‌های منحصر بفردی برای کاربران بالقوه خود در آینده ایجاد کنند. در شکل روبرو، دسته‌بندی از منافع قابل تصور در سه سطح کارکردی، حسی و تحولی به منظور جلب رضایت کاربر ارائه شده است. بر این باوریم که محصولات و خدمات آینده (از جمله بانک مجازی) بایستی در صد ارائه راهکارهایی باشند که همه سه سطح منافع را برای کاربر یا مشتری پوشش دهد.

در یک فرآیند کاملاً منطقی، محصولات و خدمات جهت ایجاد ارزش افزوده برای مشتری و مصرف‌کننده اصلی خود طراحی می‌شوند. بانک مجازی و هر راهکار دیگری که در صد ارائه خدمات متناسب با نیازهای مالی کاربر ایرانی در بازه زمانی ۱۰ سال آینده است، بایستی از این کاربر شناخت کافی داشته و محصولات و خدمات متناسب با سلیقه آن را ارائه نماید. براساس تحلیل‌های موجود، جمعیت قابل توجهی از کاربران بانک مجازی در آینده پیش‌رو، از نسل اینترنت (و یا نسل Z) خواهند بود. نسل اینترنت نسلی است که همیشه آنلاین است و با به‌روزترین ابزارهای آنلاین کار می‌کند؛ به هر شغلی رضایت نمی‌دهد، و قبل از آغاز به کار، درباره شغل موردنظر بسیار تحقیق می‌کند.



سطوح منافع از نظر کاربران نسل آینده

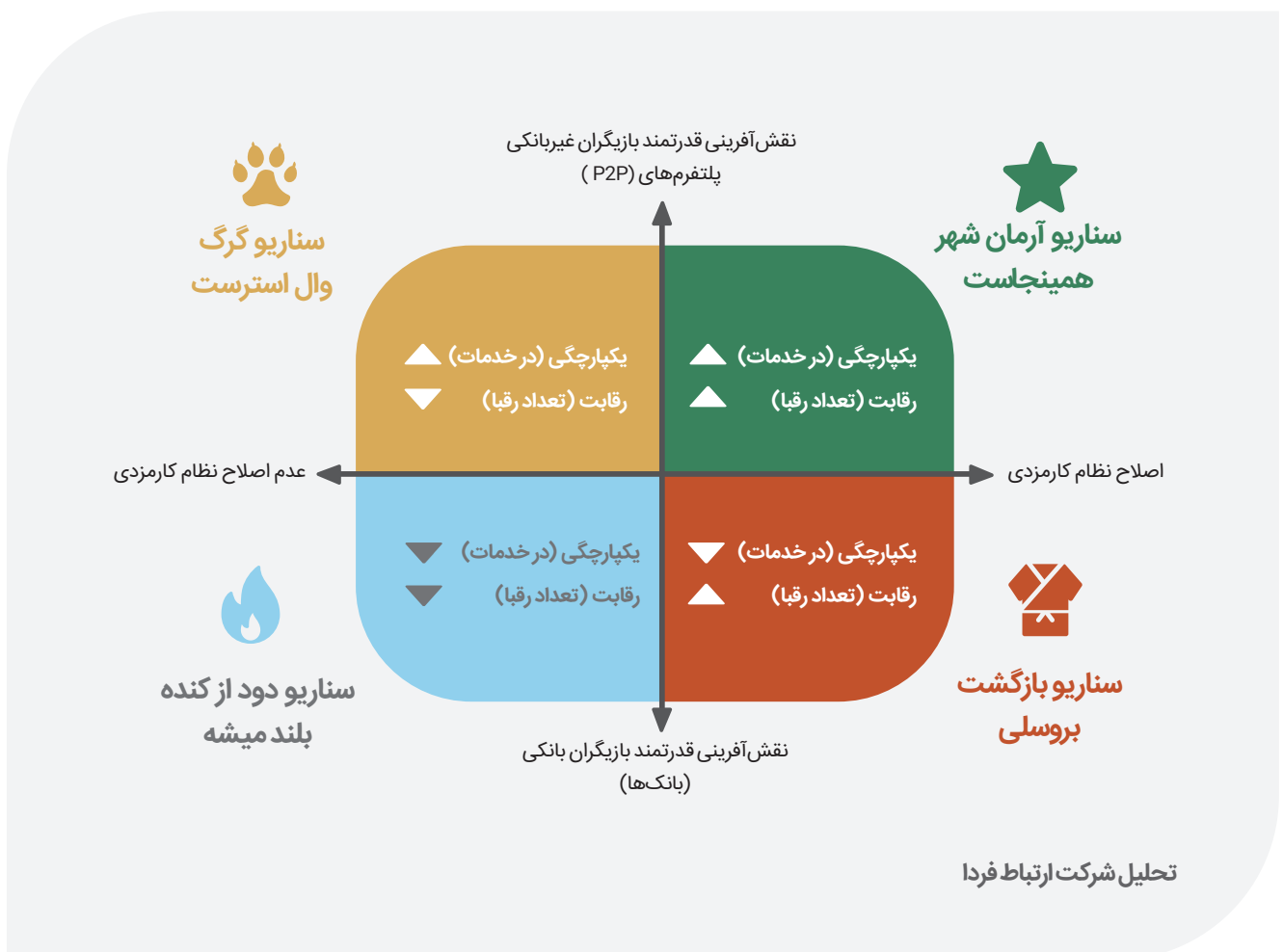


منبع: تحلیل شرکت ارتباط فردا

توصیف بانک مجازی ایده آل در فضای ۴ سناریو براساس شاخص یکپارچگی و رقابت

و تعداد رقابایی که اقدام به ارائه خدمات مالی مختلف می کنند (تنوع در انتخاب خدمات)، متفاوت خواهد بود. با توجه به شرایطی که در فضای هر سناریو بواسطه عدم قطعیت های مذکور شکل گرفته است، توصیف هر سناریو به شرح ذیل آمده است. در این توصیف، زبان راوی، جوانی متعلق به نسل زد است به نام امیرعلی که در ادامه ویژگی های آن بیشتر توضیح داده می شود.

دو عدم قطعیت (۱) تمایل کاربران به حذف واسطه از تعاملات مالی و نقش آفرینی قدرتمند بازیگران غیربانکی (پلتفرم های P2P)، و (۲) اصلاح نظام کارمزدی و تغییر قواعد رقابت درآمدی، منجر به خلق تفاوت در دو بعد کلیدی موثر بر بانک مجازی، یعنی یکپارچگی و رقابت، خواهد بود. بواسطه شرایطی که این عدم قطعیت ها می توانند ایجاد کنند، یکپارچگی در خدمات ارائه شده مالی و غیر مالی (تاثیر در سبک زندگی) و همچنین شدت رقابت



راهکار ایده‌آل احتمالی

فضای سناریوی "آرمان شهر همینجاست"

نیازهای مالی و غیر مالی من داره توسط پلتفرمی (اپلیکیشنی) که **تمام ابعاد زندگی** من رو در جریان و به صورت یکپارچه در اختیار داره، رفع میشه. من صرفاً پول یا اعتبار موجودم رو توزیع می‌کنم (یا به صورت موردی و یا اتوماتیک) گزینه های زیادی هم برای استفاده در اختیار دارم.



راهکار ایده‌آل احتمالی

فضای سناریوی "گرگ وال استریت"

اغلب نیازهای مالی و غیر مالی من داره توسط پلتفرمی (اپلیکیشنی) که تمام ابعاد زندگی من رو در جریان و به صورت یکپارچه در اختیار داره، رفع میشه. برای **بعضی از خدمات مالی از یک سری راهکار دیگه** استفاده می‌کنم، اما در کل گزینه های زیادی ندارم.



راهکار ایده‌آل احتمالی

فضای سناریوی "بازگشت بروسلی"

نیازهای مالی من داره توسط پلتفرمی (اپلیکیشنی) که **تمام ابعاد زندگی مالی** من رو در جریان و به صورت یکپارچه در اختیار داره، رفع میشه. **پلتفرم‌های واسطه ارتباط خوبی بین زندگی مالی و سایر بخش‌های زندگی** من ایجاد کردند.



راهکار ایده‌آل احتمالی

فضای سناریوی "دود از کنده بلند میشه"

نیازهای مالی من داره توسط پلتفرمی (اپلیکیشنی) که **برخی از ابعاد زندگی مالی** من رو در جریان، رفع میشه. من بعضاً از پلتفرم‌های مشابه استفاده می‌کنم که تنوع کافی داشته باشم و گزینه‌های زیادی برای جایگزینی استفاده از خدمات هم ندارم.



توصیف کاربر بانک مجازی در چشم‌انداز ۱۰ ساله ایران امیرعلی

جهت داشتن درک نسبی از فضای حاکم و اقتضائات آن بوده است. لازم به ذکر است که به منظور تبیین بیشتر تفاوت‌های هر یک از چهار فضای سناریو، نکاتی بزرگنمایی و بعضاً اغراق‌آمیز بیان شده است.

جهت ملموس شدن فضاهای سناریوهای برآمده از تلاقی عدم قطعیت‌های منتخب، از تشریح زندگی یک شخصیت انتخابی با عنوان "امیرعلی" استفاده شده است. هدف از این کار، تبیین فضای زندگی امیرعلی در ۱۰ سال آینده به عنوان منتخبی از نسل زد،



سن:

۲۸ سال (متولد ۶ مرداد ۱۳۸۲)

شغل:

برنامه‌نویس در یک شرکت بزرگ IT

سایر فعالیت‌ها:

برنامه‌نویسی فریلنسری* و طراحی محصولات دیجیتال

علاقه:

سفر، ورزش، نوشتن در مورد مسافرت‌های خود و سبک زندگی، خبرهای جدید و تحولات در حوزه برنامه‌نویسی

Freelancer*

نسل امیرعلی از اونجایی که بزرگ شده‌ی دوره‌ای هستن که کلی اتفاقای عجیب و غریب توش افتاده، مثل تحریم‌های بسیار طولانی و نبود ثبات اقتصادی شامل افت و خیزهای معنادار ارزش پول ملی در برابر دلار، کرونا و ... کمی محتاط‌تر عمل می‌کنن و حواسشون به مدیریت دارایی‌هاشون هست؛ از شبکه ارتباطی‌شون تا اطلاعات، دانش و همچنین دارایی‌های مالی (Saving/ Micro Investment).

اصلی‌ترین چیزی که امیرعلی رو ترغیب می‌کنه که از چیزی استفاده بکنه اینه که براش کاربردی باشه؛ دیگه دوره تبلیغات احساسی گذشته، الان تا امیرعلی متقاعد نشه که یه محصولی واقعا به دردش می‌خوره حاضر نیست وقتی صرفش بکنه (Practicality). امیرعلی همیشه قبل از اینکه لیست کارهای روزانه‌ش رو بنویسه چنتا گزارش سریع از موقعیتش نسبت به اهداف بلند مدتش میگیره و مطمئن میشه که هر روز داره بهترین انتخابا رو حتی توی کوچکترین کارهاش انجام میده تا به هدفش نزدیک بشه (Knowledge & Control). این موضوع به امیرعلی احساس آرامش بیشتری رو میده که در نتیجه اون میتونه به همه جنبه‌های زندگیش با انرژی بیشتری بپردازه و از ظرفیت‌هاش نهایت استفاده رو بکنه. اون فرصت این‌رو داره که به چیزی فراتر از زنده ماندن فکر کنه (Something more than survival).

امیرعلی توی محیطی به دنیا اومده و بزرگ شده که همیشه اینترنت وجود داشته. اون همه عمرش با اینترنت همراه بوده و اینترنت برای امیرعلی و هم نسل‌هاش مثل هوا برای نفس کشیدن یا مثل آب برای ماهی (اینترنت نسل ۵G)؛ برای همین امیرعلی به متصل بودن دائمی عادت داره و همیشه داده‌ها در جزء جزء زندگیش در حال رفت و آمد، هستنند (Connectedness).

مرزی برای زندگی، فعالیت‌ها و شبکه‌سازی امیرعلی، اونطوری که توی گذشته وجود داشته دیگه نیست؛ تنوع افراد و کشورهایی که باهاشون صحبت می‌کنه، کار میکنه و ارتباط داره، خیلی زیاده (Diversity / Globalization). همه زندگی امیرعلی و هم نسل‌هاش روی ابر داده‌ها ذخیره میشه.

برای امیرعلی خیلی مهمه که خیالش راحت باشه همه جا به اطلاعاتش دسترسی داره و همینطور نگران از بین رفتنشون هم نباشه (Cloud)؛ زندگی در ۱۴۱۰ یعنی تصمیم‌گیری و استفاده از خدمات براساس تحلیل داده‌ها (Data Driven)؛ فعالیت‌های تحلیل داده به صورت خودکار اتفاق میفته که این موضوع توی خدمت‌رسانی‌های شخصی‌سازی شده خیلی تاثیر مثبتی گذاشته (AI / Robots).

توصیف کاربر بانک مجازی در چشم‌انداز ۱۰ ساله ایران

۱) سناریوی آرمان‌شهر همینجاست

یکی که بهش کمک کنه تصمیماتش رو با دقت و اطمینان بگیره. دنیا خیلی با سرعت در حال تغییر هست و فرصت یادگیری همه چیز وجود نداره؛ اما همه لازم دارن که همیشه به‌روز باشن و با این روندها پیش برن؛ پس وقتی دسترسی هم خیلی راحت، چرا از متخصص‌های مختلف استفاده نکنه؟ اونم وقتی همشون فقط به کلیک باهاش فاصله دارن. امیرعلی بعضاً وقت‌های خالیش رو با گرفتن پروژه‌های کوچک فریلنسی پرمی‌کنه. بانک مجازیش با استفاده اطلاعاتش بهترین گزینه‌های متناسب با توانمندی و علاقه‌ش رو پیشنهاد میده. حتی اگر اون پروژه مهارت و تخصصی بخواد که امیرعلی در حال حاضر نداره، گزینه‌ای داره که بعنوان مهارت‌آموز در کنار بقیه اعضای پروژه یادگیره یا اینکه اگر پروژه نیاز

امیرعلی هم مثل همه‌ی دوستای دیگش از بانک مجازی استفاده می‌کنه؛ برای همه‌ی فعالیت‌های مالی و غیرمالیش. به این خاطر که این امتیاز رو بهش میده که همه‌ی جنبه‌های زندگیش رو به صورت یکپارچه مدیریت کنه. امیرعلی دسترسی تمام اطلاعاتش رو به بانک مجازی داده؛ اطلاعات تحصیلی، کاری، تخصصی، علاقه‌ش، دوستاش، پروژه‌هاش و شبکه ارتباطیش. همین کافی بود که دسترسی بانک مجازی به پلتفرم‌هایی که امیرعلی توشون قبلاً فعال بود تأیید بشه؛ حالا دیگه همه‌ی فعالیت‌هاش رو از این پلتفرم به صورت یکپارچه مدیریت می‌کنه. اون قبلاً از یه بانک مجازی دیگه استفاده می‌کرد، اما به خاطر پیشنهادهای متنوع‌تر و جذاب‌تر این بانک مجازی و اینکه بخش اعظم دوستای امیرعلی از



به یک تیم برای انجام داشته باشه خودش فضای یافتن هم تیمی مناسب و شکل گرفتن تیم را فراهم می‌کنه (Synergic Environment)؛ امیرعلی کلی دوست و همکاری باحال توی سراسر دنیا پیدا کرده. آدمایی که شاید هیچوقت توی زندگیش از نزدیک نبینتشون، ولی با هم دوستن و دارن روی کیفیت زندگی هم تأثیر مستقیم می‌ذارن (Connectedness/ Networking).

این یکی استفاده می‌کردن، اون هم برای گرفتن خدمات بهتر و مرتبط‌تر با سبک زندگی خودش، حالا دیگه از این بانک مجازی استفاده می‌کنه. یه دلیل دیگه‌ی استفاده از این پلتفرم برای امیرعلی اینه که نیاز به یه دستیار و مشاور باهوش و به‌روز رو توی زندگیش حس می‌کرد.

در لحظه برنامه‌ی سفرش رو تغییر بده و بر اساس درخواست جدیدش بهترین پیشنهادها رو بگیره و از بینشون بهترینش رو انتخاب کنه؛ در حالی که یکپارچگی برنامه‌ش هم حفظ شده و از جنبه‌های مالی برنامه‌ش خیالش راحت. شاید براتون جالب باشه که بانک مجازیش یک پروژه کوچولوی چند ساعته هم اونجا براش پیدا کرده که خیلی توی پوشش هزینه‌های سفرش کمکش میکنه (Many offers, anytime, anywhere).

امیرعلی میتونه از رمزارزها برای خریدهاش استفاده کنه کارش خیلی راحت‌تر شده و میتونه از همه جای دنیا بهترین‌ها رو با بهترین قیمت انتخاب کنه! حتی توی سفر آخرش به سنگاپور لازم نشد یک دلار هم بخره و همه هزینه‌هاش رو با رمزارزها پرداخت کرد (Crypto Currencies)! سیستم هوش مصنوعی تعریف شده روی بانک مجازی خیلی از کارهای امیرعلی رو به صورت هوشمندانه مدیریت می‌کنه. مثلاً چند روز پیش با توجه به اطلاعات سلامت امیرعلی، فعالیت‌های چند ماه اخیرش (که کمتر ورزش کرده بود) و همچنین رژیم غذایی‌ش، سیستم بانک مجازیش یک جلسه‌ی ویزیت با دکتر امیرعلی رو برنامه‌ریزی کرد تا از هر گونه مشکل سلامتی پیشگیری بکنه؛ یا مثلاً با توجه به اینکه سیستم بانک مجازیش به سیستم ماشینش متصل هست، کاملاً از رانندگی ایمن امیرعلی و قانون‌مندیش اطلاع داره و برای همین تخفیفای خوبی روی بیمه‌ی ماشینش براش رقم خورده (IOT).

یجورایی زندگی بدون بانک مجازیش براش غیرممکن شده، اما اونقدر هم رقابت روی ارائه سرویس‌های جدید زیاده که اگر بانک مجازی امیرعلی کارش درست انجام نده، امیرعلی یکی دیگه رو انتخاب میکنه! یجورایی دیگه خبری از بانک‌های سنتی ده سال پیش نیست و بازی کاملاً عوض شده و بیشتر بازیگرای جدید اصلاً سابقه بانکی ندارند!

شبکه‌ای که برای امیرعلی به مرور زمان ایجاد شده خیلی فرصت‌های جدید براش پیش آورده. مثلاً اگر برای سرمایه‌گذاری روی کاری نیاز به پول جمع کردن باشه، چه برای پروژه‌ی خودش چه سرمایه‌گذاری روی پروژه‌های دوستانش که الان دیگه میشناسدشون و به کیفیت کارشون ایمان داره، کافیه یک کلیک توی بانک مجازیش انجام بده. الان امیرعلی سهامدار دو تا استارت‌آپ باحال توی انگلیس و ژاپن. اون حتی روی تامین مالی نمایندگی یکی از دوستای طراحش توی پاریس هم شریک شده. حتی بعضی اوقات که می‌خواد چیزی بخره اما پولش تا آخر ماه کم هست، در عرض چند دقیقه پول از دوستاش جور میکنه و خریدش انجام میشه (P2P Lending).

بانک مجازیش همیشه سعی میکنه پول‌های خرد امیرعلی رو با سرمایه‌گذاری هوشمندانه زیاد کنه و خیلی وقتا همین موضوع ناجی امیرعلی بوده توی جاهایی که ولخرجی کرده!

در مورد موضوع مسافرت هم که خیلی برای امیرعلی مهمه، ولی به خاطر مشغله و همچنین هزینه‌های قبلاها نمی‌تونست راحت بهش فکر کنه، اوضاع خیلی بهتر شده. همین هفته‌ی پیش امیرعلی به پیشنهاد خوب برای مسافرت به پاریس که همیشه دوست داشت بره دریافت کرد. جالبه که هم جمع هزینه‌های سفر (هتل، تفریحات و حمل‌ونقل) براش مناسب بود و هم زمانش دقیقاً موقعی بود که امیرعلی حجم پروژه‌هاش کمتر بود، گروه موسیقی محبوبش هم توی اون شهر اجرا داشتن اولش فکر کرد تصادفیه ولی بعد متوجه شد که این پیشنهاد خوب در نتیجه‌ی تحلیل اطلاعات، براش پیدا شده. خوبی استفاده از این پلتفرم برای سفر اینه که بانک مجازیش همه جا همراه و دسترسشه برای همین حتی اگر هوس به کار جدید کرد یا ایده‌ی جدیدی به ذهنش رسید می‌تونه

توصیف کاربر بانک مجازی در چشم‌انداز

۱۰ ساله ایران

۲) سناریوی گرگ وال استریت

امیرعلی به تازگی از بانک مجازی استفاده می‌کند که می‌تونه باهاش همه کارهای مالی و تاحدی کارهای غیرمالیش رو انجام بده. برای همین منظور، امیرعلی دسترسی تمام اطلاعاتش رو به بانک مجازیش داده؛ اطلاعات تحصیلی، کاری، تخصصی، علایقش، دوستاش، پروژه‌هاش و شبکه ارتباطیش. البته اینکه بانکش از همه این‌ها استفاده کنه هنوز براش ملموس نیست اما حس می‌کند که کارهایی شاید بکنه. مثلاً برای پیدا کردن پروژه‌های جدید کاریش گزینه‌ای توی بانک مجازیش وجود داره اما اینکه پروژه خوب هست یا نه رو باید خودش بسنجه. یا مثلاً اگر نیاز به هم تیمی داشته باشه باید خودش به افرادی که توی شبکه ارتباطی بانک مجازیش هست پیام بده و ازشون بپرسه که علاقت هست مشارکت کنند یا نه؟ اما در کل، شبکه ارتباطیش رو تونسته به کمک این پلتفرم بزرگتر کنه، حتی چندتایی دوست هم توی کشورهای دیگه پیدا کرده که امیدواره شاید بتونن با هم در آینده پروژه مشترک انجام بدن.

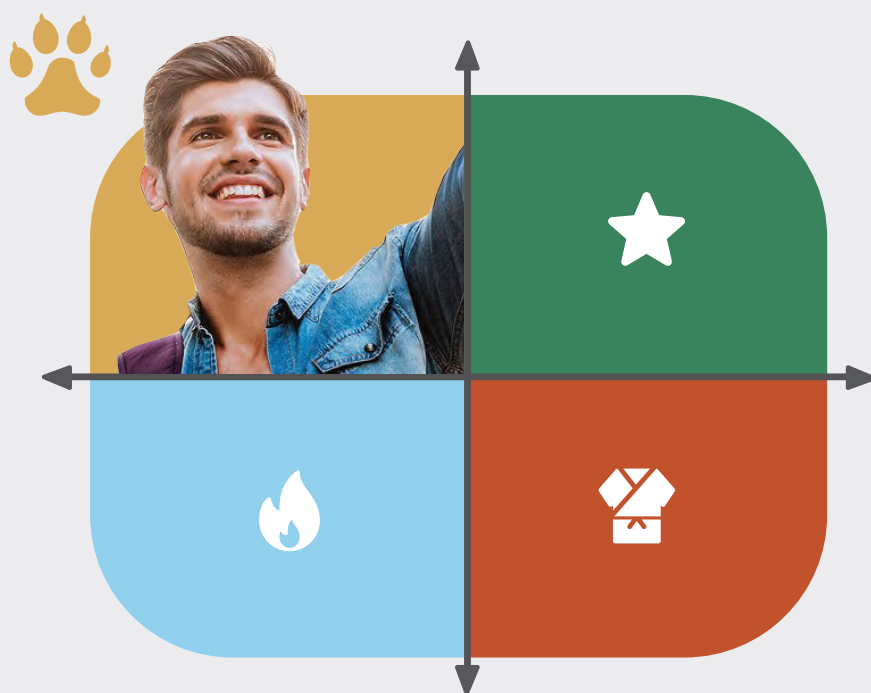
امکان دیگه‌ای که بانک مجازیش بهش میده این هست که می‌تونه از بین چند گزینه‌ای که برای سرمایه‌گذاری پیشنهاد میده هر کدوم رو که دوست داره انتخاب کنه و یجورایی سرمایه‌گذاری خرد داشته باشه. یا اگر به کمی پول نیاز داشته باشه در حد اینکه تا آخر ماه بخواد پس بده می‌تونه داخل شبکه دوستانش در بانک مجازی درخواست بده و از بین اون هایی که اعلام آمادگی کردن انتخاب کنه. راستی گزینه استفاده از رمزارزها برای پرداخت و جابجایی پول رو هم بانک مجازیش داره، البته هنوز محدودیت‌هایی داره و باید دقیق بگی که برای چه خرید یا استفاده‌ای می‌خوای و چرا با ارزهای معمول کارت رو انجام نمیدی. از کارهای دیگه‌ای که بانک مجازیش پیشنهاد میده استفاده از چند گزینه سفر هست که هر هفته ارائه می‌کنه. اینکه این گزینه‌ها برای امیرعلی مناسب هست یا نه بعضی اوقات اعصابش رو خورد

می‌کنه چون به بودجه‌اش نمی‌خوره اما بعضی اوقات هم پیشنهادهای مناسبی میده. همین هفته‌ی پیش امیرعلی به پیشنهاد خوب برای مسافرت به کیش دریافت کرد که هم با پس اندازش متناسب بود، هم زمانش خوب بود و هم چندتا گزینه تفریح مثل غواصی و جت اسکی که عاشقش بود داخل بسته هزینه‌ایش دیده شده بود. اولش فکر کرد تصادفیه ولی بعد متوجه شد که این پیشنهاد خوب در نتیجه‌ی تحلیل اطلاعات مربوط به خودش بوده و منطقی به نظر می‌رسه.

البته توی توضیحاتش نوشته اگر خواستی برنامه‌ات رو تغییر بدی حداقل ۴ ساعت قبل باید به پلتفرم خبر بدی یا اینکه اگر از یک روز قبل خبر بدی پیشنهادهای جذاب دیگه‌ای برات پیدا می‌کنم! روی بحث سلامت هم توصیه‌هایی بهش می‌کنه؛ مثلاً متوجه شده که چند روزیه امیرعلی برای ورزش کردن باشگاه نمیره و برای همین چند بار در روز نکات مرتبطی بهش یادآوری می‌کنه. یا مثلاً می‌گه شاید بد نباشه آخر این ماه یک آزمایشی بدی و مطمئن بشی همه چی مرتبه و اگر خواستی چندتا دکتر خوب هم سراغ دارم البته میدونم که اون دکتري که تو همیشه میرفتی توی پیشنهادهای من نیست.

یکی از دغدغه‌های دیگه امیرعلی این هست که پیشنهادهای تخفیف بیمه برای ماشینش رو پیدا کنه که از این جهت واقعاً بانک مجازیش خوب کمکش کرد و دیروز تونست با ۷۰ درصد تخفیف بخاطر سوابق رانندگیش، ماشینش رو بیمه کنه.

به نظر میاد بانک مجازیش بد نیست اما اگر گزینه بهتری رو پیدا کنه حتماً میره سراغش چون بعضی سرویس‌هاش هنوز خیلی جدید و نپخته هست. البته توی بررسی‌هایی که انجام داده گزینه خیلی بهتری هم هنوز وجود نداره. شاید اگر ساختار و فرهنگ کارمزد دادن برای سرویس‌ها منطقی‌تر بشه، سرویس‌های باکیفیت‌تری هم ارائه بشه.



توصیف کاربر بانک مجازی در چشم‌انداز

۱۰ ساله ایران

۳) سناریوی دود از کنده بلند همیشه

و خرج می‌کنه و همینطور پیشنهادهایی برای سرمایه‌گذاری خرد که میشه گفت جز جذاب‌ترین بخش‌های بانک مجازی امیرعلی هست. اما بانک مجازی امیرعلی کارهایی رو هم بصورت کاملاً اتوماتیک انجام میده، مثلاً پرداخت قبوض آب، برق، تلفن، گاز و اقساط وام‌هاش از جمله این موارد هست. از امکانات دیگه بانک مجازی امیرعلی این هست که برای افتتاح حساب جدید نیاز به حضور فیزیکی نداره و احراز هویت هم بصورت غیرحضوری انجام میشه و این خیلی امیرعلی رو خوشحال می‌کنه چون همین چند روز پیش بود که برای یک شراکت کوچیکی با دوستش باید حساب مشترک ایجاد می‌کردند؛ و خب اینجوری همه چی ساده‌تر شده.

یا مثلاً برای وامی که لازم داشتند با دوستش، هر دوشون درخواست اعتبارسنجی دادند، و بصورت غیرحضوری با ۱۰۰ میلیون تومان وام موافقت شده و البته گفته اگر خوش حساب باقی بموند می‌تونند تا شش ماه دیگه وام بزرگتری دریافت کنند.

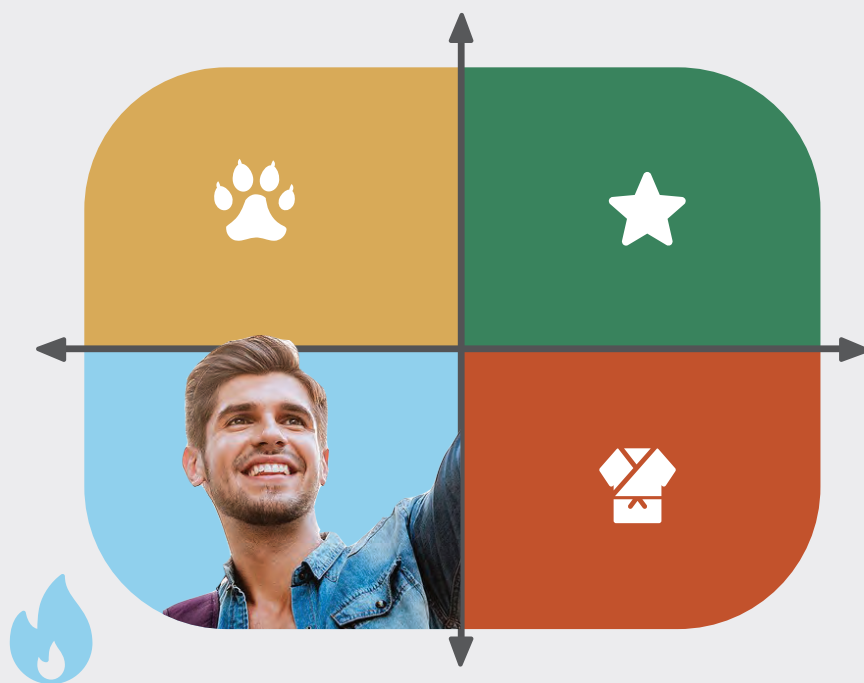
شاید یکی دیگه از نکات مثبت بانک مجازی جدید امیرعلی این باشه که دیگه از شر چندتا اپلیکیشن جابجایی پول راحت شده و خلاصه همه جابجایی‌های پولش با همین بانک مجازیش انجام میده و هر دفعه امتیازهایی هم میگیره که به کارنامه اعتباریش کمک می‌کنه.

در کل بانک مجازی جدید امیرعلی سرویس جذابتری از اپلیکیشن قبلی بانک خودش هست کمی کارهاش رو ساده‌تر می‌کنه اما شاید با اون چیزی که امیرعلی و هم نسل‌هاش انتظار دارند خیلی خیلی فاصله داره.

اینکه رقابت جدی هم بین بازیگران مختلف بانکی و غیربانکی وجود نداره، این شرایط رو تشدید می‌کنه. امیرعلی امیدواره تا چند سال بعد فضای ارائه سرویس، رقابتی تر بشه و خیلی کارهای بیشتری رو بتونه با بانک مجازی خودش انجام بده.

بانکی که امیرعلی برای کارهای معمولش ارزش استفاده می‌کرد، به تازگی یک پلتفرم جدید به نام بانک مجازی ارائه کرده. امیرعلی هم که عاشق ابزارهای جدید هست به محض باخبر شدن با کلی ذوق و شوق شروع به استفاده از اون کرد. توی این پلتفرم جدید صحبت از این هست که اگر اطلاعات رو به اشتراک بگذاری سرویس‌های مالی مناسب‌سازی شده برای شما ارائه می‌کنیم. امیرعلی هم دسترسی تمام اطلاعات مالیش رو به بانک مجازیش داده. اطلاعات حساب‌هاش، سهامش و سایر دارایی‌های مالیش. اینکه چقدر از اطلاعاتش برای شخصی‌سازی سرویس‌ها استفاده بشه، هنوز مطمئن نیست اما در کل نشونه‌هایی رو میبینه که براش امیدوار کننده است. اینجور پلتفرم‌های بانک مجازی تازه شروع شدن و در واقع خیلی هم باهم فرق خاصی ندارند. امیرعلی هم چون این پیشنهاد همون بانکی بود که توش حساب داشت شروع به استفاده ازش کرد. امیرعلی با خودش فکر می‌کنه اگر می‌شد که این بانک مجازی نقش مشاور و دستیار هوشمندش ایفا می‌کرد چقدر خوب می‌شد. یکی که بهش کمک کنه که تصمیمات سرمایه‌گذاری هوشمندانه‌تری بگیره و ارزش دارایی‌هاش حفظ بشه اما شاید انتظارش از این بانک مجازیش زیاد باشه!

یکی از سرویس‌هایی که بانک مجازی جدیدش ارائه می‌کنه این هست که اگر شش ماه رفتار مالی امیرعلی رو پایش کنه بعدش میتونه امیرعلی کارت اعتباری به اندازه ۵ برابر میانگین موجودی حسابش دریافت کنه. از طرفی امیرعلی انتظار داشت حداکثر ظرف یک ماه استفاده بتونه امکان دریافت کارت اعتباری داشته باشه. همینطور بانک مجازیش یک امکان مدیریت مالی شخصی داره که فقط خود امیرعلی باید هر روز بگه مخارجش صرف چه چیزهایی بوده و براساس اون‌ها هر ماه گزارش‌های تحلیلی بهش ارائه کنه که البته نکته جذابش اینه که توصیه‌هایی رو برای مدیریت بهتر دخل



توصیف کاربر بانک مجازی در چشم‌انداز ۱۰ ساله ایران

۴) سناریوی بازگشت بروسلی

حتی اخیراً چند تا پروژه کوچک خارجی بهش پیشنهاد داد و دریافت پولش رو هم با کمک سرویس‌های رمزارز خودش مدیریت کرد.

پروژه‌ای که امیرعلی دوست داره برای خودش دنبال کنه نیاز به جذب سرمایه داشت. در نتیجه به کمک بانک مجازیش به دوستان و آشناهاش در شبکه ارتباطیش پیام داد و چون خیلی از اون‌ها امیرعلی رو خوب می‌شناسند (به کمک بانک مجازی خودشون)، در عرض چند ساعت سرمایه ۵ میلیارد تومانی موردنیازش جذب شد. حتی بعد از چند ماه با توجه به رفتار اعتباری خوبی که از خودش نشون داد، چند سرمایه‌گذار جدید هم بهش پیشنهاد دادن.

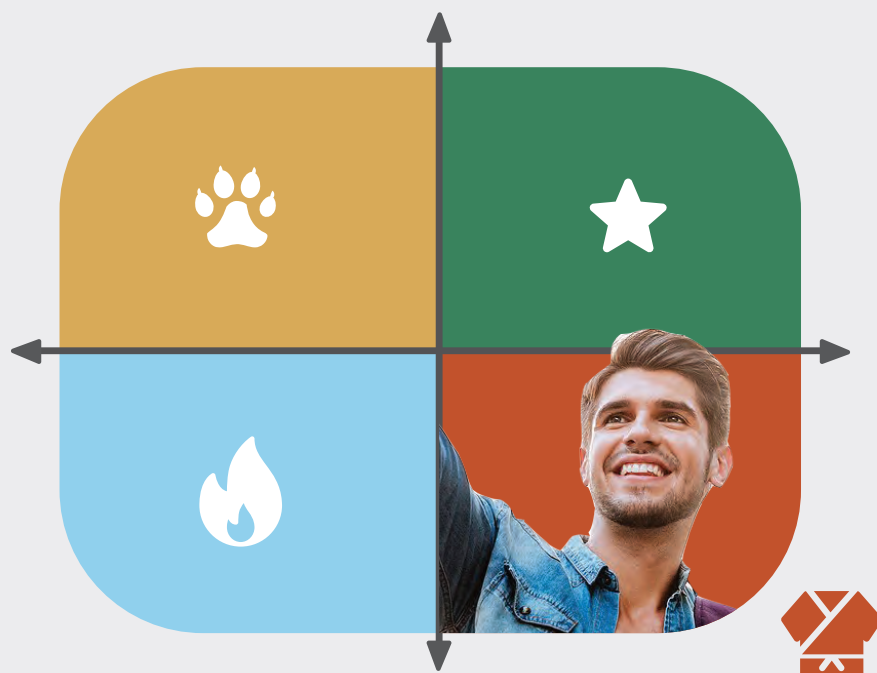
شاید براتون جالب باشه که امیرعلی تا همین یک سال پیش همیشه برای دخل و خرج خودش و عدم مدیریت مناسب هزینه‌هاش مشکل داشت اما بعد از استفاده از بانک مجازی فعلیش، هر ماه پس انداز هم می‌کنه. تازه بانک مجازی امیرعلی برای پروژه‌ش که دیگه کم‌کم داره تبدیل به یک شرکت میشه کلی پیشنهادهای حقوقی و مالیاتی ارائه کرده و به این جمع‌بندی رسیده که بهتره سه ماه تاسیس شرکتش رو به تعویق بندازه تا بتونه از چند تا قانون جدید و قوانین حمایت از شرکت‌های دانش بنیان استفاده کنه.

سرویس جدید دیگه‌ای که بانک مجازیش بهش ارائه کرده براساس همکاری با چند تا فینتک هست. خیلی از چالش‌هایی که برای تاسیس شرکتش داشت از نرم افزارهای موردنیاز یا سرویس‌های مالی موردنیاز رو از طریق بانک مجازی خودش قراره دریافت کنه. حتی بانک مجازیش با چند تا فروشگاه خرده فروشی هم وارد قرارداد شده و براساس تحلیلی اعتباری امیرعلی بهش کارت اعتباری و امکان استفاده از تخفیف‌های ویژه میده.

یجورایی میشه گفت که امیرعلی بدون اجازه بانک مجازیش برای امور مالی خودش حتی آب هم نمی‌خوره. هر روز سرویس‌های جدیدتر و جذاب‌تری به بانک مجازیش اضافه میشه چرا که بانک مجازی امیرعلی هم خوب میدونه اگر اینکار نکنه امیرعلی میره سراغ رقبای خودش.

امیرعلی از بانک مجازیش برای همه فعالیت‌های مالیش استفاده می‌کنه. از مدیریت دارایی‌هاش گرفته تا همه پرداخت‌ها و امور مالی مختلف. مزیتی که بانک مجازیش داره اینه که بهش کمک می‌کنه تا همه جنبه‌های مالی زندگیش رو به صورت یکپارچه مدیریت کنه. برای اینکار امیرعلی دسترسی تمام اطلاعات مالیش رو به بانک مجازیش داده. اطلاعات حساب‌هاش، سهام‌هاش و سایر دارایی‌های مالیش. جالبه که خیلی از دوستان و همکاراش هم اینجا هستن، اینجا به فضای گروهی هست که به قدری فراگیر شده که اگر عضوش نباشی انگار اصلاً وجود نداری. البته جالبه که بانک مجازی‌های مختلف پیشنهادهای خیلی متفاوت و متنوعی میدن اما امیرعلی طی یکسال گذشته مشتری پروپاقرص این بانک مجازی شده چون سرویس‌هایش با نیازهای امیرعلی تطابق بیشتری داره اما مثلاً دوستش که یک هنرمند هست نیازمندی‌های متفاوتی داره و از بانک مجازی دیگه‌ای استفاده می‌کنه. از دلیل‌هایی که استفاده از این پلتفرم برای امیرعلی جذابه اینه که نیاز به یه دستیار و مشاور باهوش و به‌روز رو توی زمینه‌های مالی و سرمایه‌گذاری زندگیش حس می‌کرد. یکی که بهش کمک کنه تصمیمات سرمایه‌گذاری و خریدهاش با دقت و اطمینان بیشتری بگیره. ارزش دارایی‌هاش حفظ بشه و رشد و پیشرفتش توی این فضایی که قوانین حاکم بر فضای مالی و بانکی غالباً متغیره کمکش کنه.

امیرعلی مدت زیادی بود که می‌خواست روی پروژه‌ی خودش کار کنه اما به دلیل وابستگی زیادش به حقوق ثابت و ساعات زیاد کاریش نمی‌تونست این کارو انجام بده. اما بالاخره داره وقتش میشه، چرا که با استفاده از مشاوره‌های مالی بانک مجازیش و سرمایه‌گذاری‌هایی که براش انجام میده، تونسته بخشی از هزینه‌هاش رو اینجوری پوشش بده و در نتیجه ساعات کاریش رو کاهش بده و روی پروژه خودش کار کنه. در واقع بانک مجازی امیرعلی پیشنهادهای خیلی جذابی برای سرمایه‌گذاری و رشد ارزش دارایی‌هاش به امیرعلی ارائه میکنه و هر چقدر هم که میگذره متناسب‌تر با خواسته‌ها و علایق و ریسک‌پذیری امیرعلی میشه.



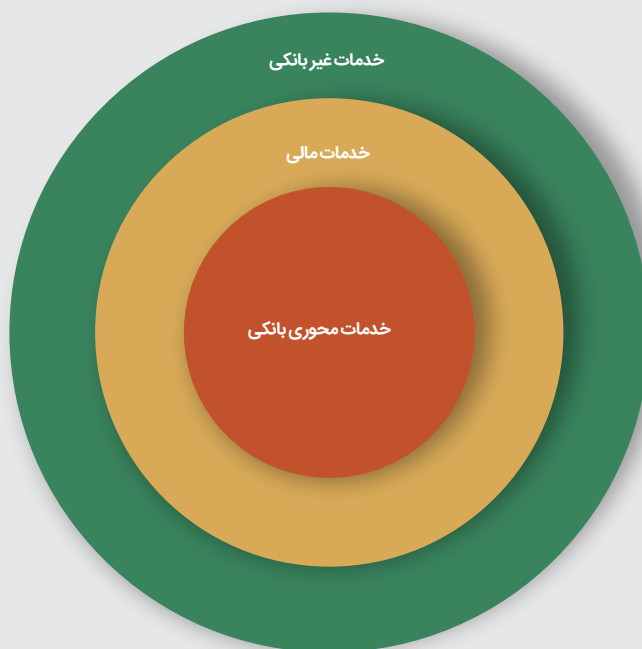
تبیین سناریوهای تحقق بانک مجازی در ایران به زبانی دیگر

دو سوال بسیار مهمی که سازمان‌ها و افرادی که در صدد تحقق بانک مجازی هستند، بایستی بدان‌ها پاسخ دهند به شرح زیر است:

- چه خدماتی را باید پوشش داد؟
- چگونه این خدمات را به کاربر ارائه کرد؟

نظرات مختلفی مبنی بر اینکه بانک مجازی آتی در ایران باید چه طیفی از خدمات را پوشش دهد، وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر است:

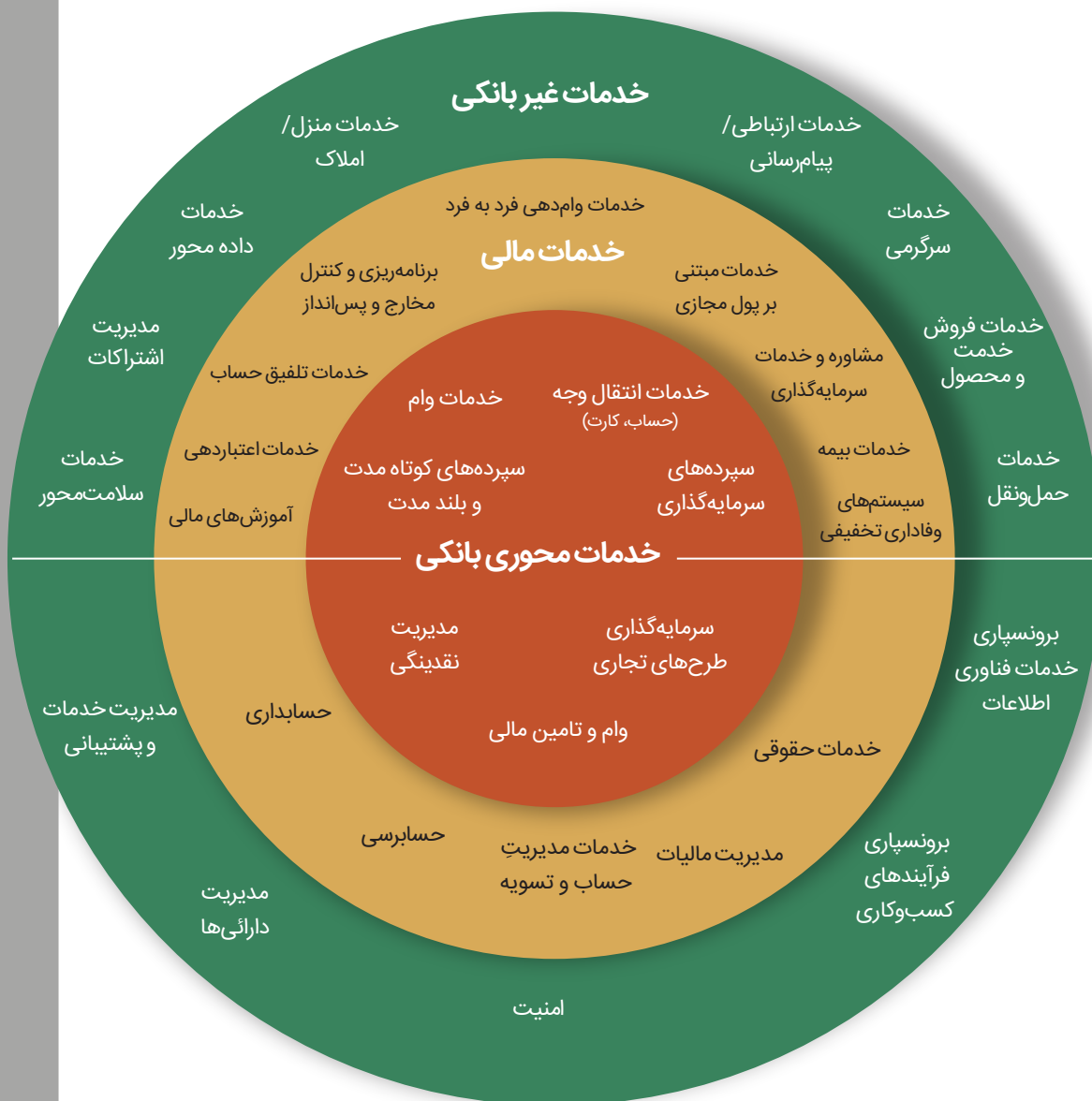
- ارائه خدمات محوری بانک‌های سنتی در قالب کاملاً مجازی
- ارائه خدمات محوری بانک‌ها به علاوه خدمات مالی دیگر
- ارائه طیف گسترده‌ای از خدمات بانکی و غیر بانکی که تمام زوایای سبک زندگی کاربران را پوشش دهد.



اکوسیستم‌های مختلف کسب و کاری
(از فضای بانکی تا فضای غیر بانکی)

اینکه بانک مجازی بالقوه در ایران چه طیف و ترکیبی از خدمات را پوشش دهد، رویکردی است که متناسب با رویکرد استراتژیک (متاثر تحلیل از آینده) و ظرفیت‌های بالفعل و بالقوه هر گروه و مجموعه‌ای قابل اتخاذ است.

مدل‌های کسب‌وکاری B2C



مدل‌های کسب‌وکاری B2B

توضیح شکل:

این شکل از مقاله Six digital growth strategies for banks که توسط McKinsey تهیه شده، الهام گرفته شده و برای بازار ایران متناسب‌سازی شده است.

مرجع: تحلیل و بررسی شرکت ارتباط فردا

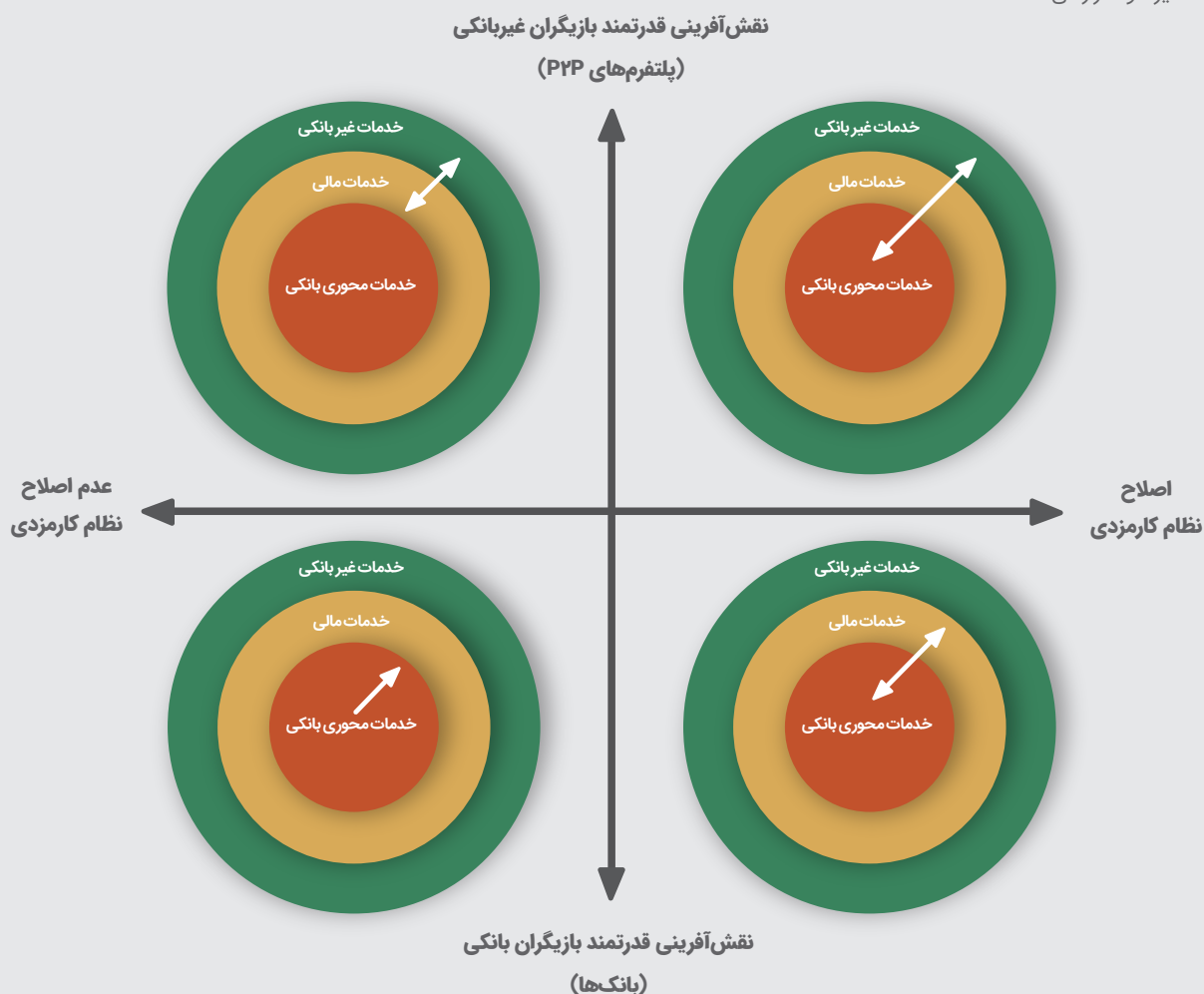
با توجه به فضای سناریوهای ترسیم شده در صفحات قبلی، به نظر می‌رسد نحوه تحقق بانک مجازی متناسب با شرایط حاصل از وقوع عدم قطعیت‌ها در سناریوهای مختلف، به صورت مقابل خواهد بود.

سناریوی "آرمان شهر هینجاست"

در این سناریو بر این باوریم که بانک مجازی موفق، بانکی است که هم خدمات مالی را پوشش می دهد و هم خدمات غیرمالی. در واقع بانک مجازی مفهومی فراتر از خدمات محوری بانکی بوده و همچنین ارائه دهنده این خدمات، ژن بانکی ندارد یا به تعبیر دیگر بانکی به معنای امروز نیست. خدمات مالی و بانکی ارائه می شود اما نه بوسیله یک بانک یا موسسه مالی! در این سناریو بانک همه جوانب زندگی افراد را تحت تاثیر خود قرار می دهد.

سناریوی "گرگ وال استریت"

در این سناریو بر این باوریم که پلتفرم هایی که در سطح خدمات غیر مالی موفق بوده اند و دارای بستر کاربر فعال هستند، بازار و خدمات خود را به خدمات مالی گسترش داده و نه تنها کاربران خود را با خدمات جدید راضی تر می کنند، بلکه اقدام به جذب کاربران جدید می نمایند.



سناریوی "بازگشت بروسلی"

در این سناریو بر این باوریم که برای پاسخ مناسب و متناسب به نیازهای کاربران آینده، بایستی نه تنها خدمات سنتی بانکداری به صورت کاملاً مجازی ارائه گردد، بلکه خدمات مکمل مالی نیز در همان بستر و به صورت یکپارچه در اختیار کاربران گذاشته می شود. به طوری که کاربر بر روی ابعاد مختلف زندگی مالی-بانکی خود مسلط بوده و از حداکثر ظرفیت زندگی مالی خود بهره مند می گردد.

سناریوی "دود از کنده بلند میشه"

در این سناریو بر این باوریم که خدمات بانک های سنتی بایستی متناسب با تغییرات جهان اطراف، به صورت کاملاً مجازی و در بستر موبایل و اینترنت به کاربران ارائه گردند. به گونه ای که دیگر کاربر به هیچ عنوان نیاز به مراجعه حضوری برای انجام کار بانکی نداشته باشد. اما آنچه به مشتری ارائه می شود چیزی فراتر از پاسخ به نیازهای محوری بانکی نیست.

در جهت تحقق بانک مجازی چه باید کرد؟

اپل، آمازون، فیسبوک و گوگل است چرا که داشتن حجم بزرگی از داده‌های مشتری، سرمایه و نیروی کار عواملی هستند که باعث می‌شود یک کسب و کار در بخش بانکداری به راحتی با سایر رقبا رقابت کند. این احتمال وجود دارد که در بازه زمانی بلند مدت تمامی نیازهای بانکی-مالی کاربران توسط پلتفرم‌های غیربانکی و غیرمتمرکز (پلتفرم‌های P2P) برطرف گشته و بانک‌ها ارتباط حداقلی با کاربران داشته باشند و گستره کارشان محدود گردد. از سوی دیگر این تئوری دقیقاً به صورت برعکس نیز مطرح است؛ به این معنا که بانک‌ها پا را فراتر گذاشته و ظهوری دوباره داشته و خدمات غیر مالی را نیز در سبد خود قرار داده و به کاربران ارائه دهند.

پیشنهاد ما در انتها، تاکید و یا تکرار چند نکته است که فکر می‌کنیم برای هر فرد یا سازمانی که به تاسیس بانک مجازی در ایران می‌اندیشد، کمک کننده است.

همانطور که ملاحظه شد، چهار سناریو متفاوت را برای آینده بانک مجازی در افق ۱۰ ساله ایران توصیف کردیم. تلاش‌مان بر این بود تا نشان دهیم که با احتمال زیادی در ۱۰ سال آینده، بانک‌هایی به شکل امروزی یا بسیار کمرنگ می‌شوند و یا وجود نخواهند داشت. در صورت وجود هم تغییرات بسیار زیاد و اساسی در ماهیت خود و نحوه پاسخ به نیازهای مشتریان دور از ذهن نیست. تعبیری وجود دارد مبنی بر اینکه در آینده "بانک‌ها نامرئی خواهند بود"؛ به عبارت دیگر، خدمات مالی و بانکی نیاز انسان‌های سال‌های آتی نیز خواهد بود، اما اینکه چه کسی و چگونه آن‌ها را پاسخ می‌دهد، شاید جوابش یک بانک یا موسسه مالی نباشد.

مدیرعامل رولوت Revolut معتقد است که دیگر کسب‌وکارهای مشابه (فینتک‌ها و بانک‌ها) چندان رقیب سختی به شمار نمی‌آیند، بلکه به نظر او رقیب اصلی بانک‌های مجازی، شرکت‌های بزرگی مانند

۱) اینکه کدام سناریو (از سناریوهای چهارگانه آرمان شهر، گرگ وال استریت، دود از کنده و یا بازگشت بروسلی) احتمال تحقق بیشتری دارد از نقطه نظر افراد، سازمان‌ها یا کسب‌وکارهای مختلف می‌تواند متفاوت باشد.

۲) ما بر این باوریم که این چهار سناریو هر یک بصورت مستقل احتمال تحقق زیادی دارند و تلاش کرده‌ایم تا بگونه‌ای آن‌ها را بنیان بگذاریم که احتمال وقوع هر چهار مورد با تقریب خوبی یکسان باشد. اما طبیعی است که برخی سناریوها مرجح هستند و برخی نامطلوب؛ این بسته به خواننده آن‌ها است که اگر احتمال وقوع سناریویی را بیشتر از دیگری می‌داند و برایش نامطلوب است، برای آن برنامه‌ریزی مقتضی کند. یا اگر سناریویی را بیشتر دوست دارد که محقق شود، برای تحققش برنامه‌ریزی کند.

۳) هر یک از سناریوها تفکر راهبردی متفاوتی را طلب می‌کند. برای مثال بازیگران موفق سناریوی آرمان شهر، اغلب ارائه‌دهندگان سرویس‌های غیر مالی کنونی هستند که در شرایط و خدمات مورد نیاز زندگی آدم‌ها موثرند. یا بازیگران موفق سناریو بازگشت بروسلی، بانک‌ها و فینتک‌هایی هستند که خدمات مالی علاوه بر خدمات معمول بانکی فعلی ارائه می‌کنند. چنین تحلیل‌هایی می‌تواند برای تصمیمات راهبردی امروز ما اثرات کلیدی داشته باشد.

۴) نسل زد یا اینترنت، مخاطبان اصلی بانک مجازی ۱۰ سال آینده ایران خواهند بود، پس تا می‌توانیم بایستی شناخت دقیق تری از ویژگی‌ها و سلیقه آن‌ها (امثال امیرعلی سناریوهای ما) بدست آوریم.

۵) بر این باوریم که بانک مجازی موفق ایرانی بر اساس پنج شاخصی که در جغرافیاهای مختلف بحث کردیم، بانکی است که یکپارچگی در ارائه خدمات جدید و تجربه کاربری کاملاً متفاوت دارد. شاید بتوان گفت که ما برای ساختن بانک مجازی موفق ایرانی، در کنار افراد خبره در حوزه بانکداری، به طراحان قدرتمند و هنرمند نیازمندیم.

۶) اینکه بانک مجازی چه مفهومی دارد، از نظر ما مفهومی انتزاعی و غیرمشخص در امروز است. چهار سناریوی تدوین شده، هر یک مفهومی از بانک مجازی را به ظهور می‌رسانند. اینکه فرض کنیم امروز همه‌مان درک و برداشت مشترکی از مفهوم بانک مجازی داریم، از نظر ما گفتمان دقیقی محسوب نمی‌شود.

۷) مطالعات و آزمایشات دانشمندان حکایت از آن دارد که بخشی از مغز ما که به گذشته می‌اندیشد، دقیقاً همان بخشی است که به آینده می‌اندیشد؛ و به همان اندازه که می‌تواند گذشته را تصور و مرور کند، آینده را نیز می‌تواند به تصویر بکشد. اما اغلب انسان‌ها از چنین قابلیت‌هایی بی‌اطلاع‌اند و یا کمتر از آن بهره می‌جویند. آنچه در این مستند ارائه شد، تلاشی بود برای استفاده از چنین ظرفیتی در مغز و ذهن انسان. طبیعی است که نگارندگان پیشگو نبوده و ممکن است با آینده‌هایی کاملاً متفاوت از گزاره‌های این سناریوها مواجه شویم.

منابع و مراجع

برای نگارش این گزارش از منابع و مراجع گسترده‌ای بهره گرفته شده است که برخی از مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر است:

وزارت امور اقتصاد و دارائی، معاونت امور بانکی، بیمه و شرکت‌های دولتی (۱۳۹۸)، بانکداری آینده و تحول دیجیتالی؛ رویکرد سیاستی و چارچوب استقرار مبتنی بر پارادایم اقتصاد هوشمند.
بانک مرکزی، مدیریت کل پولشویی مقررات، مجوزهای بانکی و مبارزه (۱۳۹۰)، آئین‌نامه تاسیس و فعالیت بانک‌های مجازی.
شناسایی روندها و سناریوهای آینده نظام بانکی ایران (۱۳۹۸)، سعید علی حسنی و همکاران، فصلنامه علمی - پژوهشی سیاستگذاری عمومی.

World Economic Forum (2015); The Future of Financial Services; How disruptive innovations are reshaping the way financial services are structured, provisioned and consumed.

Wavestone (2018), Virtual Banking and Open Banking: Comparing Digital Disruptions Across The World.

Deloitte (2019); The future of digital payments Choices to consider for a new ecosystem.

Goldman Sachs (2019); The Rise Of Chinese Fintech, Lessons For The United States.

MEDICI (2019); Neo Banks, A Global Deep Dive.

Deloitte (2017); Beyond Fintech: Eight Forces That Are Shifting The Competitive Landscape.

KPMG (2019); the future of digital banking.

Sreda (2018); Digital Banks For Makers And Doers.

CGAP (2017); China's AliPay and WeChat Pay: Reaching Rural Users.

World Economic Forum (2017); Beyond Fintech, A Pragmatic Assessment Of Disruptive Potential In Financial Services.

Accenture (2017); Driving The Future Of Payments, 10 mega trends.

BearingPoint Institute (2015); 7 digital questions for banks.

Oliver Wyman (2017); Fintech In China Hitting The Moving Target.

McKinsey (2017); Six digital growth strategies for banks.

Ernst & Young (2019); Global Fin-Tech Adoption Index.

www.finder.com

www.way2pay.ir

www.fidor.de

www.n26.com

www.revolut.com

www.mybank.eu

www.webank.com

www.simple.com

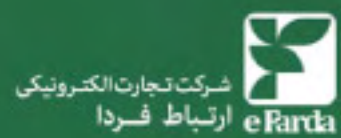
www.chime.com

www.kakaobank.com

www.kbanknow.com

www.monzo.com

www.paytmbank.com



شرکت ارتباط فردا از سال ۱۳۸۹ فعالیت خود را به عنوان یک شرکت متمرکز بر نوآوری در حوزه تجارت الکترونیکی آغاز کرده است و زمینه اصلی فعالیت آن فناوری‌های مالی، پرداخت الکترونیکی و بانکداری دیجیتال (مجازی) است.

www.efarda.ir