

راهنمای کامل طراحی و ساخت نئوبانک در عصر دیجیتال

نئوبانک

علیرضا ماهیار، محمدسعید خجسته

سلیل راویندران



بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ



The mark of
responsible forestry
FSC® C009732

عنوان و نام پدیدآور: نئویانک ۲۰، راهنمای کامل طراحی و ساخت نئویانک در عصر دیجیتال

نویسنده: سلیل راویندران

ترجمه: علیرضا ماهیار، محمد سعید خجسته

مشخصات نشر: تهران: راه پرداخت، ۱۴۰۲.

مشخصات ظاهری: ۱۷۰ ص: ۲۴۵×۱۷۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۷۶-۷

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: عنوان اصلی: Building the AI bank of the future.

موضوع: بانکداری اینترنتی - نوآوری - نوآوری - نوآوری - نوآوری - نوآوری
Internet banking - Technological innovations

موضوع: بانکداری اینترنتی - خدمات مشتری
Internet banking - Customer services

موضوع: بانکداری اینترنتی - داده پردازش
Internet banking - Data processing

موضوع: بانک و بانکداری - نوآوری - نوآوری - نوآوری
Banks and banking - Technological innovations

شناسه افزوده: ماهیار، علیرضا

شناسه افزوده: خجسته، محمد سعید

رده بندی کنگره: ۷/HG۱۷۰۹

رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۲۸۹

شماره کتابشناسی ملی: ۹۰۳۶۷۸۹

راهنمای کامل طراحی و ساخت نئوبانک در عصر دیجیتال

نئوبانک

علیرضا ماهیار، محمدسعید خجسته

سلیل راویندران





عنوان: نئوبانک ۲۰

ناشر: راه پرداخت

نویسنده: سلیل راویندران

مترجمان: علیرضا ماهیار، محمدسعید خجسته

ویراستار ارشد: مینا والی

ویراستار محتوایی: قاسم سرافرازی

ویراستار ادبی: یلدا شایسته‌فر

بازبینی نهایی متن: رضا قربانی

صفحه‌آرا: علیرضا کیوان، حمید ابراهیمی

ناظر چاپ: قادر شهبازی

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۰۲-۷۶-۷

تلفن: ۰۲۱-۴۴۴۳۹۶۶

دورنگار: ۸۹۷۸۴۹۰۲

ایمیل: publisher@way2pay.press

وبسایت: way2pay.press

لیتوگرافی: هنر اشکان

چاپ و صحافی: واژه

همه حقوق چاپ و نشر این اثر برای «انتشارات راه پرداخت» محفوظ است. هرگونه تکثیر، انتشار و بازنویسی این اثر یا قسمتی از آن به هر شکل و شیوه (چاپی، صوتی، ویدئویی، دیجیتال و...) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

فروشگاه انتشارات راه پرداخت نشانی: تهران، جنت‌آباد جنوبی، خیابان لاله غربی، روبه‌روی پاساژ سمرقند، خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸

فهرست مطالب

۱۲

مقدمه

۱۶

عصر بانکداری دیجیتال

- ویژگی نئوبانک‌های تماماً دیجیتال
- فهرست نئوبانک‌ها
- رشد نئوبانک‌ها در طول سال‌ها
- تحلیل تأمین مالی
- پانزده نئوبانک برخوردار از بیشترین تأمین مالی

۲۹

فناوری/راهکارهای بانکداری متمرکز

- راهکارهای بانکداری متمرکز به کارگرفته‌شده توسط نئوبانک‌ها
- نئوبانک‌هایی که از بانکداری باز بهره می‌برند
- مطالعه موردی: بانک فیدور

۳۹

بررسی رشد از طریق مشارکت

- تداوم مشارکت (اینفوگرافیک)
- مشارکت نئوبانک و بانک سنتی
- مشارکت نئوبانک و فین تک

۴۱

نئوبانک‌ها در سطح جهان: تحلیل منطقه‌ای

- نئوبانک‌ها: تحلیل منطقه‌ای
- بررسی عمیق جغرافیایی

۶۹

میدان‌های نبرد در حال ظهور برای نئوبانک‌ها

- برزیل
- هند
- مکزیک
- آمریکا
- استرالیا

۷۵

فهرست نئوبانک‌های مستقل

۸۴

نئوبانک‌های برجسته جهانی: بررسی عمیق

- تصویری از نئوبانک‌های پیشرو
- معیارهای ارزیابی: تحلیل رقابتی
- مطالعه موردی

۱۱۵

تحلیل بخش بندی شده از نئوبانک‌های جهانی پیشرو

- تحلیل رقابتی از بازیگران چالشگر برجسته

۱۱۴

نئوبانک‌هایی که به بخش محروم اقتصاد خدمت‌رسانی می‌کنند

- ارزش افزوده نئوبانک‌ها برای مشتریان محروم از خدمات بانکی
- مطالعه موردی

۱۲۶

مانور متقابل توسط بانک‌های سنتی

- نوآوری‌های دیجیتال توسط بانک‌های سنتی
- تحلیل جهانی پیشنهاد محصولات تماماً موبایلی بانک‌های سنتی
- فهرست نوآوری‌های دیجیتال توسط بانک‌ها
- مطالعه موردی: جی‌پی مورگان؛ شکست
- فین (Finn): یک تولد و دیگر هیچ
- ذی‌نفعان نئوبانک‌ها؛ آیا این راه درست است؟

۱۳۰

فهرست نوآوری‌های دیجیتال بانک‌ها

۱۴۰

نتیجه‌گیری

بانک‌های سنتی

- بانک‌های سنتی که با تهدیدهای نئوبانک‌ها دست‌وپنجه نرم می‌کنند
- مرز بانک‌های سنتی در کجاست

نئوبانک‌های مستقل

- فین تک‌های رشد یافته در حال تبدیل شدن به بانک هستند: آرایش ساختاری جدیدی در حال شکل‌گیری است
- چرا به دست آوردن مشتری مهم‌تر بوده و می‌تواند یک مزیت برنده ایجاد کند اما سودآوری هم مهم است
- نئوبانک‌های مستقل تثبیت شدند، اکنون چه خواهد شد؟
- نئوبانک‌ها: مقاومت در برابر طوفان کووید-۱۹

۱۵۳

چشم‌انداز آینده

یادداشت مترجم

علیرضا ماهیار

بانک‌ها به‌عنوان نهاد ارائه‌دهنده نیازهای مالی جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای در وضعیت اقتصادی کشورها دارند. به میزان توسعه‌یافتگی این نهادها، چرخه اقتصادی با بهره‌وری بیشتری در گردش خواهد بود. در سال‌های اخیر با توسعه فناوری‌های نوین و همچنین توسعه شرکت‌های نوآور استارت‌آپی روش‌های ارائه خدمات بانک‌ها نیز دچار تغییر و تحول زیادی شده که به ظهور مدل‌های کسب‌وکار مستقل و نوآور در زمینه خدمات بانکی و مالی انجامیده است.

نئوبانک‌ها در کمتر از ۱۰ سال توانسته‌اند با اتکا به فناوری و ارائه راهکارهای نوآورانه به رقبای جدی‌ای برای بانک‌ها تبدیل شوند. موضوعی که کمتر کسی می‌توانست پنج سال پیش‌تر در ایران، حتی به‌عنوان فرضیه به آن فکر کند. اما در حال حاضر دیگر به این پدیده به‌عنوان یک فرض محال نگریده نمی‌شود و در حقیقت در حال تکامل و تبدیل شدن به بخشی از زندگی روزمره ماست. سرعت رشد این پدیده به شکلی بوده که همه مؤسسات مالی و بانکی به‌نوعی به دنبال پیاده‌سازی آن در مجموعه خود هستند.

نئوبانک‌ها خدماتی مانند ایجاد و فعال کردن حساب بانکی، پرداخت قبوض و انتقال پول، خدمات وام‌دهی (لندتک)، سرمایه‌گذاری (ولت‌تک)، بیمه‌های متنوع با شیوه زندگی (اینشورتک) و دیگر خدمات مشابه را مستقیماً از طریق تلفن هوشمند و دیگر پلتفرم‌های دیجیتال ارائه می‌دهند. برخلاف بانک‌های سنتی مختلف، این بانک‌ها درصد کاهش یا حذف شعب فیزیکی هستند. این پلتفرم‌ها بیشتر نسل‌های جوان را بازار هدف خود قرار داده‌اند؛ چراکه آن‌ها بیشتر بانک‌های مدرن پلتفرمی را می‌پذیرند.

با توجه به جدید بودن موضوع نئوبانک‌ها در ایران، کتاب نئوبانک ۲۰۰ با هدف ارائه شناخت بیشتر به فعالان صنعت بانکی ترجمه شده تا مسیر توسعه آن را در کشورمان هموارتر و بهینه‌تر کند. ویژگی اصلی کتاب بررسی عمیق مدل‌های کسب‌وکار نئوبانک است. همچنین وضعیت حال و آینده نئوبانک‌ها در این کتاب بررسی شده و مقایسه تطبیقی بین ویژگی‌های کاربردی کسب‌وکارهای فعال این حوزه انجام گرفته است. مهم‌تر از همه فرصت‌های توسعه آن در قالب مطالعه راهبردی ارائه شده است.

بررسی‌های انجام‌گرفته در این کتاب مبتنی بر داده‌های میدانی بیش از ۱۰ هزار کسب‌وکار صنعت فین‌تک است که به‌صورت کمی و کیفی گردآوری شده‌اند. این حجم از داده‌ها به نویسندگان این امکان را داده تا روندهای حال و آینده این حوزه را با دقت بالایی بررسی و تحلیل کنند.

مطالعه انجام‌شده در کتاب نشان می‌دهد فرصت‌های بسیاری برای همکاری بین بانک‌های بزرگ و استارت‌آپ‌های حوزه فین‌تک وجود دارد که می‌تواند به هم‌افزایی زیادی در ارائه خدمات مدرن به مشتریان منجر شود و منافع مشترک بسیاری برای طرفین داشته باشد. چالش اصلی در همکاری بین بانک‌ها و شرکت‌های کوچک قوانین و مقررات دست‌وپاگیر و مدل ذهنی مدیران سنتی است که امید است با توسعه مفاهیم و گسترش ادبیات در این زمینه گام‌های مؤثری برداشته شود.

به امید رونق بانکداری مدرن و نوآورانه در کشور عزیزمان.

یادداشت ناشر

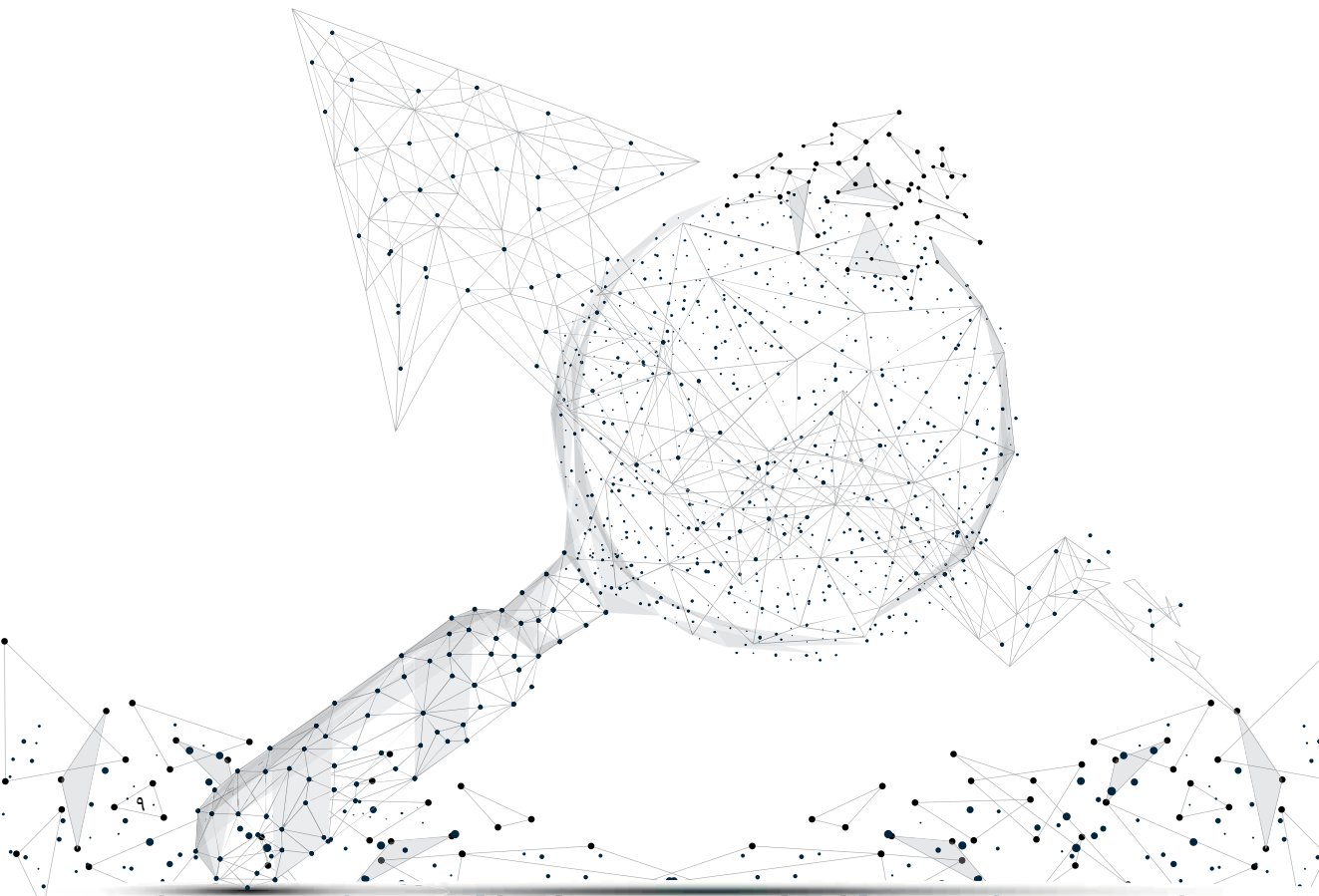
رضا قربانی - انتشارات راه پرداخت

فین تک در سال‌های اخیر به‌مرور جای خودش را در میان فعالان مالی کشور پیدا کرده است. امروز هر سه بخش اصلی صنعت مالی متوجه شده‌اند فناوری و نوآوری چگونه در حال دگرگونی زیرساخت‌هایی هستند که در ثبات آن‌ها شکی نبود. بانکداری و پرداخت ایران در زمینه رشد کسب و کارهای فین تک پیشگام‌تر از دو بخش بورس و بیمه بوده؛ ولی حتی این دو بخش هم در سال‌های اخیر تلاش کردند عقب‌ماندگی‌های خود را جبران کنند. با همه این احوال، بخش بانکداری و پرداخت علاوه بر اینکه مزیت پیشگامی را داشته، شاهد رشد و سهم‌گرفتن بیشتری توسط کسب و کارهای فین تک هم بوده است. اگر از بخش پرداخت بگذریم که در سال‌های اخیر با وجود همه محدودیت‌ها رشد قابل قبولی داشته و اگر از بخش رمزارزها بگذریم که در سال‌های اخیر با وجود همه محدودیت‌ها رشد کرده و از بخش‌هایی مثل لندتک‌ها هم بگذریم؛ شاید به جرئت بتوانیم بگوییم جذاب‌ترین بخش فین تک در یکی، دو سال اخیر نئوبانک‌ها بوده‌اند. نئوبانک‌ها در چند سال اخیر توانسته‌اند به جریان اصلی بانکداری ایران راه یابند؛ هرچند با وجود آیین‌نامه بانکداری مجازی با بیش از ۱۰ سال سابقه که در گنج‌های بانک مرکزی خاک می‌خورد، هنوز هیچ چهارچوب و مجوزی برای نئوبانک‌ها تعریف نشده است. البته این عدم تعریف چهارچوب و مجوز تا اینجای کار مانعی جدی بر سر راه شروع فعالیت نئوبانک‌ها نبوده است. با وجود همه محدودیت‌ها در سال‌های اخیر چند بانک زیرساخت‌شان را در اختیار چند نئوبانک قرار داده‌اند و توانسته‌اند در بازار جذاب ایران تا حدی «نفوذ در بازار» قابل قبولی داشته باشند.

با این وجود تا زمانی که چهارچوب‌های قانونی نئوبانک‌ها در ایران مشخص نشود، نمی‌توان به آینده این کسب و کارها امیدوار بود و رشد آن‌ها محدود و گلخانه‌ای خواهد بود. بانکداری ایران بیش از حد شعبه‌محور است و وابستگی بانک‌ها به دارایی‌هایی از جنس املاک و مستغلات باعث شده نئوبانک‌ها برای بانک‌ها جذابیتی بیش از برنדיنگ نداشته باشند. ولی آنچه نباید از نظر دور داشت، این است که آینده بانکداری در گرو درک فناوری و تغییر بر مدار نوآوری است. اگر با نگاه به امروز و سود کوتاه‌مدت زمینه‌های دگردیسی در دنیای بانکداری را فراهم نکنیم، در آینده نزدیک شاهد ویرانه‌هایی خواهیم بود که برای بازطراحی آن‌ها نیاز به هزینه‌های بسیار گزافی خواهیم داشت.

نئوبانک‌ها ممکن است به مثابه یک تب به نظر برسند، ولی آن‌ها چیزی فراتر از تب هستند و آمده‌اند که تغییری پایدار ایجاد کنند. علاوه بر رگولاتور که اهمیتی انکارناپذیر دارد، موضوع مهم بعدی بانک‌ها هستند و تصمیم‌گیران آن‌ها.

پذیرش نئوبانک‌ها به درک تغییر نیاز دارد و تا زمانی که درک مناسبی از آنچه در حال رخ دادن است، نداشته باشیم، فعالیت‌هایمان کاتوره‌ای و بی‌هدف خواهد بود. آنچه کتاب «نئوبانک ۲۰۲۰» به دنبال آن است، ایجاد آشنایی مقدماتی با نئوبانک‌ها در جهان است. این اثر به مدیران و صاحبان کسب و کارها، بانکداران و مدیران دولتی و تنظیم‌گران کمک می‌کند دیدگاهی مقدماتی نسبت به مفهوم و گستره نئوبانک در جهان پیدا کنند. البته جغرافیای ایران متفاوت با دیگر نقاط جهان است و لزوماً راه‌حلی‌هایی که برای آن‌ها جواب داده، پاسخگوی نیازهای ما نیست، ولی نمی‌توانیم چشم بر تجربه‌های جهانی ببندیم؛ خاصه آنکه مفهوم نئوبانک برگرفته از دستاوردهای جغرافیایی دیگر است. نئوبانک در سال‌های گذشته توانسته توجه زیادی را به خودش جلب کند و در ایران هم فعالیت‌هایی شروع شده است. امید دارم این تلاش‌ها در سال‌های آینده به توسعه ایران و افزایش کیفیت زندگی مردم منجر شود. هرچند تلاش‌هایی این چنین در برابر حجم انبوه مسائل به مثابه قطره‌ای در برابر دریاست، ولی مادر مجموعه راه‌کار و به‌طور خاص در انتشارات راه پرداخت تصور می‌کنیم هر چند کوچک، در نهایت با کنار هم قرار گرفتن فعالیت‌های دیگر به تأثیرات بزرگی منجر می‌شود. در پایان لازم است از تمامی همکارانم، مترجمان کتاب و به‌طور خاص از علیرضا ماهیار عزیز و همه آن‌هایی که در بهتر شدن متن و گرافیک این کار همکاری کردند، تشکر کنم. تصور می‌کنم این تازه نقطه شروع است و در ادامه به متن‌های تکمیلی نیاز داریم؛ هم درباره جهان و هم درباره ایران.

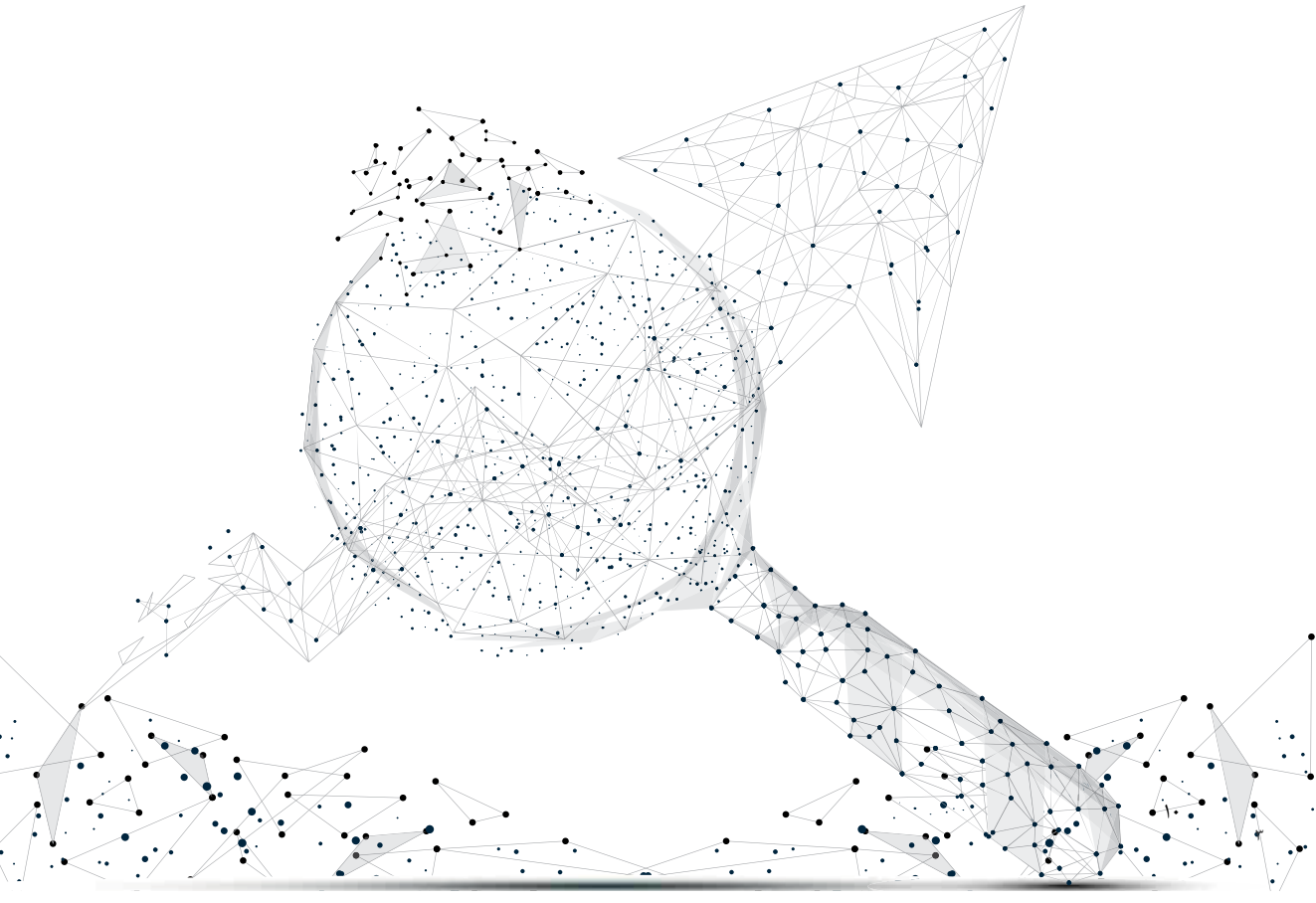


روش تحقیق

کتاب نئوبانک ۲۰۰ مطالعه‌ای جامع مبتنی بر فین تک (فناوری مالی) «مدیچی» از بیش از سیزده هزار شرکت نوپا است؛ همچنین حاصل سال‌ها رصد صنعت فین تک، تحقیقات ثانویه‌ای که از طریق جلسات توفان فکری و مصاحبه‌های عمیق با متخصصان هر بخش برای استخراج سیگنال‌های ارزشمند از غیرارزشمند صورت گرفته‌اند و شناسایی روندهای بازار و توسعه دیدگاه‌ها است.

مدیچی حجم فراوانی اطلاعات کمی و کیفی دارد که از طریق تحلیل صنعت و مشارکت در بازار به دست آمده‌اند. در فرایند تحقیق ثانویه، ما مطالعه‌ای عمیق از فضای فین تک جهانی برای شناسایی و درک ذی‌نفعان، محرک‌ها، روندها، چالش‌ها و فرصت‌های کلیدی انجام دادیم. تحقیق اولیه حیاتی‌ترین منبع اطلاعات برای این مطالعه را شکل داد. این تحقیق با دستیابی به بینشی از صنعت نئوبانک مکمل تحقیق ثانویه بود.

بیش از پنجاه مصاحبه در دوره‌ای سه‌ماهه با متخصصان صنعت انجام شد تا به روزترین و ارزشمندترین دیدگاه‌ها در خصوص بخش‌هایی به دست آیند که در این کتاب پوشش داده شده‌اند. یافته‌های کمی و کیفی و بینش حاصل از این تحقیقات توسط تحلیلگران مدیچی گزینش شد تا یک دیدگاه جامع از فضای نئوبانک جهانی حاصل شود. این موارد در ادامه به واسطه بینش متخصصان مدیچی از بخش‌ها و اکوسیستم این صنعت که طی سال‌ها رصد دقیق تحقیقات ساخت اکوسیستم شکل گرفته، ارتقا پیدا کرد.



مقدمه



انقلاب محصولات بانکی به رهبری کارآفرینان و به دست بازیگران نئوبانک منجر شده است.

نئوبانک ها: خدمات پیشنهادهای آن ها چه تمایزی با بانک های سنتی دارد؟

نئوبانک ها خدماتی مانند افتتاح حساب های پس انداز، پرداخت قبوض یا انتقال پول، ارائه وام به افراد و کسب و کارها و خدمات مشابه را مستقیماً از طریق تلفن همراه یا از طریق هر پلتفرم دیجیتال دیگری ارائه می دهند. نئوبانک ها ویژگی های نوآورانه، ساده سازی فرایند و خدماتی که نسبت به بانک های سنتی متفاوت اند ارائه می دهند: از جمله افتتاح آنی حساب، صدور رایگان کارت های نقدی، پرداخت فوری، رمزارزها، هزینه های کمتر، واریز موبایلی، انتقال فرد به فرد، ابزارهای بودجه بندی موبایلی، رابط های کاربری دوستانه و غیره. در زیر برخی از نوآوری های برتر که در این فضا اتفاق می افتد آورده شده است:

● **ثبت نام / افتتاح حساب دیجیتال:** افتتاح حساب آنلاین در نئوبانک ها در مقایسه با بانک های سنتی سریع و ساده است.

● **پرداخت های بین المللی / رمیتنس:** استفاده از کارت های اعتباری نئوبانک ها در کشورهای خارجی بدون هزینه و با نرخ های ارز لحظه ای است.

● **پیگیری پول / تجمیع حساب ها:** نئوبانک ها پیگیری هزینه ها و تجمیع حساب ها را ساده می کنند.

● **خدمات وام / محصولات اعتباری:** نئوبانک ها محصولات اعتباری را با هزینه و نرخ بهره پایین تری نسبت به بانک های سنتی ارائه می دهند.

برخلاف انواع بانک های سنتی، این بانک ها هیچ گونه شعبه فیزیکی ای ندارند. این بانک ها نسل های جوانی را که پذیرای بانک بدون شعبه فیزیکی اند، هدف قرار می دهند. محرک اصلی رشد این بازیگران در اقتصادهای توسعه یافته و در حال توسعه متفاوت است. در بازارهای توسعه یافته مانند کشورهای اروپایی، استرالیا و غیره محرک اصلی این است که بانک های بزرگ قادر به ارائه محصولات و خدمات مطابق انتظارات مشتریان نبوده اند و موارد فروش نادرست و انحصار مجازی داشته اند. همچنین انتظارات مصرف کنندگان برای داشتن محصولات، خدمات و تجربه بهتر در حال افزایش بوده است. برای مثال فضای بانکداری استرالیا تحت سلطه چهار بانک بزرگ یعنی بانک کامن ولث استرالیا، شرکت سهامی بانکداری وست پک استرالیا، گروه بانکداری

نظریه کوانتوم تصورات کلیشه ای فیزیک را به پرسش کشید و ایده های مرسوم حول مفاهیم واقعیت را متزلزل کرد، نئوبانک ها نیز کار مشابهی با صنعت بانکداری انجام می دهند. بانکداری دیجیتال دیگر یک نظریه نیست، درحقیقت به حدی تکامل یافته که بخشی از زندگی روزمره ما شده است. وقتی «کش پلاس»، اولین نئوبانک جهان در سال ۲۰۰۵ کار خود را آغاز کرد، نمی دانست که بعدها در دسته نئوبانک ها قرار گرفته و با این عنوان شناخته می شود. این بانک کار خود را با محصول کارت اعتباری آغاز کرد و به سمت ارائه حساب های جاری دیجیتال با تأیید آنی برای مصرف کنندگان و کسب و کارهای کوچک و متوسط، کارت های ارز خارجی و راهکارهای مدیریت هزینه کسب و کار و کارمندان حرکت کرد. تا دوازده سال کش پلاس بدون مجوز بانکی فعالیت می کرد، اما در سال ۲۰۱۷ برای دریافت این مجوز درخواست داد. فیدور، سیمپل، ان ۲۶، رولوت، مونزو و غیره برخی از نام های معروف تر در تاریخ نئوبانک هستند. نئوبانک ها خدماتی مانند ایجاد و فعال کردن حساب پس انداز، پرداخت قبوض و انتقال پول، ارائه وام به افراد و کسب و کارها و دیگر خدمات مشابه را مستقیماً از طریق موبایل و دیگر پلتفرم های دیجیتال ارائه می دهند. برخلاف بانک های سنتی، این بانک ها هیچ شعبه فیزیکی ندارند. این شرکت ها بیشتر نسل های جوان را بازار هدف خود قرار داده اند، زیرا آن ها به بانکی که هیچ حضور فیزیکی ندارد، مشتاق ترند.

ظهور نئوبانک ها

پس از بحران مالی سال های ۲۰۰۸-۲۰۰۹، بخش بانکداری، به ویژه در بازارهای توسعه یافته، دچار بحران اعتماد شد و از آن زمان تاکنون وارد یک اصلاح تدریجی شده است. سیستم ها و فرایندهای سنتی فناوری همچنان در اکثر بانک های جهان باقی مانده اند و نسبت به پذیرش تغییر مقاومت دارند. جریمه های سنگین در خصوص عدم تطبیق با قوانین، رقابت از جانب غول های فناوری که در بازار خدمات مالی وجود دارند، فشار ناشی از اداره شعب فیزیکی در عصر دیجیتال و مشکلات جذب مشتری فشار بیشتری بر بانک های سنتی وارد آورده است. همزمان بانک های سنتی با بازیگران حوزه فین تک (که شرکت های جوان و پویا و ماهر در زمینه خدمات مالی عصر دیجیتال هستند)، رقابت شدیدی دارند. نرخ بهره پایین تر، وجود فرهنگ بانکداری سنتی که نقش یک مانع در نوآوری سریع را دارد و تقاضا از جانب مشتریان برای دریافت خدمات بانکی ساده شبیه خدمات گوگل و فیس بوک به

می‌پذیرد، مانند دیجی بانک توسط DBS یا مارکوس توسط گلدمن ساکس. این موارد بانک‌های تماماً دیجیتالی هستند که توسط بانک‌های سنتی خلق شده‌اند. آن‌ها از فناوری به‌روز و محصولات و خدمات نوآورانه و دیجیتال محور برای خدمت‌رسانی به مشتریان استفاده می‌کنند. این بانک‌های دیجیتال غالباً از پلتفرم‌های فناوری کاملاً جدید استفاده می‌کنند و متعاقباً وابستگی کمتری به پلتفرم‌های فناوری سنتی بانک مادر داشته و در ورود به بازار چابکی و پاسخگویی بیشتری دارند.

رشد نئوبانک‌ها

در سطح جهانی عامل موفقیت در رشد نئوبانک‌ها ظاهراً تجربه مشتری برتر در مقایسه با بانک‌های سنتی است. این بازیگران تمرکز زیادی روی شخصی‌سازی داشته‌اند. همان‌طور که فضای دیجیتال رشد می‌کند، بانک‌های موفق با مشتریان (در هر مکانی که حضور داشته باشند) در تماس بوده و به دنبال روش‌هایی هستند که مشاوره، بانکداری و سرمایه‌گذاری را به صورت یک تجربه واحد ارائه دهند. با بازطراحی نرم‌افزارهای موبایلی و تحت وب و ورود / ثبت نام آسان‌تر مشتری در بانک، بازیگرانی مانند مونزو، اتم و استارلینگ رشد چشم‌گیری داشته‌اند. با حذف هزینه‌های مرتبط با نگهداری شعبه فیزیکی، نئوبانک‌ها قادر به کاهش هزینه‌های مربوط به محصولات کلیدی هستند؛ از جمله رولوت کارت FX ارائه می‌دهد. نئوبانک‌ها قادر به تمرکز روی خلق یک تجربه کاربری روان و منحصر به فرد و ارائه ویژگی‌هایی در نرم‌افزار با رویکرد آینده‌نگر هستند. اخیراً یک مشتری بانک رولوت در توئیتر تجربه خود در خصوص اینکه چگونه توانسته کارت بانکی اش را که فعالیت مشکوک روی آن انجام شده، باطل کرده و یک کارت جدید بدون هزینه اضافی سفارش دهد، روایت کرده بود؛ در واقع پول او تنها با چند کلیک امن شده و دردسترس قرار گرفته است. نئوبانک‌ها با ساختاری کم‌هزینه‌تر و تجربه کاربری بسیار شخصی‌تر چالشی برای شرایط فعلی بانک‌های سنتی هستند.

برخلاف هم‌تایان سنتی، نئوبانک‌ها مجبور نیستند سیستم‌های قدیمی کهنه، ساختارهای سازمانی پیچیده و الزامات قانونی سنگین را تحمل کنند. با وجودی که مزایا و ویژگی‌های نئوبانک‌ها در مقایسه با بانک‌های سنتی جالب به نظر می‌رسد، اما نئوبانک‌ها به نسبت با دشواری‌هایی در پذیرش محصولاتشان

نیوزیلند و بانک ملی استرالیا است. اما به علت مشتری مداری ضعیف و رسوایی‌های روز افزون این بانک‌ها، نئوبانک‌هایی مانند زینجا، ولت و «86.400» در این کشور به تدریج پا به عرصه گذاشتند. این نئوبانک‌ها قادر بودند که میلیون‌ها مشتری را از طریق مشتری مداری بهتر و محصول عالی جذب کنند. در بازارهای نوظهوری مانند هند و برزیل، عوامل ظهور نئوبانک‌ها متفاوت است. پتانسیل فراوانی برای ایجاد و گسترش بانکداری با اولویت دیجیتال وجود دارد. بخشی قابل توجهی از این جمعیت‌ها یا با بانکی کار نمی‌کنند یا به دنبال گزینه‌های دیگری از جانب بانک‌های سنتی هستند.

روش‌های راه‌اندازی نئوبانک‌ها

گستره نئوبانک‌ها ملغمه‌ای است از بانک‌های بدون مجوز و سطح بالا، نوآوری‌های دیجیتال بانک‌های سنتی و نئوبانک‌های جدید دارای مجوز.

۱. یکی از روش‌های راه‌اندازی نئوبانک‌ها اخذ مجوز بانکداری مجازی از دولت و ارائه خدمات کامل بانکداری روی نرم‌افزار موبایل یا سایر روش‌های دیجیتال و بدون هیچ شعبه فیزیکی است. نمونه این نوع بانک‌ها فیدور است؛ یک بانک آلمانی که در سال ۲۰۰۹ راه‌اندازی شد و از سال ۲۰۱۵ به عنوان یک نئوبانک در بریتانیا فعالیت می‌کند، همچنین رولوت و مونزو که در سال ۲۰۱۵ در بریتانیا راه‌اندازی شدند جزء این دسته هستند. با این حال کشورهای زیادی خط‌مشی‌های بانکداری مجازی‌شان را تعریف نکرده‌اند که به معنای این است که روش‌های دیگری برای این کار باید وجود داشته باشد.

۲. مدل دوم متشکل از شراکت این شرکت‌ها (نئوبانک‌ها) با بانک‌های موجود و ارائه خدمات ارتباط با مشتری است. آن‌ها تجربه مشتری بهتری ارائه داده و ابزارهای گوناگونی عرضه می‌کنند که سبب می‌شود ورود مشتری به بانک و تجربه تعاملی او با بانک ساده‌تر شود. از آنجایی که این شرکت‌ها بر اساس یک مدل شراکتی کار می‌کنند، باید از مقررات بانک شریک (موجود) پیروی کنند. این یک مدل با ریسک پایین برای نئوبانک‌های آنلاین است. برای مثال در وام‌دهی، ریسک اعتباری را بانک شریک متحمل می‌شود. ۳. به غیر از دو نوع فوق که بانک‌های تماماً دیجیتال هستند، نوآوری‌های دیجیتال توسط بانک‌های سنتی هم صورت

در بازار مواجه هستند. به جای اینکه مستقیماً با بانک‌های سنتی وارد رقابت شوند، غالب نئوبانک‌ها بخش خاصی از بازار را هدف و محل تمرکز خود قرار می‌دهند و به‌طور خاص نسل ملنیال که بومی دنیای اقتصاد دیجیتال و علاقه‌مند به اقتصاد گیگ هستند، مخاطب قرار داده‌اند. ماهیت منعطف و منحصر به فرد نئوبانک‌ها آن‌ها را قادر به جذب بخشی از جمعیت بدون بانک، کسب و کارهای کوچک و متوسط و افراد فاقد حساب بانکی می‌کند که معمولاً توسط بانک‌های سنتی مغفول واقع می‌شوند. بیش از ۱/۷ میلیارد نفر در سطح جهان وجود دارند که خارج از حیطه بانکداری رسمی قرار دارند. در شرایطی که دولت‌ها در تلاش برای تحقق دسترسی مالی هستند، فناوری این کار را عملی کرده و همه افراد را تحت پوشش قرار داده است. نئوبانک بخشی است که خدمات مالی را در دسترس همگان قرار می‌دهد.

جذب مشتری یا سودآوری؟

نئوبانک‌ها در سطح جهان سخت در تلاش هستند که سهم بازار خود در صنعت بانکداری را افزایش دهند. در اروپا ما شاهد ظهور بانک‌های تماماً دیجیتالی هستیم که پایگاه مشتریان خود را با نرخ چشم‌گیری افزایش داده و سهم بزرگی از بازار بانک‌های سنتی را به دست آورده‌اند. این روند در مناطق مختلف اروپا مشهود است، به طوری که در بریتانیا نئوبانک‌ها تقریباً ۲۰ میلیون مشتری اضافه کرده‌اند. گزارش ۲۰۱۹ موسسه ای.تی. کرنی نشان می‌دهد که نئوبانک‌های اروپا بیش از ۱۵ میلیون مشتری بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۹ به دست آورده‌اند. پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۳ نئوبانک‌ها ۸۵ میلیون مشتری بالای ۱۴ سال جذب کنند که برابر با ۲۰ درصد از جمعیت اروپاست. با این حال ما شاهد یک رابطه معکوس بوده‌ایم؛ به گونه‌ای که هر چه مشتریان بیشتر باشند، این بانک‌ها ضررهای بیشتری متحمل می‌شوند. بنابراین این سوال پیش می‌آید که چرا با داشتن یک پایگاه مشتری بزرگ نئوبانک‌ها پول در نمی‌آورند؟

به‌رغم محبوبیت روزافزون نئوبانک‌ها در سال‌های اخیر، سودآوری یک مشکل بزرگ برای این بانک‌ها بوده است. طبق گزارش موسسه اکسنچر، نئوبانک‌هایی که در بریتانیا فعال بوده‌اند بیش از ۶ میلیون مشتری جدید اضافه کرده‌اند که تعداد کل مشتریان جهانی را از ۷/۷ میلیون در سال ۲۰۱۸ به ۱۹/۶ میلیون در نیمه دوم سال ۲۰۱۹ رساند که این امر نرخ رشد ۱۵۰ درصدی را در مقایسه با نرخ رشد یک درصدی بانک‌های سنتی نشان می‌دهد.

با وجود داشتن یک پایگاه مشتریان بزرگ، این بانک‌ها هنوز با چالش‌های بلندمدتی از لحاظ سودآوری مواجه هستند و حتی با داشتن پایگاه مشتریان بزرگ، این بانک‌ها کاهش ۲۵ درصدی در تراز حساب خود را شاهد بودند، چنانچه از رقم ۳۵۰ پوند به ۲۶۰ پوند به‌زای هر مشتری در سال ۲۰۱۹ رسیده‌اند. این افول شدید را می‌توان به این حقیقت نسبت داد که مشتریان برای پس‌انداز یا واریز حقوق ماهانه هنوز بانک‌های سنتی را ترجیح می‌دهند. نئوبانک‌ها نیازمند ابداع استراتژی‌هایی به‌منظور تبدیل مزیت هزینه‌های خود و نرخ زیاد جذب مشتری به سودآوری هستند.

چه چیزی پیش روی این بانک‌ها است؟

حتی با وجود داشتن مزیت‌هایی مانند پایگاه مشتریان بزرگ یا محبوبیت بیشتر نسبت به بانک‌های سنتی، این بانک‌های تماماً دیجیتال ممکن است در متمایز کردن خود از بانک‌های سنتی با مشکلاتی مواجه باشند از جمله اینکه بانک‌های سنتی از طریق اقداماتی مانند سرمایه‌گذاری، شراکت یا راه‌اندازی محصولات و خدمات دیجیتال، بخش مشتریان بانک‌های تماماً دیجیتال را هدف قرار داده‌اند. البته اعتماد مشتریان هم یک عامل مهم در دستیابی به موفقیت برای این بازیگران است. با شکست‌های صنعت بانکداری در سطح جهان، مشتریان به‌سختی حساب‌هایشان را به نهادهای خارج از مقررات و جدید در بازار انتقال می‌دهند. بنابراین افزایش مشتریان در بازار هدف نئوبانک‌ها به میزان گسترده‌ای به توانایی ایجاد اعتماد این بانک‌ها بستگی دارد.

نقطه روشن این است که آن‌ها می‌توانند سریع رشد کنند، زیرا بیشتر نئوبانک‌ها تلاش خواهند کرد که از طریق همکاری و شراکت رشد کنند. آن‌ها در مقایسه با بازیگران سنتی بسیار چابک‌تر خواهند بود، زیرا سریع‌تر می‌توانند محصولات و خدمات شریک دیگر را در فعالیت خود ادغام کرده و آن را به‌صورت یک پیشنهاد محصول با برند خود به مشتریان عرضه کنند. به مرور زمان و ورود چندین بازیگر می‌توانیم شاهد سطحی از تجمیع پس از چند سال باشیم؛ ادغام‌ها و خریدهایی به وقوع خواهد پیوست، به گونه‌ای که برخی از این نئوبانک‌ها توسط بانک‌ها خریداری شده یا با هم ادغام می‌شوند تا بانک‌های سنتی از مشتریان فراوان یا پلتفرم‌های آن‌ها بهره‌برند.

عصر بانکداری دیجیتال

- ویژگی نئوبانک‌های تماماً دیجیتال
- فهرست نئوبانک‌ها
- رشد نئوبانک‌ها در طول سال‌ها
- تحلیل تأمین مالی
- پانزده نئوبانک بر خوردار از بیشترین تأمین مالی

ویژگی نئوبانک‌های تماماً دیجیتال

حوزه بانکداری چالشگر ترکیبی از بانک‌های آنلاین بدون مجوز، نوآوری‌های دیجیتال بانک‌های سنتی، بازار و بانک‌های چالشگر دارای مجوز است.

بانک‌های دارای مجوز

N26

WeBank

monzo

STARLING BANK

این بانک‌ها بانک‌های تماماً دیجیتال هستند که مجوز کامل عملیاتی دریافت کرده‌اند. این مجوز به آن‌ها این امکان را می‌دهد که محصولات و خدمات خودشان را به‌طور مستقل ارائه دهند، نه از طریق دیگر بانک‌های دارای مجوز. همچنین آن‌ها را قادر می‌سازد که یک پلتفرم بانکداری متمرکز پیشرفته داشته باشند که امکان ادغام راحت‌تر با ارائه‌دهندگان خدمات خارجی را میسر می‌سازد که بانک با آن‌ها در تعامل است. هزینه جذب مشتری در این بانک‌ها به نسبت پایین‌تر است، زیرا آن‌ها فقط از طریق کانال‌های دیجیتال مشتری جذب می‌کنند. همچنین به دلیل نداشتن مشکلات زیرساختی بانک‌های سنتی و با داشتن یک پلتفرم بانکداری هسته‌ای چابک، هزینه راه‌اندازی یک محصول برای آن‌ها ارزان‌تر و زمان ورود به بازار آن‌ها کوتاه‌تر است. برخی از این بانک‌ها ممکن است از طریق شراکت با دیگر بانک‌ها یا شرکت‌های فین‌تک خدماتی ارائه دهند. همچنین ممکن است به‌عنوان یک بازار (برای فعالیت‌های بانکی) فعالیت داشته باشند.

نمونه‌ها: ان‌۲۶، وی‌بانک، مونزو، استارلینگ بانک

نوآوری‌های دیجیتال بانک

این دسته از بانک‌ها، بانک‌های موبایلی و مجزایی هستند که توسط بانک‌های سنتی ایجاد شده‌اند. آن‌ها از فناوری‌های عصر جدید برای ارائه محصولات و خدمات مشتری‌پسند استفاده می‌کنند. این بانک‌های دیجیتال در مقایسه با بانک مادر خود از پلتفرم‌های متفاوتی استفاده می‌کنند، در نتیجه بر موانع مربوط به معماری سنتی بانک‌ها غلبه می‌کنند. آن‌ها بخش مشتریان نسل هزاره سوم که علاقه‌مند به فناوری بوده را هدف قرار داده و بهترین خدمات بانکداری نوآورانه را ارائه می‌دهند.

نمونه‌ها: یونو، هلوبانک، دیجی‌بانک (توسط DBS)

yono

Hello bank!

digibank by DBS

بانک‌های آنلاین

tide

open

VARO

chime




این‌ها پلتفرم‌های تماماً دیجیتالی هستند که مجوز بانکداری ندارند. این پلتفرم‌ها محصولات مجزا یا بسته‌ای از محصولات مالی را با مشارکت مؤسسات / بانک‌ها و شرکت‌های فین‌تک ارائه می‌دهند البته با هزینه‌ای بسیار پایین‌تر از بانک‌های سنتی. برخی از آن‌ها نقش بازار برای محصولات مالی را ایفا می‌کنند. آن‌ها از API برای اتصال مشتریان خود به خدمات ارائه‌شده توسط بازیگران مختلف استفاده می‌کنند. این بازیگران معمولاً خود را با ارائه خصوصیات منحصر به فرد در محصولات یا خدمات ارزش افزوده به مشتریان متمایز می‌کنند.

نمونه‌ها: تایید، اوپن، وارو، چایم

برخی از این بانک‌های تماماً دیجیتال فعالیت‌های خود را با ارائه خدمات مختلف زنجیره ارزش مالی مانند کارت نقدی و برخی از اشکال حساب پس‌انداز، حواله، انتقال فرد به فرد و غیره آغاز می‌کنند تا مشتریان جدید جذب کنند. اما پس از جذب موفق مشتریان ممکن است به سراغ اخذ مجوز بانکداری رفته تا به تنهایی بتوانند محصولات و خدمات خود را ارائه دهند. البته برخی از این پلتفرم‌ها پلتفرم‌های مجزای بانکداری هستند که توسط بانک‌های سنتی ارائه می‌شوند.

این‌ها پلتفرم‌های موبایل / دیجیتال هستند که خدمات بانکداری مانند حساب‌های جاری و پس‌انداز، کارت‌های اعتباری و غیره را بدون پشتوانه شعب بانک‌های سنتی به مشتریان ارائه می‌دهند. بانک‌های دیجیتال یا نئوبانک‌ها معمولاً امکاناتی مانند واریز موبایلی، انتقال فرد به فرد، ابزارهای بودجه‌بندی موبایلی، رسیدهای دیجیتال آنی و غیره ارائه می‌دهند. این پلتفرم‌ها معمولاً در شراکت با بانک‌های سنتی کار کرده تا از مجوز بانکداری آن‌ها بهره‌گرفته و خدمات بانکداری قانونمند ارائه دهند.

مدل عملیاتی نئوبانک

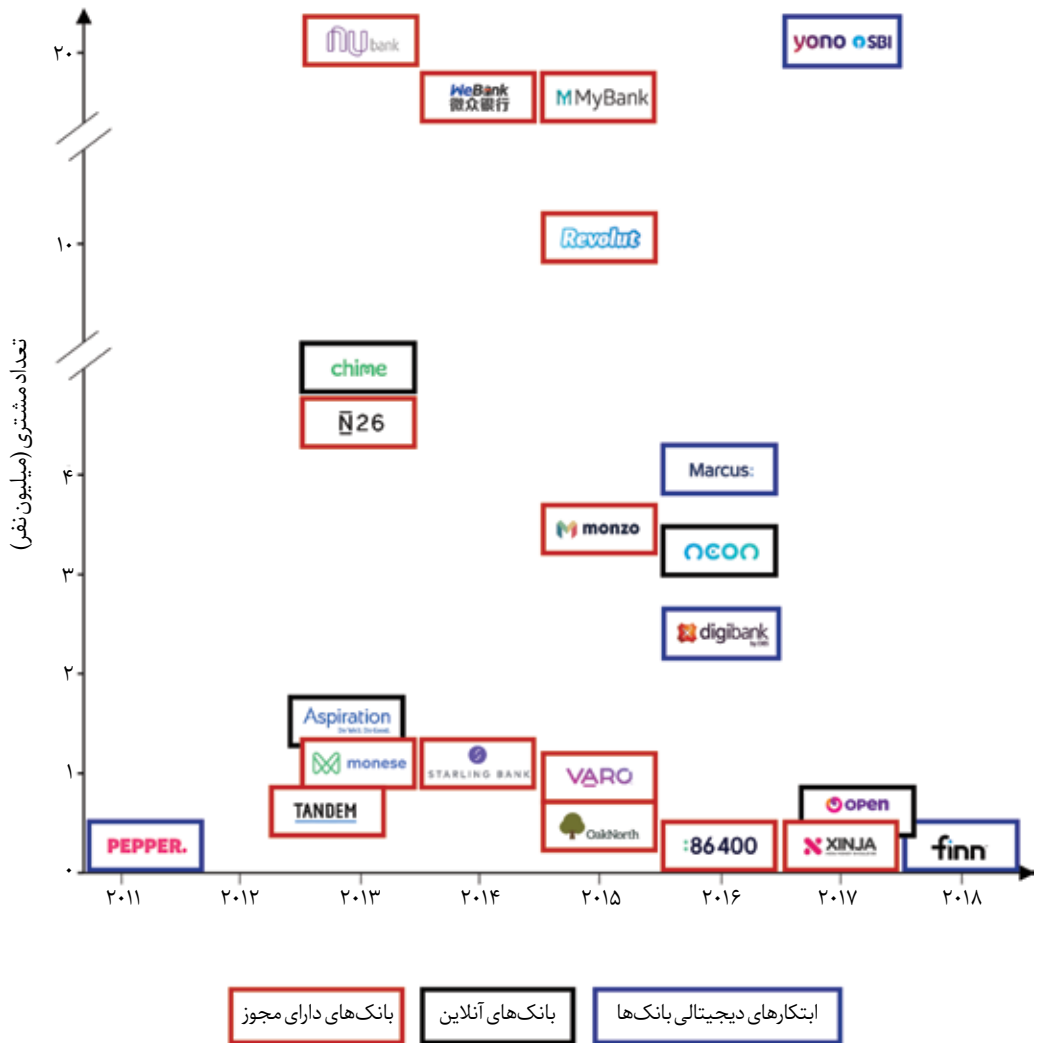
ابتکارهای دیجیتالی بانک	بانک‌های آنلاین	بانک‌های دارای مجوز	
			مجاز
قابلیت‌های بانک	قابلیت‌های بانک	اختصاصی	اتوماسیون بک آفیس (اتوماسیون فعالیت‌های درون سازمانی)
قابلیت‌های بانک	اختصاصی	اختصاصی	فروش و بازاریابی
قابلیت‌های بانک	اختصاصی	اختصاصی	محصول + تیم فناوری

بهره‌برداری از قابلیت‌های بانک

قابلیت‌های خود

بانک‌های تماماً دیجیتال در حال افزایش پایگاه مشتریان

(نمودار مقیاس ندارد.)



نئوبانک‌های مستقل

این بخش از کتاب نئوبانک‌های مستقل از قبیل بانک‌های دارای مجوز و بانک‌های آنلاین را بررسی می‌کند.

بانک‌های دارای مجوز

این بانک‌ها، بانک‌های تماماً دیجیتال هستند که مجوز کامل عملیاتی دریافت کرده‌اند. این مجوز به آن‌ها این امکان را می‌دهد که محصولات و خدمات خود را به طور مستقل ارائه دهند، نه از طریق دیگر بانک‌های دارای مجوز. همچنین آن‌ها را قادر می‌سازد که یک پلتفرم بانکداری متمرکز پیشرفته داشته باشند که امکان ادغام راحت‌تر با ارائه‌دهندگان خدمات خارجی را میسر می‌سازد که بانک با آن‌ها در تعاملات است. هزینه جذب مشتری در این بانک‌ها به نسبت پایین‌تر است، زیرا آن‌ها فقط از طریق کانال‌های دیجیتال مشتری جذب می‌کنند. همچنین به دلیل نداشتن مشکلات زیرساختی بانک‌های سنتی و با داشتن یک پلتفرم بانکداری هسته‌ای چابک، هزینه راه‌اندازی یک محصول برای آن‌ها ارزان‌تر و زمان ورود به بازار آن‌ها کوتاه‌تر است. برخی از این بانک‌ها ممکن است از طریق شراکت با دیگر بانک‌ها یا شرکت‌های فین‌تک خدماتی ارائه دهند. همچنین ممکن است به عنوان یک بازار (برای فعالیت‌های بانکی) هم فعالیت داشته باشند.

N26

WeBank

monzo

STARLING BANK

بانک‌های آنلاین

این‌ها پلتفرم‌های تماماً دیجیتالی هستند که مجوز بانکداری خودشان را ندارند. این پلتفرم‌ها یا محصولات مجزا یا بسته‌ای از محصولات مالی را با مشارکت با مؤسسات / بانک‌ها و شرکت‌های فین‌تک ارائه می‌دهند، اما با هزینه‌ای بسیار پایین‌تر از بانک‌های سنتی. برخی از آن‌ها نقش بازار برای محصولات مالی را ایفا می‌کنند. آن‌ها از مسیر API برای اتصال مشتریان خود به خدمات ارائه‌شده توسط بازیگران مختلف استفاده می‌کنند. این بازیگران معمولاً خود را با ارائه خصوصیات منحصر به فرد در محصولات یا خدمات ارزش افزوده به مشتریان متمایز می‌کنند.

tide

open

chime

نوآوری‌های دیجیتال

اینها بانک‌های مستقل و تماماً موبایلی / تماماً موبایلی‌اند که بانک‌های سنتی آن‌ها را ایجاد کرده‌اند. این بانک‌ها از فناوری عصر جدید استفاده می‌کنند تا محصولات و خدماتشان را به روشی مشتری‌پسند / دوست‌دار مشتری ارائه کنند. این بانک‌های دیجیتال در مقایسه با بانک‌های والدشان از پلتفرم‌های فناوری کاملاً متفاوتی استفاده می‌کنند؛ در نتیجه به سرعت راه‌غلبه بر سختی‌های پیوسته با معماری قدیمی را ردگیری می‌کنند. آن‌ها در بخش مشتریان هزاره بالاترین دانش فنی را هدف‌گذاری کرده‌اند و می‌خواهند بهترین سطح نوآوری را در سرویس / خدمات بانکداری تأمین کنند.

yono

Hello bank!

digibank
by DBS

ظهور نئوبانک‌ها: فرصت‌های جدید در فضای دیجیتال

به سرعت شتاب گرفتند

از زمان بحران مالی سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ بخش بانکداری به‌ویژه در بازارهای توسعه‌یافته دچار بحران اعتماد شده است و از آن زمان تاکنون اصلاحات تدریجی‌ای داشته است. نرخ بهره پایین‌تر، وجود فرهنگ بانکداری سنتی که نقش یک مانع در نوآوری سریع را دارد و تقاضا از جانب مشتریان برای دریافت خدمات بانکی ساده شبیه خدمات گوگل و فیس‌بوک منجر به انقلاب محصولات بانکی به رهبری کارآفرینان و به دست بازیگران نئوبانک شد. تا سال ۲۰۱۶ نسل جدیدی از مؤسسات مالی فناوری محور و مشتری محور که می‌توانند نئوبانک نامیده شوند با سرعت شکل گرفتند که خواستار تحول در فضای بانکداری کنونی بودند.

وقتی صحبت از نئوبانک‌ها می‌شود، مهم است که توجه شود آن‌ها غالباً در به‌کارگیری فرایندها و / یا محصولات در پلتفرم‌های موجود سریع‌تر بوده و می‌توانند به مشتریان کمک کنند راحت‌تر با محصولات شرکت ثالثی ارتباط برقرار کرده که این در نهایت به نفع مصرف‌کننده است. این امر به بسیاری از نئوبانک‌ها، یعنی غالب آن‌ها، کمک می‌کند که به راه‌اندازی شعبه‌های فیزیکی تمایل نداشته باشند و فقط از شعب فیزیکی بانک‌های همکار برای محصولات و بخش مشتریانی که نیازمند تعاملات فیزیکی هستند، استفاده کنند. در عوض، خدمات آن‌ها آنلاین و مبتنی بر موبایل است. آنچه آن‌ها را متمایز می‌کند، در بیشتر موارد، ارائه خدمت در بخش‌های مغفول و به کسب و کارهای کوچک و متوسط و مشتریان خرد است. داشتن رابط کاربری پیشرفته‌تر به آن‌ها کمک می‌کند که در جذب مشتریان در مقیاس بزرگ‌تر بهتر عمل کنند.

خدمات آن‌ها چگونه از بانک‌های سنتی متمایز است؟

نئوبانک‌ها خدمات پیشنهادی و ویژگی‌های نوآورانه‌ای ارائه می‌دهند که متمایز از بانک‌های سنتی است، از جمله افتتاح حساب سریع و آسان، کارت نقدی رایگان، پرداخت فوری، رمزارزها، هزینه‌های کمتر، واریز موبایلی، پرداخت فرد به فرد، ابزارهای بودجه‌بندی موبایلی، رابط کاربری دوستانه و غیره. در ادامه درباره برخی از برترین نوآوری‌های این حوزه بحث می‌شود.

ثبت نام / افتتاح حساب دیجیتال: نئوبانک‌ها، برخلاف بانک‌های سنتی، افتتاح حسابی ساده، سریع و آنلاین دارند؛ برای مثال افتتاح حساب مشترک که توسط استارلینگ بانک ارائه می‌شود.

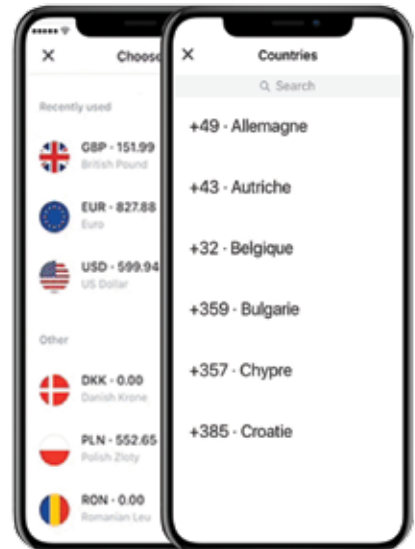
استارلینگ بانک یک حساب مشترک برای مشتریان خرد تعریف کرده است. با استفاده از فناوری مجاورت (نیربای) گوگل، مشتریان استارلینگ می‌توانند درخواست افتتاح یک حساب مشترک را در حالی بدهند که فقط کنار هم نشسته‌اند. این فناوری از ترکیب بلوتوث و وای‌فای برای یافتن دستگاه دیگر استفاده می‌کند، در نتیجه آن‌ها می‌توانند اتصال را تأیید کنند. مشتریان می‌توانند با زدن گزینه «یافتن نیمه دیگر» در نرم‌افزار، حساب مشترک را افتتاح کنند. این خدمت در دسترس هر دو مشتری شخصی فعلی بانک استارلینگ است. هر صاحب حساب می‌تواند کارت خود را سفارش داده و هر دو در خصوص تمامی تراکنش‌هایی که در حساب مشترک روی می‌دهد، صورت حساب دریافت می‌کنند. این خدمت به صاحبان حساب امکان تنظیم یک هدف مشترک را می‌دهد. در صورت اختلاف یا از بین رفتن رابطه، صاحبان حساب می‌توانند یک‌جانبه حساب را قفل کرده و با تماس مستقیم با بانک استارلینگ آن را ببندند.

استارلینگ حساب مشترک برای مشتریان خرد خود تعریف کرده است. همچنین خدمت کارت متصل را هم تعریف کرده است؛ یک کارت ثانویه که می تواند توسط مشتری به حساب او متصل شده تا او بتواند پرداخت های مربوط به اقلام ضروری مانند خشکبار را بپردازد.



پرداخت های بین المللی / حواله های رمیتنس: نئوبانک ها استفاده از کارت نقدی در کشورهای خارجی را بدون هزینه و با نرخ ارز لحظه ای ارائه می دهند؛ برای مثال رولوت به مشتریان خود این امکان را می دهد که تا ۲۵ رمزارز را از طریق نرم افزار رولوت و بدون هیچ هزینه ای نگهداری و مبادله کنند یا انتقال دهند.

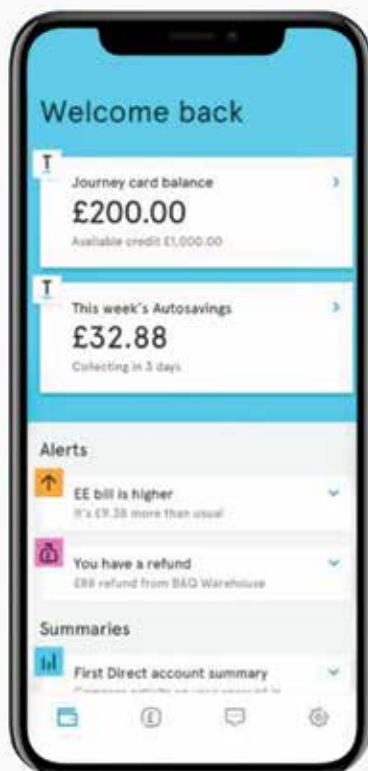
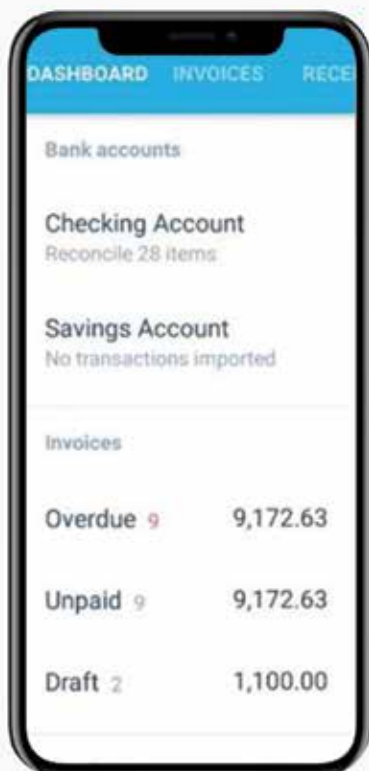
کاربران می توانند حساب های یورو و پوند را ظرف سه دقیقه و به صورت رایگان افتتاح کنند. این خدمت به کاربران این امکان را می دهد که نرخ تبادل را از طریق این نرم افزار در لحظه قفل کنند. همچنین آن ها می توانند یک سیستم پرداخت مستمر رایگان چند ارزی برای مواردی مانند اجاره بها، قبوض و غیره برای ۲۵ ارز تعریف کنند. هر کاربر می تواند پول را به صورت رایگان به حساب های بانکی بیش از ۱۲۰ کشور انتقال دهد. همچنین این شرکت خدمت رولوت کارت ارائه می دهد که امکان پرداخت و برداشت از دستگاه های خودپرداز را در بیش از ۱۴۰ کشور فراهم می کند. این خدمت به کاربران امکان انتقال پول به دیگر حساب ها از طریق پیامک، ایمیل، واتس اپ و شبکه های اجتماعی را می دهد. همچنین کاربران این خدمت می توانند رمزارزها (بیت کوین، اتر و غیره) را با بیش از ۲۵ ارز رایج خریداری، نگهداری و مبادله کنند. در حین انتقال پول، بانک های سنتی و دیگر ارائه دهندگان فارکس یا نرخ تبدیل را به عنوان سود در نظر می گیرند یا کارمزد بالایی برای انتقال می گیرند. در واقع آن ها از تفاوت بین نرخ تبدیل بین بانکی و نرخی که ارائه می دهند درآمد کسب می کنند. با این حال، بانک رولوت از نرخ تبدیل بین بانکی (بدون در نظر گرفتن سود) استفاده می کند و هیچ هزینه ای برای انتقال استاندارد در نظر نمی گیرد. اگر کاربری به انتقال سریع پول نیاز داشته باشد، هزینه ناچیزی پرداخت خواهد کرد.



رهگیری پول / تجمیع حساب: نئوبانک‌ها می‌توانند رهگیری پول و تجمیع حساب‌ها را ساده کنند، برای مثال تاندم یک نرم‌افزار مدیریت پول است که به کاربران در خرج کردن پس‌انداز و مدیریت پول کمک می‌کند.

تاندم یک نرم‌افزار مدیریت پول است که به کاربران در خرج کردن، پس‌انداز و مدیریت پولشان کمک می‌کند. تاندم از هوش مصنوعی‌ای استفاده می‌کند که افزایش رقم قبوض، پرداخت‌های تکراری و دیگر هزینه‌ها مانند بازپرداخت‌ها را برجسته می‌کند. با وجودی که این بانک مجوز اختصاصی خود را دارد (که با خرید بانک هارودز حاصل شده)، به کاربران امکان اتصال تمامی حساب‌های بانکی (از جمله حساب تاندم) به یک نرم‌افزار را داده که این نشان می‌دهد کاربر در هر ماه چقدر می‌تواند خرج کند. همچنین کمک می‌کند که کاربر قیمت‌های بهتری را بیابد (مانند امکان عوض کردن تأمین‌کننده انرژی خود و امثالهم).

به‌علاوه این خدمت قابلیت ۰٫۵ درصد بازپرداخت وجه کارت اعتباری و حساب بلندمدت را ارائه می‌دهد. رهگیری و مدیریت پول از چند حساب بانکی کار دشواری است. کاربران باید این کار را به صورت دستی انجام دهند و هرگونه اختلاف و کارهای مشابهی را که زمان‌بر و دارای فرایندی ناکارآمد است شناسایی کنند. اینکه کاربران بتوانند بفهمند پولشان کجا خرج شده یا پس‌انداز می‌شود دشوار است. با محصولات نوآورانه صرفه‌جویی در پول، هشدارهای در لحظه، اعلام‌ها و پیشنهادهای، کاربران قادر به مدیریت کارآمدتر پولشان خواهند بود. با استفاده از دستورالعمل‌های PSD2 و بانکداری باز، تاندم از قابلیت تجمیع حساب برای کمک به کاربران جهت یافتن محصولات مالی مختلف و ارائه خدمات بی‌نقص سرتاسری بهره می‌گیرد.



وام‌دهی / محصولات اعتباری: نئوبانک‌ها می‌توانند در مقایسه با بانک‌های سنتی محصولات اعتباری با هزینه‌های کمتر و نرخ تبدیل پایین‌تر ارائه دهند؛ برای مثال نوبانک (در برزیل) هزینه‌ای بابت استفاده از کارت اعتباری دریافت نمی‌کند.

نوبانک به برزیلی‌ها کارت اعتباری ارائه می‌کند. این خدمت به کاربران امکان غیرفعال و فعال کردن کارت‌ها، درخواست افزایش محدودیت و تغییر مهلت مقرر از طریق نرم‌افزار را می‌دهد. نوبانک به دو طریق پول در می‌آورد: ۱. تراکنش‌های مشتری و ۲. تأمین مالی بخشی یا کلی از صورت‌حساب‌های مشتری. نوبانک برای جمع‌آوری داده‌ها به پایگاه داده‌های عمومی (هزاران متغیر مرتبط با تاریخچه مصرف، پرداخت‌ها، ارتباط اجتماعی و غیره) تکیه داشته و مشتریان را به صدها پروفایل مختلف دسته‌بندی می‌کند. هر پروفایل در یکی از سه گروه دسته‌بندی قرار می‌گیرد تا مشتریان بدون صلاحیت غربال شوند. سپس مشتریان صلاحیت‌دار دعوت می‌شوند (بسته به نوع گروه، زمان آن هم از یک هفته تا ۹۰ روز متغیر است). این بانک تا زمانی که مشتریان پرداخت‌های خود را به‌موقع انجام دهند هیچ هزینه‌ای دریافت نمی‌کند (همچنین برخلاف بسیاری از بانک‌های دیگر در برزیل هیچ پیش‌پرداخت یا هزینه خدمتی دریافت نمی‌کند). این بانک علاوه بر کارت اعتباری حساب جاری (نوکونتا) هم ارائه داده و یک برنامه اهدای جایزه هم دارد.



رشد نئوبانک‌ها در طول سال‌ها

نئوبانک‌های نوپا در طول چند سال اخیر رشد مستمری داشته‌اند.



به هر حال، در ۴ سال گذشته، تعداد نئوبانک‌های تأسیس شده، به ۱۰۳ عدد افزایش یافته است.



پیش از سال ۲۰۱۰، ۹ شرکت نوپا در حوزه نئوبانک وجود داشت. تا سال ۲۰۱۵، تعداد این شرکت‌ها به ۴۳ افزایش یافت.

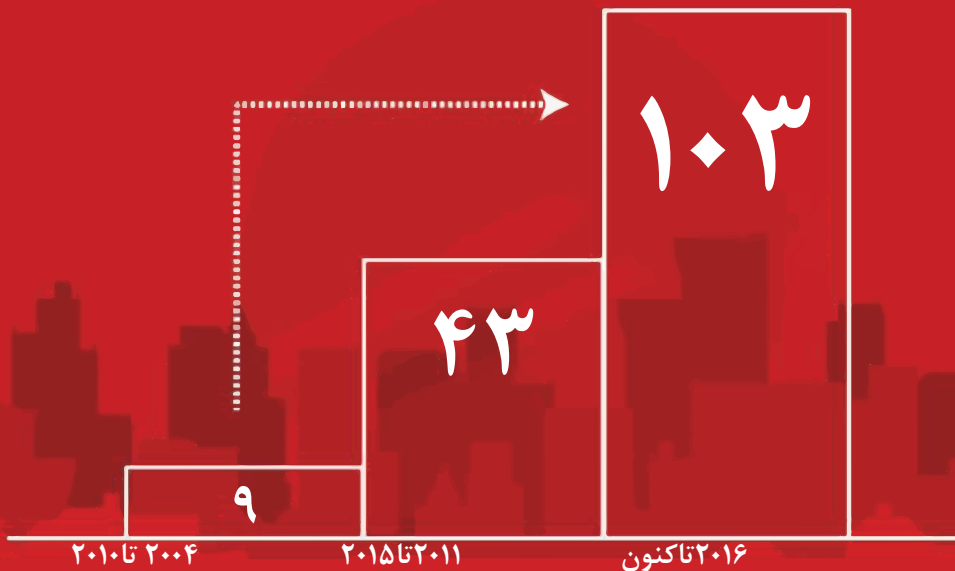


حدود ۵۰ درصد شرکت‌های نوپا در حوزه نئوبانک در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ تأسیس شدند.

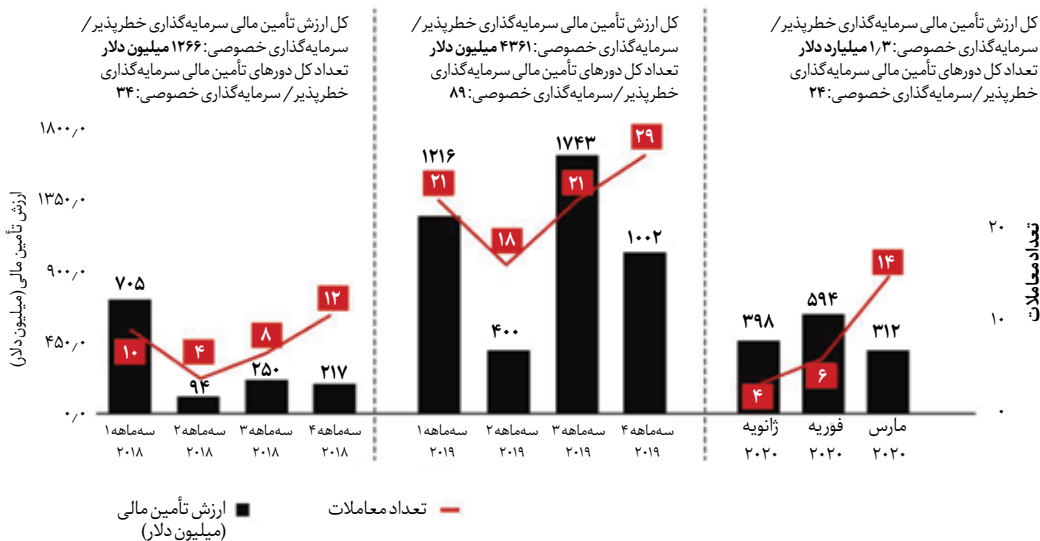


فعالیت شرکت‌های نوپا در حوزه نئوبانک حدود سال ۲۰۰۴ شروع شد و از سال ۲۰۱۱ شتاب گرفت.

نئوبانک‌های مستقل بر اساس سال تأسیس



تحلیل تأمین مالی نئوبانک‌ها در سال ۲۰۲۰



توجه: این تحلیل شامل ادغام، تملیک، عرضه اولیه سهام (IPO)، عرضه اولیه سکه (ICO)، تأمین مالی جمعی و کمک‌های مالی نمی‌شود. این تحلیل فقط شامل شرکت‌های نوپا در حوزه فین‌تک می‌شود که پس از سال ۲۰۰۷ تأسیس شده‌اند.










نئوبانک‌ها رقم رکوردشکن تأمین مالی در سه‌ماهه سوم سال ۲۰۱۹ میلادی را ثبت کردند، به‌گونه‌ای که آن‌ها رقم ۱٫۷۴ میلیارد دلار را طی ۲۱ سرمایه‌گذاری خطرپذیر / سرمایه‌گذاری خصوصی به‌دست آوردند. از سال ۲۰۱۸ رقم کل ۵٫۶۲۷ میلیارد دلار وارد نئوبانک‌ها شده که رقم رکوردشکن ۴٫۳۶۱ میلیارد دلار آن فقط در سال ۲۰۱۹ بوده است. با این حال به‌علت همه‌گیری کووید که هنوز وجود دارد، تأمین مالی سرمایه‌گذاری خطرپذیر / سرمایه‌گذاری خصوصی در این بخش رشد بزرگی داشته است. در فصل اول ۲۰۲۰، کل مبلغ تأمین مالی به رقم ۱٫۳۰۴ میلیارد دلار در ۲۴ سرمایه‌گذاری خطرپذیر / سرمایه‌گذاری خصوصی رسیده است.

پنج تأمین مالی برتر سال ۲۰۲۰ توسط نئوبانک‌ها

تاندم (تأمین مالی شرکت، ۷۸٫۴ میلیون دلار)
استارلینگ بانک (سرمایه‌گذاری خطرپذیر، ۷۷٫۴۹ میلیون دلار).

رولوت (سری D، ۵۰۰ میلیون دلار)
کونتو (سری C، ۱۱۵ میلیون دلار)
زینجا (سری D، ۹۵٫۵ میلیون دلار)

پانزده نئوبانک برخوردار از بیشترین تأمین مالی

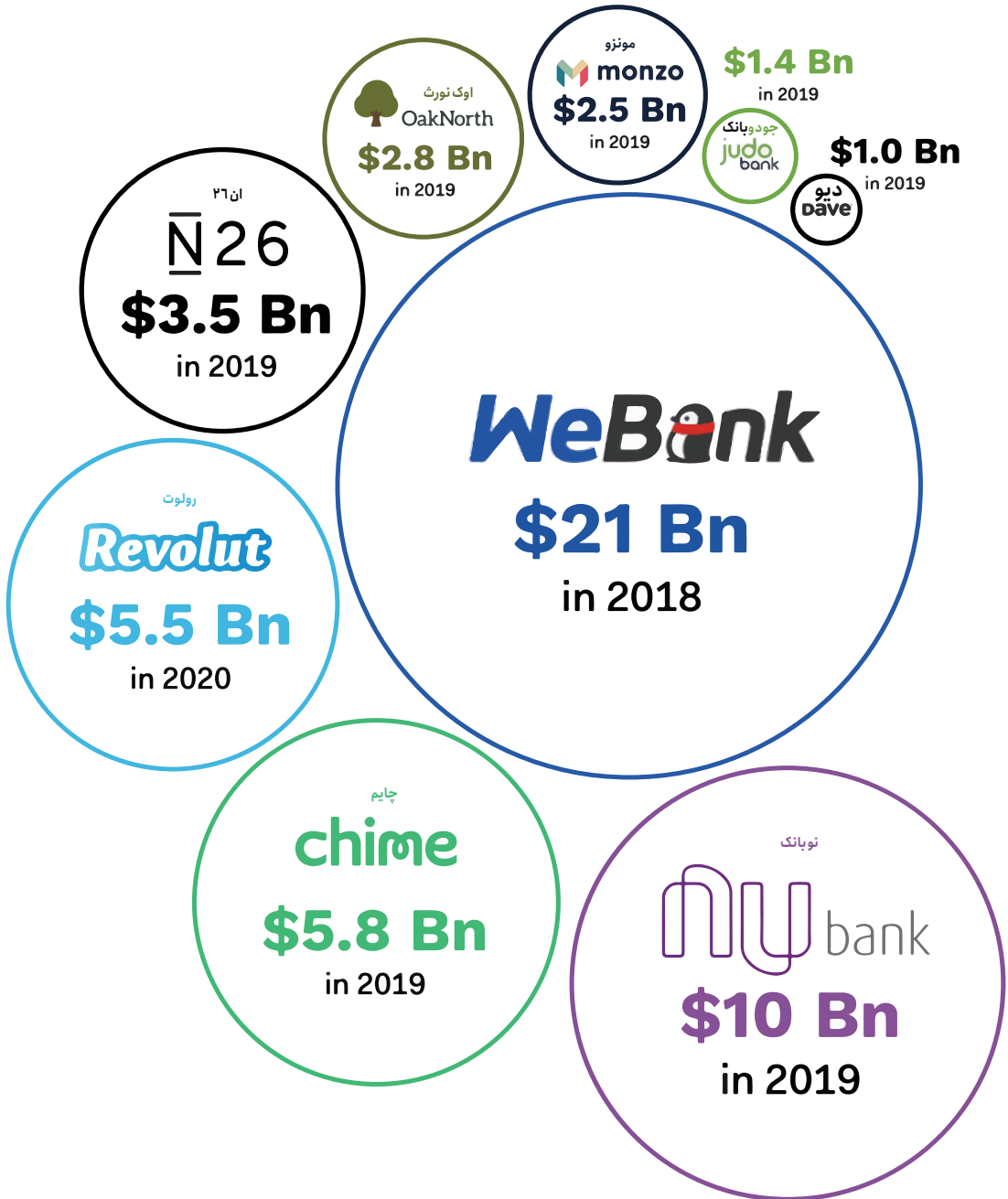
نام	کشورها	آخرین دور سرمایه‌گذاری	کل تأمین مالی	سال تأسیس	وبسایت	منطقه
	برزیل	سری F (۴۰۰ میلیون دلار)	۱۱۰۰ میلیون دلار	۲۰۱۳	nubank.com.br	قاره آمریکا
	انگلستان	افشانشده (۴۰۰ میلیون دلار)	۱۰۰۰ میلیون دلار	۲۰۱۵	oaknorth.com	اروپا
	انگلستان	افشانشده	۸۹۲/۳ میلیون دلار	۲۰۱۵	revolute.com	اروپا
	امریکا	سری E (۵۰۰ میلیون دلار)	۸۰۶٫۰ میلیون دلار	۲۰۱۳	chimecard.com	قاره آمریکا
	آلمان	سری D (۱۷۰ میلیون دلار)	۶۸۲٫۸ میلیون دلار	۲۰۱۳	com.n26	اروپا
	انگلستان	سرمایه خطرپذیر (۵۹ میلیون دلار)	۵۰۶٫۱ میلیون دلار	۲۰۱۴	atombank.co.uk	اروپا
	انگلستان	سری F (۱۳۳ میلیون دلار)	۳۹۲٫۲ میلیون دلار	۲۰۱۵	monzo.com	اروپا
	انگلستان	سرمایه خطرپذیر (۷۱ میلیون دلار)	۳۸۱٫۰ میلیون دلار	۲۰۱۴	starlingbank.co.uk	اروپا
	استرالیا	سری B (۲۶۶ میلیون دلار)	۳۶۹٫۴ میلیون دلار	۲۰۱۷	judo.bank	اقیانوسیه
	آمریکا	سری C (۱۰۰ میلیون دلار)	۱۷۸٫۴ میلیون دلار	۲۰۱۵	varomoney.com	قاره آمریکا
	انگلستان	تأمین مالی شرکت (۷۱٫۰۴ میلیون دلار)	۱۵۹٫۰۹ میلیون دلار	۲۰۱۳	tandem.co.uk	اروپا
	آلمان	سری B (۶۱٫۷۴ میلیون دلار)	۱۰۶٫۶ میلیون دلار	۲۰۱۶	solarisbank.de	اروپا
	انگلستان	سرمایه خطرپذیر (۲٫۹۶ میلیون دلار)	۸۰٫۴ میلیون دلار	۲۰۱۳	monese.com	اروپا
	انگلستان	افشانشده	۷۲٫۴ میلیون دلار	۲۰۱۴	masthaven.co.uk	اروپا
	انگلستان	افشانشده	۶۰٫۴ میلیون دلار	۲۰۱۶	chetwood.co	اروپا

توجه: جدول فقط شامل «بانک‌های دیجیتالی دارای مجوز»، «بانک‌های آنلاین» (over the top) می‌شود. سولاریس بانک پلتفرم بانکی مبتنی بر SAS (نرم‌افزار به‌عنوان سرویس) و دارای مجوز است.

تحلیل ۱۵ کسب‌وکار نوپا با بیشترین تأمین مالی نشان می‌دهد که ۱۱ مورد از آن‌ها از اروپا و ۳ مورد از آمریکا بوده‌اند.

- هفت کسب‌وکار نوپای تأمین مالی شده برتر از نوع یونیکورن هستند. بیشترین مقدار تأمین مالی توسط **نوبانک (۱۱۰۰ میلیون دلار)** از برزیل دریافت شده و پس از آن اوک‌نورث از بریتانیا (۱۰۰۰ میلیون دلار)، ان ۲۶ از آلمان (۶۸۲٫۲ میلیون دلار) و اتم بانک (۵۰۶٫۱ میلیون دلار) بوده‌اند.
- استارت‌آپ‌های آسیایی که بیشترین تأمین مالی را داشته‌اند **اوپن (۳۵ میلیون دلار)** و نیت (۵ میلیون دلار) هستند.
- **جودو بانک (۳۶۹٫۴ میلیون دلار)** کسب‌وکاری نوپا با بیشترین تأمین مالی در اقیانوسیه است.
- پس از سال ۲۰۱۷ بانک‌هایی مانند اتم‌بانک، مونزو، ان ۲۶، نوبانک، اوک‌نورث و رولوت منابع مالی زیادی به‌دست آورده‌اند.

نئوبانک‌های یونیکورن



فناوری / راهکارهای بانکداری متمرکز

- راهکارهای بانکداری متمرکز به کارگرفته شده توسط نتوبانک ها
- نتوبانک هایی که از بانکداری باز بهره می برند
- مطالعه موردی: بانک فیدور



راهکارهای بانکداری متمرکز عصر جدید برای نئوبانک‌ها

طی سال‌ها سیستم‌های سنتی یا راهکارهای بانکداری متمرکز در چرخه‌های تغییر قرار گرفتند تا طیف گسترده‌ای از الزامات را برآورده سازند. این وضعیت نهادهای مالی را با چندین چالش درخصوص به‌روزرکردن سیستم‌های فعلی‌شان مواجه کرده است. برای مثال انتقال دانش، منطق مستند نشده، عقب‌بودن از لحاظ فنی و شکاف مهارت / تمایل از جمله عواملی هستند که مانع منطقی کردن راهکارهای بانکداری متمرکز می‌شوند. موضوع این نیست که فقط بدانیم چگونه این کار را انجام دهیم، راهکارهای بانکداری متمرکز با سطح زیادی از پیچیدگی همراه است و متعاقباً تغییر به سمت سیستم‌های جدیدتر و بهتر یک کار ساده نیست و به این علت بانک‌ها غالباً مایل نیستند این کار را انجام دهند. سیستم‌های امروزی، بیشتر ماژولار و جزئی شده هستند و در نتیجه نسبت به سرعت زیاد تغییرات که دنیای دیجیتال طلب می‌کند منطقی‌تر و چابک‌تر هستند. سرمایه‌گذاری‌های بیشتر بانک‌ها به سمت معماری‌های مبتنی بر میکروسرویس‌ها است که از قدرت فضای ابری بهره می‌برند. این در تضاد قوی با معماری‌های یکپارچه قدیمی است که در آن‌ها تغییر یک بخش از سیستم بزرگ‌تر می‌تواند تاثیر معکوسی بر دیگر بخش‌ها داشته باشد. این به نوبه خود ارزیابی و آزمودن تاثیر طولانی مدت را ضروری کرده که هزینه‌های قابل توجهی را تحمیل خواهد کرد. در نتیجه تغییر به سمت سیستم‌های چابک بسیار برای نهادهای مالی موجود که از قبل میلیون‌ها مشتری دارند، آسان‌تر و بدون ریسک خواهد بود. راهکارهای بانکداری متمرکز یکی از دلایل اصلی به تعویق افتادن جریان تحول دیجیتال بانک‌ها بوده است. همان طور که سیتی‌بانک توضیح می‌دهد، سیستم‌های سنتی پاشنه آشیل بانک‌های سنتی در جریان تحول دیجیتالشان هستند.

با این حال یکی از مشخصه‌های تمایزگذار بانک‌های چالشگر، سیستم بانکداری متمرکز چابک آن‌ها در مقایسه با بانک‌های سنتی بوده است. سیستم‌های آن‌ها چابک‌تر بوده و در برخی موارد ماژولار هم هست. این امر در تضاد با معماری واحد بانکداری متمرکز بانک‌های سنتی است که در آن‌ها تغییر یک بخش از سیستم بزرگ‌تر می‌تواند تاثیر معکوسی بر دیگر بخش‌ها داشته باشد.

۱. ایجاد پلتفرم خانگی خودشان

۲. شراکت با بازیگران سنتی فناوری مانند ساپ، اوراکل و تمنوس



۳. بهره‌گیری از راهکارهای بانکداری متمرکز عصر جدید مانند بانک‌های تاوت ماشین، لوریس و مامبو



**نئوبانک‌ها اساساً به منظور اینکه
یک سیستم بانکداری متمرکز
چابک داشته باشند، این موارد را
انتخاب کردند**

مزایای راهکارهای بانکداری متمرکز عصر جدید



فهرست تأمین کنندگان بانکداری متمرکز برای نئوبانک‌های پیشرو

نئوبانک‌ها	راه‌حل‌های بانکداری متمرکز
  	
      	
	
	
    	<p>پلتفرم داخلی خودشان را توسعه داده‌اند.</p>

- در بین سیستم‌های متمرکز مدرن، مامبو محبوب‌ترین انتخاب برای بانک‌های چالشگر (نئوبانک‌ها) است که بانک‌های ان ۲۶، اوک‌نورث و ABN New10 آن را به پلتفرم ساخته خودشان ترجیح داده‌اند. اتم‌بانک در بریتانیا از پروفایل FIS، یک سیستم سنتی، به ماشین تاوت که یک پلتفرم متمرکز عصر جدید است، مهاجرت کرده است.
- موفق‌ترین شرکت در میان استفاده‌کنندگان بسته سیستم‌های متمرکز سنتی برای بانک‌های چالشگر تمنوس با پلتفرم ترانس‌اکت (که پیش از این به T24 معروف بود) است. زینجا، ولت و جودو در استرالیا، وارو مانی و گراس‌هاپر در آمریکا و پراکسیا در یونان و آلبا در بریتانیا (با نرم‌افزار تحت لیسانس) برخی از این بانک‌ها هستند. با اعلام شراکت TCS با اولین بانک دیجیتال در رژیم اشغالگر قدس و فیزرو که بانک تاندم را در بریتانیا توانمند می‌کند این دو نیز به این ترکیب اضافه شده‌اند.
- با این حال نئوبانک‌های آنلاین ترجیح داده‌اند به جای اینکه از راهکارهای موجود استفاده کنند راهکارهای خودشان را بسازند. دلیل آن این است که چنین برندهایی معمولاً روی تجربه مشتری و خدمات ارزش افزوده متمرکز دارند در حالی که کار دشوار نگهداری دفترکل، رعایت الزامات، ریسک، پرداخت و گزارش‌دهی از طریق بانک‌های شریک آن‌ها انجام می‌شود.

مسیر مدرن انتخاب نئوبانک‌های محبوب

لوریس


دفتر مرکزی
دوبلین، ایرلند

سال تأسیس
۲۰۱۴

تأمین مالی
وجود ندارد

لوریس شرکتی نرم‌افزاری است که راهکار بانکداری به عنوان یک پلتفرم را برای بانک‌های چالشگر، بانک‌های سنتی و تازه‌واردان بازار و دیگر برندهای خواستار ورود به فضای بانکداری و تسهیلات ارائه می‌دهد. این شرکت دو محصول یکپارچه مانند بسته کامل بانکداری خرد نقطه به نقطه دیجیتال و طیف کاملی از راهکارهای وام و تسهیلات را ارائه می‌دهد. این یک پلتفرم خدمات و اپلیکیشن‌های کاملاً یکپارچه، بک‌اند، میان‌ابزار و فرانت‌اند است که براساس اجزای منبع باز ساخته شده است.


تاوت ماشین


دفتر مرکزی
لندن، بریتانیا

سال تأسیس
۲۰۱۴

تأمین مالی
۲۲/۲۴ میلیون دلار

تاوت ماشین راهکارهای نرم‌افزاری آماده و مفید برای خدمات بانکی ارائه می‌دهد. این شرکت امکاناتی مانند عملیات بانکداری، یکپارچه کردن API، گردش کار و خدمات مدیریت داده‌های مشتریان را در نرم‌افزار خود ارائه می‌دهد.

مامبو



دفتر مرکزی
برلین، آلمان


سال تأسیس
۲۰۱۱


تأمین مالی
۴۶/۴۰ میلیون دلار


مامبو ارائه‌کنندگان خدمات بانکداری را قادر می‌سازد که محصولات وام و سپرده را از طریق پلتفرم بانکداری ابری ایجاد، راه‌اندازی و ارائه دهند. مامبو زمان ورود به بازار برای محصولات بانکی مشتریان جدید و کسب و کارهای کوچک و متوسط را از طریق کانال‌های نوآورانه شتاب می‌دهد.

مسیر مدرن انتخاب نئوبانک‌های محبوب


تمنوس



دفتر مرکزی
ژنو، سوئیس 


سال تأسیس 
۱۹۹۳


تأمین مالی 
وجود ندارد

گروه تمنوس سیستم‌های نرم‌افزاری بانکداری را به بانک‌های ارائه دهنده خدمات خرد، شرکتی، جهانی، خصوصی، اسلامی، تأمین مالی خرد، بانک‌های محلی، مدیران ثروت و مؤسسات مالی عرضه می‌کند. این شرکت راهکارهای نرم‌افزاری یکپارچه بانکداری و مالی، تحلیل ریسک و راهکارهای تطبیق ارائه می‌دهد.


ام بانک



دفتر مرکزی
کالیفرنیا، آمریکا 


سال تأسیس 
۲۰۱۶


تأمین مالی 
وجود ندارد

ام بانک کارکردهای کامل خدمات ستادی شامل تأمین مالی، خزانهداری، گزارش‌های قانونی، مدیریت ریسک و AML را ارائه می‌دهد. این شرکت اپلیکیشن‌های بانکی تحت وب و موبایلی وایت لیبل با تجربه مدرن و دیجیتال را نیز در بر دارد.

ایکس ۱۰


دفتر مرکزی
لندن، بریتانیا 

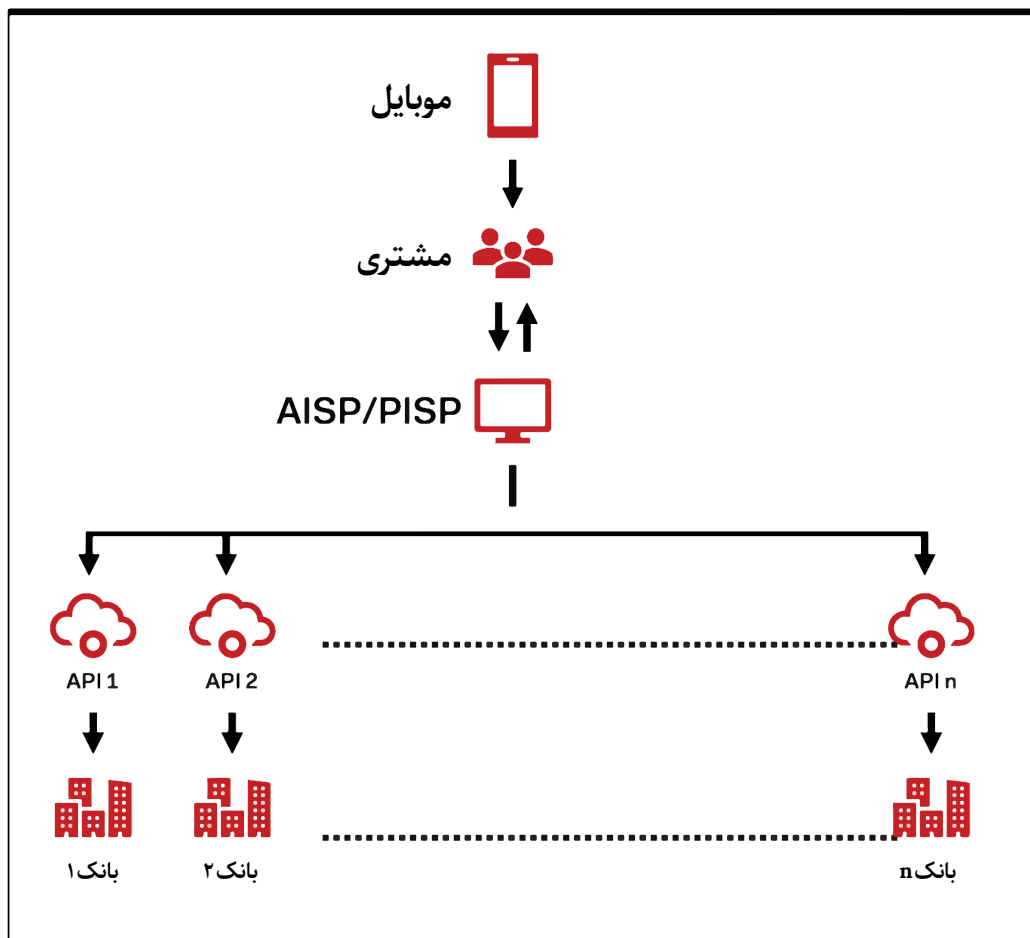
سال تأسیس 
۲۰۱۶

تأمین مالی 
۴۹ میلیون پوند

این شرکت یک پلتفرم بانکداری API برای بانک‌ها و کسب‌وکارها ارائه داده که آن‌ها را قادر به استفاده از پرتال باز برای فرایندهای مالی‌شان می‌کند. این پلتفرم مبتنی بر تحلیل داده‌ها و فناوری هوش مصنوعی است.

نئوبانک‌هایی که از بانکداری باز بهره می‌گیرند

- بانکداری باز به نئوبانک‌ها این امکان را می‌دهد که **رویکرد تحول «اول مشتری»** را اتخاذ کنند. با کمک بانکداری باز نئوبانک‌ها می‌توانند با ترکیب خدمات از چندین تأمین‌کننده ثالث توسعه سریع داشته باشند.
- ما شاهد یک صعود بزرگ در نئوبانک‌هایی بوده‌ایم که از **فناوری‌های بانکداری باز** برای پاسخ به محدودیت‌های خاص محصولات و خدمات بهره می‌گیرند. با این حال این بازیگران قادر به استفاده از این فناوری به نفع خودشان و پرکردن شکاف از طریق شراکت با دیگر بازیگران فین‌تک هستند. این کار به آن‌ها کمک می‌کند که به سرعت برنامه‌هایشان را اجرا کرده و در محیط رقابتی محصولات نوآورانه عرضه کنند.



نئوبانک‌هایی که از بانکداری باز بهره می‌گیرند

- یکی از دلایل اصلی صعود بزرگ در نئوبانک‌های بریتانیا **دستورالعمل بانکداری باز و الزام دستورالعمل‌های PSD2** بود که از سال ۲۰۱۸ اجرایی شده است. این کار به بانک‌های دیجیتالی مانند رولت، استارلینگ و ان ۲۶ کمک کرد که خود را تثبیت کرده و جنگ سختی با بانک‌های سنتی در منطقه اروپا داشته باشند.
- به علاوه در مناطقی مانند **استرالیا، چین یا هنگ‌کنگ** پذیرش بیشتر بانکداری باز را شاهدیم که به نئوبانک‌ها کمک کرده است با بهره‌گیری از این رویکرد رشد کنند.
- با این حال نئوبانک‌ها در کشورهایمانند آمریکا نتوانستند نسبت به هم‌تا نشان در دیگر مناطق جغرافیایی جهان رشد کنند. یکی از دلایل اصلی آن می‌تواند **بی میلی این صنعت در آمریکا به بانکداری باز** باشد.

بانکداری باز فراتر از اروپا

برزیل

- بانک مرکزی برزیل می‌خواهد از طریق بانکداری باز رقابت سالم را تشویق کند.
- طبق قوانین جدید در نیمه دوم سال ۲۰۱۹ دوازده بانک از بانکداری باز استفاده خواهند کرد.

چین

- تجربه بانکداری باز چین نتایجی فراتر از پیش بینی به دست داد.
- به‌کارگیری گسترده بانکداری باز بانک‌ها را قادر ساخته که محصولاتی نو را به یکی از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان خدمات دیجیتال در جهان ارائه دهند.
- برای مثال وی‌بانک، اولین بانک دیجیتال چین از بانکداری باز به صورت پارادایم «۳۰» استفاده کرده است؛ یعنی پلتفرم باز، نوآوری باز و همکاری باز.

استرالیا

- رابطه نزدیک با بریتانیا و توجه ویژه به استانداردهای پیاده‌سازی
- اولین نسخه حقوق داده مصرف‌کنندگان استرالیا (CDR) در اول ژوئیه ۲۰۱۹ معرفی شد.
- ابتدا از چهار بانک بزرگ خواسته شد که داده‌های مصرف‌کنندگان را تا اول ژوئیه در دسترس قرار دهند؛ یعنی دسترسی به مصرف‌کننده، داده‌های حساب و قابل برداشت برای کارتهای نقدی و اعتباری و حساب‌های تراکنش. در ادامه، این مهلت تا اول فوریه ۲۰۲۰ تمدید شد.

آمریکا

- آمریکا در زمینه پذیرفتن چهارچوب PSD2 که بریتانیا و اتحادیه اروپا اتخاذ کرده‌اند، بی‌رغبت بوده است.
- در حال حاضر هیچ چهارچوب قانونی یا مقررات الزام‌آوری درباره بانکداری باز وجود ندارد.

کانادا

- وزارت مالی کانادا یک کمیسیون مشاوره در خصوص بانکداری باز در سپتامبر ۲۰۱۸ راه‌اندازی کرد.
- کانادا در ژانویه ۲۰۱۹ یک مقاله مشورتی در خصوص منافع بانکداری باز منتشر کرد.
- با این حال کلیت پیشرفت بانکداری باز در این کشور آهسته بوده است.

مکزیک

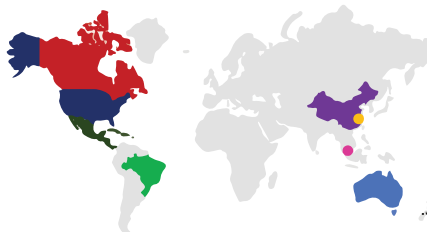
- اولین هدف به‌کارگیری بانکداری باز در این کشور دسترسی مالی بود، زیرا فقط ۳۷ درصد از جمعیت مکزیک حساب بانکی دارند.
- مجلس نمایندگان قانون فین‌تک را تصویب و متعاقباً رمز ارزها، تأمین مالی جمعی و آزمون سندباکس را رگولاتوری کرد.

هنگ‌کنگ

- مرجع پولی هنگ‌کنگ در ژوئیه ۲۰۱۸ رویکردی چهار فازی در خصوص پیاده‌سازی بانکداری باز در این شهر منتشر کرد
- (فاز اول: اطلاعات محصول یعنی نرخ سپرده، پیشنهادات کارت اعتباری، کارمزدهای خدمات و دیگر اطلاعات عمومی؛
- فاز دوم: جذب مشتری یعنی درخواست‌های جدید برای کارتهای اعتباری، تسهیلات و دیگر محصولات؛
- فاز سوم: اطلاعات حساب یعنی مانده حساب، بدهی کارت اعتباری، سوابق تراکنش‌ها، تغییر محدودیت اعتبار و موارد دیگر؛
- فاز چهارم: پردازش تراکنش یعنی پرداخت‌ها و انتقال وجه‌ها)
- هنگ‌کنگ اولین پلتفرم تبادل API خود را در تلاش برای بانکداری باز به دست آورد که در ژانویه سال ۲۰۱۹ چک کو آن راه‌اندازی کرد.

سنگاپور

- سنگاپور یکی از کشورهای پیشرو در به‌کارگیری بانکداری باز در منطقه آسیا و اقیانوسیه است.
- طبق برنامه کشور هوشمند سنگاپور، دولت کار بنیادی در زمینه بانکداری باز را کلید زده است.
- در نوامبر ۲۰۱۶ MAS با همکاری انجمن بانک‌های سنگاپور (ABS) یک نقشه‌راه جامع با عنوان Finance as a Service: API Playbook را منتشر کرد.
- در ماه مه ۲۰۱۶ بانک OCBC اولین پلتفرم توسعه‌دهنده API را در آسیا به نام Connect2OCBC راه‌اندازی کرد که سیتی بانک، استاندارد چارتر و DBS در سال ۲۰۱۷ از آن پیروی کردند.



نئوبانک‌هایی که از بانکداری باز بهره می‌گیرند

- از طریق **بانکداری باز** نئوبانک‌ها را به جمعیت بزرگتری از مشتریان دسترسی دارند و می‌توانند خدمات بانکداری بهتری را ارائه دهند. چگونه؟
- برای مثال نئوبانک‌ها معمولاً آن دسته از خدمات بانکی را ارائه می‌دهند که از طریق آن می‌تواند **سطح بالایی از خدمت** را در قیمتی رقابتی ارائه دهند. به علاوه با استفاده از بانکداری باز، نئوبانک‌ها می‌توانند آسان‌تر خدمات یا داده‌های شخص ثالث را به کار بگیرند و یک تجربه بانکداری کامل ارائه دهند. برای مثال استارلینگ یک بازار مالی برای نرم‌افزارهای ثالث ایجاد کرده است که نرم‌افزار بانکداری اش یکپارچه شده‌اند. با این کار تجربه بانکی مشتریان با استفاده از راهکارهایی مانند مدیریت پول، پس‌انداز و حقوق مستمری غنی‌تر و پربارتر می‌شود.
- به علاوه این کار به نئوبانک‌ها **کانال توزیع اضافی‌ای برای فروش و یکپارچه کردن خدماتشان در محیط بانکداری** شرکایشان می‌دهد. بدین طریق آن‌ها می‌توانند به مشتریان دیگر بانک‌ها هم دسترسی داشته باشند و خدمت‌رسانی کنند. برای مثال ترانسفروایز با بسیاری از نئوبانک‌ها برای ارائه انتقال بین‌المللی پول به قیمت رقابتی شراکت کرده است.
- به‌طورکلی بانکداری باز به نئوبانک‌ها که پایگاه مشتریان کمتری دارند کمک می‌کند که جایگاه خود را در سطح منصفانه‌تری به نسبت بانک‌های سنتی تثبیت کنند.

نئوبانک‌ها معمولاً آن دسته از خدمات بانکی را ارائه می‌دهند که از طریق آن می‌تواند سطح بالایی از خدمت را در قیمتی رقابتی عرضه کنند. به علاوه با استفاده از بانکداری باز، نئوبانک‌ها می‌توانند آسان‌تر خدمات یا داده‌های شخص ثالث را به کار بگیرند و یک تجربه بانکداری کامل ارائه دهند.

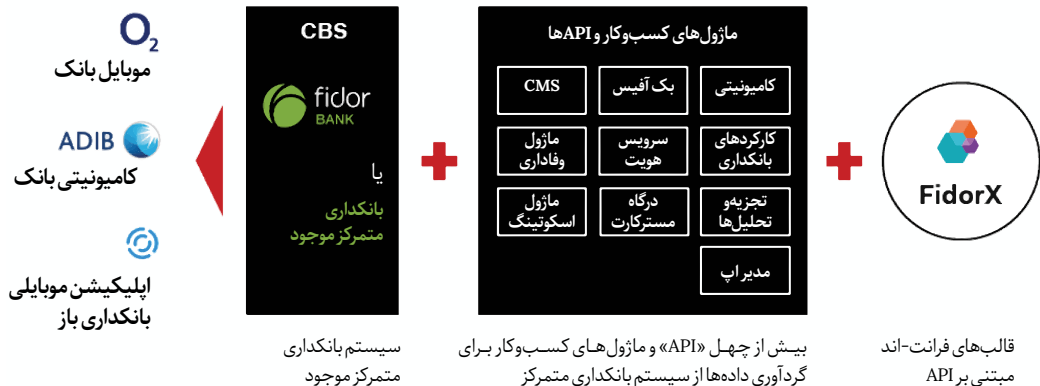
مطالعه موردی

غیره به آن‌ها دسترسی به گزینه‌های زیادی از خدمات، محصولات و پیشنهادات مالی می‌دهد. فیدور OS مجموعه‌ای از ماژول‌های بانکداری دیجیتال با API فعال شده به صورت وایت لیبل ارائه می‌دهد. پلتفرم بانکداری متمرکز فیدور OS توسط فیدور راه‌اندازی شده و توسط زیرمجموعه‌هایی مانند موبایل بانک، کامیونیتی بانک و اپلیکیشن موبایلی بانکداری باز مدیریت می‌شود.

فیدور، بانکی آنلاین که دفتر مرکزی آن در آلمان قرار دارد، یکی از اولین بازیگرانی بود که از بانکداری باز استفاده کرد و پتانسیل همراه آن را آزمود. API باز بانک‌ها را قادر می‌سازد که تعداد زیادی از خدمات را ارائه دهند. به نوعی بانک فیدور همچون بازاری برای مشتریان خود عمل می‌کند و به واسطه شراکت‌هایی مانند حساب‌های آنلاین با دیجیتال مسترکارت، پرداخت‌های فرد به فرد، کارت‌های اعتباری، اضافه برداشت، مشارکت مشتری و

«فیدور OS»، مجموعه‌ای از ماژول‌های قابل فعال سازی با API و با برند شخصی مشتری است.

فیدور بانک آنلاین آلمانی است که پلتفرم بانکی اختصاصی مبتنی بر فناوری ابری به نام «فیدور OS» را راه‌اندازی کرده است. این پلتفرم را شرکتی در زیرمجموعه آن اداره می‌کند و ۲۲٪ از درآمد فیدور را شکل می‌دهد.



هیچ ندیده‌ای هنوز

انتشارات **راه‌پرداخت**

برای سفارش اینترنتی این کتاب به وبسایت انتشارات راه‌پرداخت مراجعه کنید
way2pay.shop

از سال ۲۰۱۶ شاهد رشد نسل جدیدی از بانک‌ها بودیم که مبتنی بر فناوری و مشتری محور بودند؛ بانک‌هایی که به آنها **نئوبانک** می‌گوییم. این نوع جدید از بانک‌ها که شعبه‌های فیزیکی ندارند و علاوه بر آن بسیاری از فرایندهای زاید و بی‌مورد را حذف کرده‌اند تلاش می‌کنند **چشم‌انداز بانکداری** را تغییر دهند. **موسسه مدیچی** در سال ۲۰۱۹ گزارشی در زمینه نئوبانک‌ها منتشر کرده بود که بعد از تغییرات نسخه دوم آن را در سال ۲۰۲۰ منتشر کرد. کتاب حاضر ترجمه‌ای است از این گزارش.

محتوای این کتاب تلاش می‌کند مخاطب را با ابعاد گوناگون نئوبانک‌ها آشنا کند و بخش‌های جذاب و در حال رشد را معرفی کند. بعد از بحران مالی سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹، **فین‌تک** در جهان با سرعت بیشتری رشد کرده است و نئوبانک‌ها هم بخشی از فین‌تک هستند. در شرایطی که بانک‌ها با **بحران اعتماد** دست‌وپنجه نرم می‌کنند و ناچار به انجام تحول و دگرگونی شده‌اند **نئوبانک‌ها فرصتی برای دنیای بانکداری هستند**. بانک‌هایی که با فناوری‌های قدیمی کار می‌کنند و سیستم‌های خود را به روز نکرده‌اند و در برابر پذیرش تغییر مقاومت می‌کنند محکوم به نابودی و زوال هستند. آنهایی که در پذیرش تغییر مردد نیستند و تلاش می‌کنند خودشان را با امواج تغییر همراه کنند برنده‌های دنیای آینده هستند. این کتاب به مدیران و فعالان بانکداری برای انتخاب مسیر درست دید می‌دهد.

ISBN 978-622-7702-76-7



9

86227 702767

۳۸۵ هزار تومان

انتشارات **راه‌پروا**

ناشر فناوری و نوآوری

way2pay.press