آینده صنعت مالی، فین‌تک‌ها و استراتژی سرمایه‌گذاری

دکتر مجتبی لشکربلوکی

مدیران ارشد بانک‌ها، بیمه‌ها، صرافی‌ها، لیزینگ‌ها، سبدگردانان، کارگزاران و سایر نهادهای مالی چه باید در مورد آینده بدانند و چه باید انجام دهند؟

باسمه‌تعالی

نام کتاب: آینده صنعت مالی، فین‌تک‌ها و استراتژی سرمایه‌گذاری

تالیف: دکتر مجتبی لشکربلوکی

ناشر: فرهنگ صبا

ویراستاران: دکتر رضا میهمی و مهندس وحید شامخی

طراح و صفحه آرا: مازیار غلامی

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۷

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۳۶-۰۷-۲

شمارگان: ۳۰۰نسخه

قیمت: ۲۵۲۵۲تومان

مدیریت ثروت ستارگان

www.stars-wm.com

تلفکس: ۸۸۶۵۵۰۳۵

این کتاب با حمایت موسسه دانش بنیان برکت و شرکت مدیریت ثروت ستارگان چاپ و منتشر شده است. کلیه حقوق مادی و معنوی این کتاب در اختیار این دو مجموعه است.

سرشناسه: لشکربلوکی، مجتبی، ۱۳۵۷
عنوان و نام پدیدآور: آینده صنعت مالی، فین‌تک‌ها و استراتژی سرمایه‌گذاری/ مجتبی لشکربلوکی
مشخصات نشر: تهران، فرهنگ صبا، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری: ۵۷ص
شابک: ۲-۰۷-۶۲۳۶-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا
موضوع: خدمات مالی -- تکنولوژی اطلاعات
موضوع: Financial services industry—Information technology
موضوع: خدمات مالی-- نوآوری
موضوع: Financial services industry—Technological innovations
موضوع: سرمایه‌گذاری جمعی
موضوع: Crowd Funding
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۷ ۹آ۵ل/ HG۱۷۳
رده‌بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۶۸۸
شماره کتاب‌شناسی ملی: ۵۴۱۸۴۳۸

فهرست مطالب

- گشایش: اهمیت و گستره صنعت مالی ۱
- فصل اول: پیشران‌های تغییر چیستند؟ ۷
- فصل دوم: آینده صنعت مالی چگونه خواهد بود؟ ۲۳
- فصل سوم: استراتژی‌های سرمایه‌گذاری؛ واکنش امپراطور ۴۹
- منتخبی از منابع و مراجع ۵۶

گشایش

اهمیت و گستره صنعت مالی

گشایش؛ اهمیت و گستره صنعت مالی

صنعت مالی در تمام کشورها بدون استثناء یک صنعت استراتژیک است. اما وقتی می‌گوییم صنعت مالی، منظورمان چیست؟ صنعت مالی از نهادهای مالی تشکیل شده است که به اشخاص حقوقی (شرکت‌ها و سازمان‌ها) و نیز اشخاص حقیقی، خدمات مالی یا خدمات مربوط به دارایی‌های مالی ارایه می‌نمایند. حال سه سوال در این جا مطرح می‌شود:

- دارایی مالی چیست؟
- خدمات مالی به چه معناست؟
- نهادهای مالی چه می‌توانند باشند؟

در ادامه به این سوالات پاسخ می‌دهیم:

دارایی مالی چیست؟

دارایی مالی، یک نوع دارایی نامشهود است، که به آن دارایی‌های کاغذی هم گفته می‌شود، ارزش این نوع دارایی به پشتوانه یک دارایی دیگر تعیین می‌شود؛ مثلا دارنده اوراق مشارکت، به واسطه مشارکت در پروژه‌ای که اوراق مذکور برای تأمین مالی آن پروژه منتشر شده، سود به دست می‌آورد. همین گونه اوراق سپرده، ورقه سهام، اوراق گواهی سرمایه‌گذاری و ...

نهادهای مالی چه می‌توانند باشند؟

نهادهای مالی، در یك طبقه‌بندی کلی به دو دسته نهادهای سپرده‌پذیر (فعال در بازار پول) و غیرسپرده‌پذیر (فعال در بازار سرمایه و بیمه) طبقه‌بندی می‌شود. نهادهای سپرده‌پذیر واسطه‌های مالی هستند که از طریق دریافت کارمزد خدمات مالی و حاشیه سود حاصل از تفاوت نرخ اعطای وام و پذیرش سپرده، فعالیت می‌کنند؛ نظیر بانك‌های تجاری، موسسات اعتباری و...؛ اما نهادهای غیرسپرده‌پذیر از طریق به کارگیری یا ارایه خدمات تخصصی درآمد کسب می‌کنند؛ نظیر شرکت‌های بیمه، صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترك، شرکت‌های تامین سرمایه (بانك‌های سرمایه‌گذاری) و...

نمونه‌هایی از بازیگران صنعت مالی: بانک‌های تجاری/عمومی، بانک‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌های اختصاصی، موسسات پس‌انداز و وام، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، صندوق‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های بیمه شامل بیمه زندگی و غیر زندگی، دلال یا مشاوران مالی، کارگزاران بورس و اوراق بهادار، حسابرسان، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت‌های مدیریت ثروت یا دارایی، شرکت‌های سبدگردان، صرافی‌ها، لیزینگ‌ها، شرکت‌های فکتورینگ و فورفیتینگ و ...

خدمات مالی به چه معناست؟

و در نهایت خدمات مالی عبارت است از :

- تبدیل دارایی‌های مالی (مانند تبدیل پول به گواهی سپرده بلندمدت توسط بانک‌ها)
- مبادله دارایی‌های مالی (مانند تبادل لیر ترکیه با یوان چین توسط صرافان)
- واسطه‌گری دارایی‌های مالی (مانند اعطای وام از طریق تجمیع سپرده‌ها)
- کمک به ایجاد دارایی‌های مالی برای مشتریان (مانند تولید ثروت توسط شرکت‌های مدیریت دارایی)
- ارایه مشورت درباره سرمایه‌گذاری به دیگر مشارکت‌کنندگان در بازار (مشاوران سرمایه‌گذاری یا مالی)
- حفظ و نگهداری دارایی‌های مالی (موسسات پس‌انداز و وام، بیمه‌های بازنشستگی)
- خرید ریسک و ارایه دارایی مالی مرتبط (مانند صدور بیمه نامه)
- تبدیل دارایی‌های فیزیکی به دارایی‌های مالی یا اوراق بهادارسازی دارایی‌ها
- تسهیل فروش دارایی‌های مالی (مانند شرکت‌های مشاوره پذیرش و عرضه)
- انتقال دارایی‌های مالی از یک شخص به شخص دیگر (مانند حواله‌های ارزی صرافان و حواله‌های بانکی)

و ...

تعیین اندازه دقیقِ بخشِ خدمات مالی جهان، کارِ دشواری است زیرا آماری از اندازه بازار مالی همه کشورها در دسترس نیست و از طرف دیگر تعریف دامنه صنایعی که می‌تواند در بخش خدمات مالی دسته‌بندی گردد، آسان نمی‌باشد. با این وجود آماری که از سوی OECD[1] منتشر شده، نشان می‌دهد ۲۰٪ از کل تولید ناخالص داخلی کشورهای توسعه یافته در بخش خدمات مالی است و در سال ۲۰۲۰، از منظر مجموع تولید ناخالص داخلی جهان، به بیش از ۱۰۰ تریلیون دلار می‌رسیم که اگر بپذیریم بیشترین سهم از تولید ناخالص داخلی جهان را همین کشورهای توسعه یافته دارند آنگاه میزان ارزش جهانی بازار خدمات مالی در حدود ۲۰ تریلیون دلار تخمین زده می‌شود.

این صنعت همواره در طول تاریخ از اهمیت استراتژیکی برخوردار بوده و هست. چرا که هیچ کالایی فروخته نمی‌شود، هیچ کارخانه جدیدی تاسیس نمی‌شود، هیچ سرمایه‌گذاری انجام نمی‌شود و به عبارتی هیچ آجری روی آجر گذاشته نمی‌شود، مگر اینکه یکی از بانک‌ها، بیمه‌ها، صرافی‌ها، لیزینگ‌ها، سبدگردانان، کارگزاران، شرکت‌های تامین سرمایه یا سایر نهادهای مالی بسترساز آن باشند. صنعت مالی، یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های نرم یک نظام اقتصادی است.

اما برای آنکه بتوانیم آینده صنعت مالی را پیش‌بینی کنیم، باید بدانیم که پیشران‌های تغییر این نظام چیست؟ بنابراین در فصل اول به هشت پیشران تغییر یا موتورهای دگرگون‌سازی نظم موجود می‌پردازیم تا پس از آن در فصل دوم دریابیم که این نظم نوین بعدی تحت تاثیر این هشت پیشران کلیدی چگونه خواهد بود؟ چه روندهای تاثیرگذاری شکل خواهد گرفت؟ و نهایتاً در فصل سوم به این می‌پردازیم که در چنان شرایط جدیدی چه استراتژی‌های موثری را می‌توان پیش گرفت؟

1. Organization for Economic Co-operation and Development

فصل اول

پیشران های تغییر چیستند ؟

پیشران‌های تغییر چیستند؟

با مطالعه منابع مختلف درمی‌یابیم که هشت پیشران کلیدی پیش روی صنعت مالی وجود دارد که به شدت در آینده آن موثر است. در متون آینده پژوهی، پیشران‌ها به نیروهای عمده شکل‌دهنده آینده اشاره دارد. به عبارت دیگر پیشران‌ها، نیروهای محرکی هستند که باعث حرکت و تغییر متغیرهای مختلف و ایجاد وضعیت‌ها و تعادل‌های جدید می‌شوند. در ادامه به معرفی این هشت پیشران می‌پردازیم.

نسل Z

کلان داده‌ها

اینترنت اشیاء و اشیای هوشمند

زنجیره بلوکی و قراردادهای هوشمند

فناوری‌های شناختی و هوش مصنوعی

گوشی‌های هوشمند

نسل‌های جدید فناوری‌های ارتباطی

واقعیت تعمیم‌یافته

۱. اینترنت اشیاءِ و اشیای هوشمند

اینترنت اشیاء یعنی اینکه وسایل مختلف به اینترنت متصل می‌شوند و قابلیت ارسال و دریافت اطلاعات دارند. از ساعت روی دست شما تا لوله آبی که در خانه شماست، از خودرو گرفته تا دوچرخه. هر چیزی که فکر می‌کنید می‌تواند سیگنال بفرستد و دریافت کند، به عبارت دیگر می‌تواند با جهان حرف بزند و به جهان گوش دهد.

اینترنت اشیاء، پوشیدنی‌های هوشمند، خانه هوشمند و ماشین متصل به اینترنت، تغییر بزرگی ایجاد خواهند کرد. سنجش وضعیتِ خانه‌ها، از طریق داده‌های جمع‌آوری شده از سنسورهای هوشمند بهبود می‌یابد. تا سال ۲۰۲۰، ۲۰ میلیارد دستگاه متصل به اینترنت خواهیم داشت و ۳۰۰ میلیارد دلار درآمد در حوزه اینترنت اشیاء!

نمونه عملی؛ اینترنت اشیاء و صنعت بیمه

زنگ خانه‌هایی که به اینترنت متصل هستند به کاربران این اجازه را می‌دهد تا از هر کجای دنیا با تلفن همراه خود مراجعین را مشاهده و با آنها صحبت کنند. این زنگ‌های هوشمندِ خانه‌ها به دید در شب و حسگر حرکتی مجهز و قادر به ضبط ویدیو است و نیز می‌توان از همه جا به اطلاعات ضبط شده دسترسی داشت. طبق گفته مدیرعامل شرکت رینگ، داده‌های شرکت نشان می‌دهد که استفاده از زنگ در ورودی‌ای که قابل اتصال به اینترنت است، ورودهای غیرمجاز احتمالی و خسارت را به طور چشمگیری کاهش می‌دهد. برخی شرکت‌های بیمه این زنگ‌ها را با ۳۰٪ تخفیف برای مشتریان خود نصب می‌کنند. شرکت‌های بیمه در آینده برای کاهش میزان خسارت‌پذیری، بیشتر و بیشتر از اینترنت اشیاء استفاده خواهند کرد.

۲. کلان داده‌ها

۹۰% از داده‌های موجود در جهان نتیجه تولید روزانه ۲/۵ تریلیون بایت داده، فقط طی بیست سال گذشته است. این حجم از داده که معمولاً کلان داده یا داده‌های عظیم نامیده می‌شوند، نتیجه عملکرد عالی کامپیوترها در جمع‌آوری و ذخیره اطلاعات است. هزینه کم این ذخیره‌سازی‌ها نیز، به این معنی است که شرکت‌های مالی بیش از پیش ذخیره‌سازی انجام می‌دهند و این مسئله حائز اهمیت شده است.

هرچند که استفاده کاربردی و شناخت این اطلاعات کار بسیار دشواری است چرا که طیف داده‌ها بسیار گسترده بوده و کنار هم قراردادن آن‌ها و به‌دست آوردن معنی و مفهوم یکپارچه کاری است بس پیچیده!

کلان داده‌ها را می‌توان به دو دسته ساختاریافته و ساختارنیافته تقسیم کرد. داده‌های ساختارنیافته، اطلاعاتی هستند که سازماندهی نشده و در دسته‌های از پیش تعیین شده قرار نمی‌گیرند. داده‌های جمع‌آوری شده از شبکه‌های اجتماعی از جمله داده‌های ساختارنیافته هستند که مؤسسات مالی از آنها برای جمع‌آوری اطلاعات در مورد نیازهای مشتریان استفاده می‌کنند. داده‌های ساختاریافته، مرکب از اطلاعاتی هستند که در پایگاه داده سازمان طبقه‌بندی شده‌اند.

این حجم از تولید و توزیع داده‌ها در جهان، تحلیل‌هایی را برای ما ممکن می‌سازد که تا پیش از این قادر به انجام آن نبوده‌ایم. همچنین تکنولوژی‌های مرتبط با کلان داده‌ها، پاسخ طبیعی ماست به این انفجار اطلاعات!

نمونه عملی؛ کلان داده‌ها و معاملات الگوریتمی

به دلیل رشد ظرفیت ذخیره رایانه‌ها، معاملات الگوریتمی با کلان داده‌ها متناظر شده‌اند.

پردازش خودکار، برنامه‌های رایانه‌ای را قادر می‌سازد که معاملات مالی را با سرعت و تناوبی که فراتر از توان بشری است به انجام برسانند. معاملات الگوریتمی، از طریق مدل‌های ریاضی، انجام معاملات با بهترین قیمت و در بهترین زمان را ممکن می‌سازند و تأثیر خطای انسانی ناشی از عوامل رفتاری را به حداقل می‌رسانند.

مؤسسات می‌توانند الگوریتم‌ها را برای پردازش حجم انبوهی از داده و استفاده از انبوه اطلاعات گذشته برای سنجش استراتژی‌های مالی برنامه‌ریزی کنند و در نتیجه ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش دهند. این امر به کاربران کمک می‌کند تا داده‌های مفید و قابل توجه را بشناسند و داده‌های کم اهمیت‌تر را نادیده بگیرند.

از الگوریتم‌ها می‌توان هم برای تحلیل داده‌های ساختاریافته و هم برای تحلیل داده‌های ساختارنیافته استفاده کرد. تجمیع داده‌هایی از قبیل اخبار لحظه‌ای، داده‌های شبکه‌های اجتماعی و داده‌های بورس در یک موتور الگوریتمی واحد می‌تواند منجر به نتایج معاملاتی بهتری شود. برخلاف تصمیم‌گیری انسانی که می‌تواند توسط منابع اطلاعاتی مختلف و احساسات و عواطف تحت تأثیر قرار گیرد، معاملات الگوریتمی منحصراً بر مبنای مدل‌ها و داده‌های مالی اجرا می‌شوند. از همین رو، روبات‌های مشاور مثل بِترمنت، از الگوریتم‌های سرمایه‌گذاری و حجم انبوهی از داده‌ها در بسترهای دیجیتال استفاده می‌کنند و نیازمند کمترین تعامل با مشاوران مالی انسانی است.

۳. نسل Z

نسل جدید مشتریان در راهند! آنها چه کسانی هستند؟ کسانی که در بیست سال گذشته به دنیا آمده‌اند و با اینترنت و موبایل بزرگ و تربیت شده‌اند. آنها مانند آدم‌های هشتاد ساله نیستند که به دنیای روزنامه، تلویزیون و کافه تعلق داشته باشند. آنها هر سه مورد پیشگفته (روزنامه، تلویزیون و کافه) را در موبایل خود دارند. این نسل

جدید به شدت وابسته به تکنولوژی و اینترنت هستند.
دهه هفتادی‌ها و دهه هشتادی‌ها که با نام‌های نسل z و نسل اینترنت نیز شناخته می‌شوند، نام گروهی از افراد است که از اواسط دهه ۹۰ میلادی و بعد از آن زاده شده‌اند که هم‌زمان با دهه هفتاد و هشتاد شمسی است؛ آن‌ها از نسل قبلی یعنی دهه شصتی‌ها (نسل هزاره) متمایزند. بخش اعظم اعضای نسل z برای تمام عمر خود از ارتباطات و رسانه‌های دیجیتال استفاده خواهند کرد. نسل z از وقتی که چشم به جهان گشوده‌اند در اطراف خود به‌طور گسترده‌ای با فناوری‌های پیشرفته‌ای نظیر شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌های فوری، خدمات پیام‌کوتاه، ام‌پی‌تری پلیرها، تلفن‌های همراه و یوتیوب مواجه بوده‌اند. به همین دلیل برخی به این نسل نام شهروندان دیجیتال داده‌اند.
این نسل تنها ۸ ثانیه فرصت می‌دهد تا کسی یا چیزی روی وب، توجهش را جلب کند. این عدد ۱۵ سال پیش ۱۲ ثانیه بود و رو به کمتر شدن است. نسل z می‌خواهد اطلاعات با سرعت هر چه تمام‌تر در اختیارش قرار گیرد.

نمونه عملی؛ نسل z و فین‌تک‌ها!

نسل z می‌خواهد همه چیز آنلاین باشد. حوصله ندارد که به صورت فیزیکی و حضوری به بانک و صرافی مراجعه کند. هر آنچه از امور معمول ما انسان‌ها که با فعالیت‌های مالی‌مان در ارتباط است باید آنلاین باشد. آنلاین نمودن تعاملات مالی با انواع نهادهای مالی اعم از بانک، صرافی، بیمه، لیزینگ و کارگزاری‌ها برای آنان معمولی و مطلوب است، هویت و زندگی دیجیتال برای آنان راحت‌تر از زندگی و هویت فیزیکی است. از همین رو است که جابجایی پول در شبکه‌های اجتماعی برای این نسل جذابیت بسیار زیادی دارد. نسل z دوست دارد دُنگ رستوران و سینمای شب گذشته‌اش را در همان فیس بوک یا واتس‌اَپ با تنها یک کلیک پرداخت نماید. دوست دارد ۳ میلیون وام برای خرید گوشی موبایل جدیدش را همان لحظه از کلارنا به صورت آنلاین دریافت کند.

٤. گوشی‌های هوشمند

گوشی‌های تلفن همراه، در ابتدا فقط کار ایجاد ارتباط صوتی را انجام می‌دادند. تا اینکه به امکانات آنها روز به روز افزوده شد و امروزه گوشی‌ها، کمترین کاری که می‌توانند بکنند، همان ایجاد ارتباط صوتی است! گوشی‌های هوشمند، گوشی‌های همراهی است که تقریبا کاربردهایی نظیر کامپیوترهای شخصی از جمله اتصال به اینترنت را دارند، با این تفاوت که در جیب کاربران جا می‌شوند و همیشه همراه کاربران هستند. در کره جنوبی از هر ۱۰۰ فرد بالغ، ۹۴ نفر از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. همچنین میانگین ضریب نفوذ گوشی هوشمند در سطح جهانی، ۶۰٪ است که پیش‌بینی می‌شود این ضریب در سال‌های آینده افزایش یابد.

نمونه عملی؛ گوشی‌های هوشمند و بانک‌ها

امروز اگر بانکی اپلیکیشن موبایل نداشته باشد احتمالا تعداد قابل توجهی از مشتریانش را از دست داده است و یا به زودی از دست می‌دهد. روند موبایلی شدن کاری کرده است که هر فرد جامعه شعبه‌ای از بانک خود را در جیبش داشته باشد و به زودی هیچ نیازی به حضور فیزیکی در بانک وجود نداشته باشد. امروز بانک‌هایی در دنیا شکل گرفته است که هیچ شعبه فیزیکی و حضوری ندارند (بانک فیدور) و این روندی است که هر روز پررنگ‌تر و ملموس‌تر می‌شود.

۵. فناوری‌های شناختی و هوش مصنوعی

هوش مصنوعی یکی از زیرشاخه‌های فناوری شناختی است و در جستجوی ساخت رایانه‌هایی است که بتواند کارهایی را انجام دهد که انجام آن توسط انسان نیاز به هوشمندی و شعور دارد. یادگیری، حل مسئله، ادراک و پردازش زبان. هوش مصنوعی به معنی سیستم‌های کامپیوتری است که قادر به انجام وظایفی هستند که در نگاه تاریخی مختص به هوش انسانی بوده‌اند: وظایفی مانند تشخیص تصاویر، فهم گفتار، ترجمه زبان‌ها و تصمیم‌گیری.

هوش مصنوعی خود زیرمجموعه‌های متعددی دارد: بینایی ماشین (کاربرد در حوزه بازرسی و نظارت خودکار)، روباتیک (انجام کارهایی توسط روبات که برای انسان خطرناک است؛ مانند خنثی‌سازی بمب و مین و بازرسی لاشه کشتی)، سیستم‌های خبره (تصمیم‌سازی در موقعیت‌های پیچیده توسط کامپیوتر)، شبکه عصبی و الگوریتم ژنتیک و یادگیری ماشین (ساخت سیستم‌هایی که مانند هوش طبیعی ما قابلیت یادگیری از داده‌ها، اشتباهات و تجربیات گذشته را دارد؛ مثلا می‌توان یک سیستم مدیریت ایمیل را آموزش داد تا هرزنامه را تشخیص دهد و یاد بگیرد که دسته‌بندی ایمیل‌های جدید ایجاد کند).

هوش مصنوعی در کنار داده‌های عظیم موجب می‌شود تا بتوانیم از طریق استخراج الگوهای خاص، رفتار و قیمت را پیش‌بینی و در نتیجه تصمیم‌گیری‌های انسانی را تقلید نماید و حتی به روزهایی نزدیک شویم که نسبت به انسان تصمیمات بهتری بگیرد.

نمونه عملی؛ هوش مصنوعی و صنعت بانکداری

بانک آمریکا یک دستیار دیجیتال مبتنی بر هوش مصنوعی پیشرفته ارایه نموده است به نام اریکا که می‌تواند با ۲۵ میلیون مشتری تعامل کند. دستیار صوتی و هوش مصنوعی اریکا به کاربران آمریکایی این امکان را می‌دهد تا با ارسال دستورهای صوتی، پیام متنی یا حرکت

دست و صورت به اپلیکیشن بانک آمریکا، کارهای بانکی خود را انجام دهند. از جمله کارهای بانکی قابل اجرا توسط اریکا:

۱. جستجوی تراکنش‌های قبلی همچون چک‌های نوشته شده، چک‌های پاس شده و خرید از فروشگاه

۲. دسترسی به اطلاعات پایه همچون شماره کارت، شماره حساب، شماره عابر بانک موردنظر

۳. تنظیم قرار ملاقات‌های حضوری با متخصصان و مسئولان مرکز مالی و تجاری بانک آمریکا

۴. مشاهده صورت حساب، پرداخت‌های معوقه و اقساط

۵. فعال‌سازی و مسدودسازی کارت‌های اعتباری و بانکی

۶. انجام تراکنش و نقل و انتقالات مالی بین بانکی

بانک جی‌پی‌مورگان‌چیس نیز در حال آماده‌سازی یک دستیار هوش مصنوعی در بخش خدمات خزانه‌داری است که روزانه به حدود ۵ تریلیون دلار رسیدگی خواهد کرد. اگرچه این دستیار مختص مشتریان شرکتی خواهد بود، اما به زودی برای مردم و مشتریان خرد هم دستیار مجازی مبتنی بر هوش مصنوعی راه‌اندازی خواهد شد.

نمونه عملی؛ هوش مصنوعی و صنعت بیمه

ساعت ۳ نیمه شب، فردی تصادف کرده است نیاز به دریافت راهنما دارد. وارد برنامه موبایلی خود می‌شود و شروع می‌کند به چَت کردن با کارمند شرکت بیمه برای اخذ راهنمایی. ناتاشا از طرف شرکت جواب می‌دهد. اما بیمه‌گذار نمی‌داند آنکه دارد در آن طرف تایپ می‌کند یک کامپیوتر مجهز به هوش مصنوعی است و نه یک انسان. پیش‌بینی می‌شود ۸۵ درصد از تعاملات کل مشتریان از سال ۲۰۲۰ اصلاً توسط انسان مدیریت نخواهد شد. به مدد توسعه تکنولوژی، کاملاً شدنی است که با کامپیوترها دقیقاً به همان روشی که با انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کنیم ارتباط ایجاد کنیم.

۶. زنجیره بلوکی یا بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند

همه بلاک‌چین را با بیت کوین می‌شناسند و گاهی آن را با این رمزارز یکی در نظر می‌گیرند. در صورتی که زنجیره بلوکی یا بلاک‌چین نوعی از پایگاه اطلاعاتی غیرمتمرکز و توزیع شده است که تراکنش‌ها و اطلاعات را در یک زنجیره قرار می‌دهد. سپس هر حلقه جدید (اطلاعات جدید) را با استفاده از امضای رمزنگاری شده به حلقه قبلی زنجیر می‌کند. این اجازه داده می‌شود که حلقه‌های زنجیره توسط هر کسی که دارای مجوز است، تایید گردد.

هیچ شخص یا شرکتی مالک بلاک‌چین نیست و اطلاعات در طول زنجیره‌ای از تعداد بسیار زیادی رایانه شخصی ذخیره می‌شود به طوری که هیچکس نقش واسطه را در آن بازی نمی‌کند. به بیان ساده، اطلاعات در آن توزیع شده و غیرمتمرکز هستند و هیچکس نمی‌تواند آنها را تغییر دهد یا جعل کند؛ با این حال هر کسی می‌تواند از این سیستم استفاده کند و در اداره آن سهیم باشد، زیرا اطلاعات از طریق رمزنگاری محافظت می‌شوند.

بر خلاف سیستم‌های بانکی که در یک موقعیت فیزیکی مشخص مستقر هستند و در اصطلاح متمرکز عمل می‌کنند، مرکز داده‌ای که بلاک‌چین‌ها در آن قرار دارند کاملا غیرمتمرکز بوده و در سراسر جهان پخش هستند. محل نگهداری بلاک‌چین‌ها را در اصطلاح «دفتر کل توزیع شده» می‌نامند. این دفتر کل به گونه‌ای است که هر کسی در شبکه می‌تواند جزییات آن را مشاهده کند. این شبکه در واقع زنجیره‌ای از رایانه‌هایی است که درستی تراکنش‌های صورت گرفته بین شما و طرف مقابل‌تان را تایید می‌کنند و پس از تایید، آن را نیز به بلاک‌چین اضافه می‌کنند. زنجیره بلوکی مبنای ایجاد و مدیریت هر رمزارزی است.

بنابراین زنجیره بلوکی نوعی سیستم ثبت اطلاعات است. تفاوتش با سیستم‌های دیگر این است که اطلاعات ذخیره‌شده در آن، میان همه اعضای شبکه به اشتراک گذاشته می‌شود و این یعنی با استفاده از رمزنگاری امکان حذف و دستکاری اطلاعات ثبت‌شده تقریبا غیرممکن

است. فیس‌بوک اطلاعات شما را در سرورهایش ذخیره می‌کند، اما کاربران شبکه اجتماعی استیمیت پست‌های خود را در بلاک‌چین ذخیره می‌کنند. بخشی از کاربران این شبکه، اجازه می‌دهند که از قدرت اضافه کامپیوترشان برای نگهداری این بلاک‌چین استفاده شود و در عوض ژتون مجازی دریافت می‌کنند. فیس‌بوک با سوء استفاده از اطلاعات شخصی شما پول درمی‌آورد، اما در استیمیت افراد به خاطر نگهداری ایمن بلاک‌چین جایزه می‌گیرند.

نمونه عملی؛ بلاک‌چین و نظام پرداخت و تسویه

یکی از بهترین کاربردهای زنجیره بلوکی، استفاده از آن در نظام تسویه و پایاپای است. شرکت مشاوره مالی اکسنچر پیش‌بینی کرده است که اگر بانک‌های بزرگ، از فناوری بلاک‌چین برای رشدِ کارایی بخش تسویه و پایاپای مبادلات استفاده کنند، می‌توانند باعث ۱۰ میلیارد دلار صرفه‌جویی شوند. یک مثال خوب در این خصوص، بازسازی بورس اوراق بهادار استرالیا است که حجم زیادی از اطلاعات تسویه بعد از مبادلات سهام را به یک سیستم بلاک‌چین منتقل کرده است. شرکت Digital Asset Holdings این پروژه را کلید زده است. احتمالا به خاطر دارید که برقراری تماس تصویری تا چند دهه قبل یکی از مسائل علمی و تخیلی جهان ما بود. اما با پیدایش اسکایپ به این آرزوی تخیلی، جامه عمل پوشانده شد و ارتباط نزدیکی بین اعضای خانواده‌ها که در کشورها یا شهرهای دیگری زندگی می‌کنند، برقرار شد. اما اکنون ما وارد دوران پیشرفته‌تری شده‌ایم که به لطف رشد روندهای فناوری، ما اکنون می‌توانیم از واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و واقعیت آمیخته استفاده کنیم.

۷. واقعیت تعمیم‌یافته

فناوری واقعیت مجازی تجربه قرارگیری کامل در یک محیط مجازی و دیجیتال است و دنیای فیزیکی را کاملاً نادیده می‌گیرد و یا به اصطلاح، جهانی مجازی به موازات جهان واقعی است. در این فناوری با استفاده از عینک‌های مخصوص کاربران می‌توانند در یک محیط مجازی قرار بگیرند و از

قابلیت تغییر در محیط پیرامون خود بهره برند. تفاوت این طرح با دیدن فیلم سه بعدی در این است که مخاطب در واقعیت مجازی، خود را درون فضا احساس می‌کند ولی در فیلم سه بعدی آن را بیرون از نمایشگر می‌بیند. همیشه ما فقط می‌توانستیم به یک صفحه نگاه کنیم و اگر صورتمان را از روبروی آن صفحه برمی‌گرداندیم اشیاء و محیط اطرافمان را مشاهده می‌کردیم. ولی در فناوری واقعیت مجازی، زمانی که هِدست واقعیت مجازی را بر روی سرمان قرار داده‌ایم، هنگامی که سر خود را حرکت دهیم براساس آن حرکت، تصویر نمایش داده شده نیز تغییر می‌کند؛ گویی که دقیقاً در آن محیط قرار داریم.

واقعیت افزوده فناوری‌ای است که در آن تصویر سه بعدی یا اطلاعاتی به صورت متن یا تصویر بر روی تصویر زنده‌ای که از طریق دوربین موبایل یا تبلت در حال نمایش است نشان داده می‌شود. در واقع وجه تمایز بین واقعیت مجازی و واقعیت افزوده این است که در واقعیت مجازی کلیه عناصر درک شده توسط کاربر، ساخته شده توسط کامپیوتر هستند. اما در واقعیت افزوده بخشی از اطلاعاتی را که کاربر درک می‌کند، در دنیای واقعی وجود دارند و بخشی توسط کامپیوتر ساخته شده‌اند.

نمونه عملی؛ واقعیت آمیخته و صنعت بانکداری

موسسه مالی بین‌المللی Wells Fargo یک سیستم واقعیت افزوده راه‌اندازی کرده است که به کاربران اجازه می‌دهد با کارشناسان بانکی در یک فضای تصویرسازی شده مبتنی بر واقعیت آمیخته، به صورت مستقیم تعامل داشته باشند. این اقدام باعث شده است تا بسیاری از مشتریان با خودشان بگویند ای کاش سیستم‌های واقعیت افزوده با شعبه‌های فیزیکی بانک‌ها جایگزین می‌شدند.

شرکت بزرگ ارایه خدمات مالی Visa در اروپا هم یک اپلیکیشن مبتنی بر واقعیت افزوده را با نام Blippar ایجاد کرده است که امکان خرید پوشاک به صورت مستقیم و سریع را به کاربرانش می‌دهد. کاربران به راحتی دستگاه‌های موبایلشان را روی یک مورد لباس نگه می‌دارند، روی نمایشگر می‌زنند و این اپلیکیشن آن کالا را شناسایی کرده و در نهایت امکان خرید آن را به کمک انجام پیش‌پرداخت با کارت‌های اعتباری Visa، برای آنها فراهم می‌کند. تمام این

ابزارها یعنی موبایل هوشمند و کارت اعتباری در جیب‌های کاربران هستند، بنابراین تجربه واقعیت افزوده بسیار ساده‌تر خواهد شد. با این اوصاف انتظار می‌رود احتمالاً سیستم‌های پرداخت اولین تجربه مواجهه مشتریان بانک‌ها با واقعیت افزوده باشد.

نمونه عملی؛ واقعیت آمیخته و صنعت مدیریت دارایی

مفاهیم بانکی، پس‌انداز و پس‌انداز بازنشستگی، همه این موارد اغلب مفاهیم ناملموسی هستند اما واقعیت مجازی راهی برای کمک به مشتریان است تا بتوانند بعضی از اینها را ملموس‌تر دریابند. مصورسازی مجازی اطلاعات یک ابزار خوب برای تجسم داده‌ها است. اگر بتوانید با یک راهی نشان دهید چگونه ۱۰۰ دلاری که شما امروز ذخیره می‌کنید تبدیل به یک مقدار زیادی پول طی ۲۰ سال آینده می‌شود افراد زیادی از این فرآیند استقبال خواهند کرد. مصورسازی اطلاعات که در واقع معادل مدرنی برای ارتباطات تصویری است، اطلاعات و داده‌ها را با ساختارهای تجسمی و شماتیک به تصویر می‌کشد. همان‌طور که نیاز به درک سریع روندهای مالیِ پیچیده رو به افزایش است و میزان اطلاعات در دسترس بیشتر و بیشتر می‌شود، واقعیت افزوده به پلی میان تحلیل ماشینی اطلاعات و درک انسانی تبدیل می‌شود. سیستم‌های مصورسازی اطلاعات مبتنی بر واقعیت افزوده می‌تواند به تحلیلگران برای درک جریان‌های اطلاعاتی پیچیده کمک و در نتیجه فرآیند تصمیم‌گیری را سریع‌تر و دقیق‌تر کند.

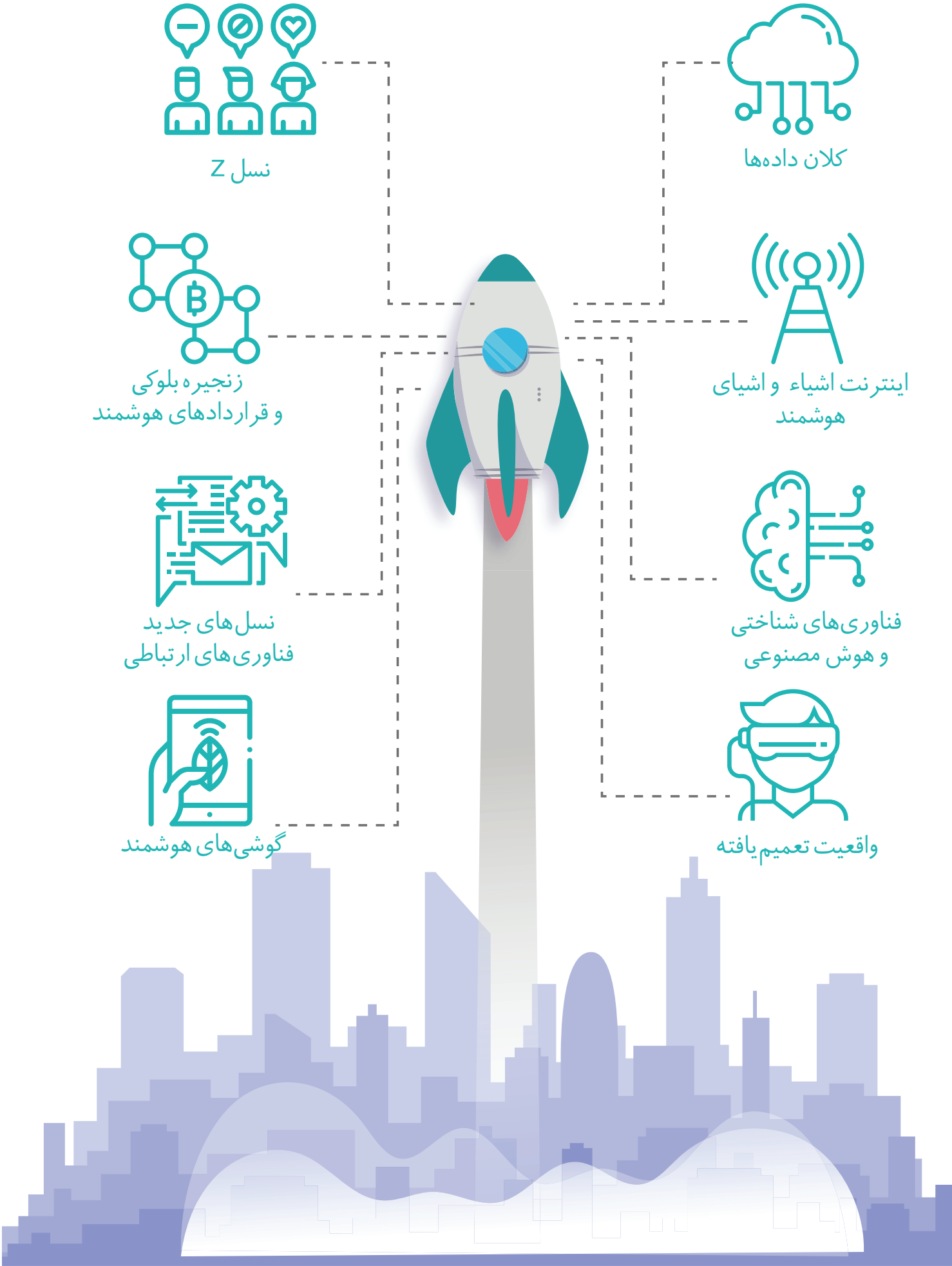
۸. نسل‌های جدید فناوری‌های ارتباطی 5G

اولین شبکه استاندارد یا فناوری شبکه تلفن‌های بی‌سیم با نام 1G بود که در سال ۱۹۸۱ معرفی شد. پس از آن، استاندارد 2G در سال ۱۹۹۲ جایگزین قبلی شد که رمزنگاری دیجیتالی، پیامک و خدمات داده را به ارمغان آورد. تقریبا ۶ سال بعد نسل بعدی معرفی شد. این سرویس به خدمات سریع‌تری مانند دسترسی به اینترنت همراه، تماس‌های ویدیویی و تلویزیون تلفن همراه جهش پیدا کرد. پس از این

سرویس نسبتاً سریع، شاهد نسل 4G بودیم که در سال ۲۰۰۸ راه اندازی شد و پهنای باند بسیار بالایی را فراهم می‌کرد. اگر به تاریخچه این شبکه‌های ارتباطی نگاه دقیق‌تری بیندازیم متوجه می‌شویم که تقریباً بین هر نسل تلفن همراه ۱۰ سال فاصله افتاده است. پس از 4G قرار است شاهد نسل قدرتمند ارتباطات یعنی 5G باشیم که در مراحل فعلی‌اش ۲۰ برابر سریع‌تر از نسل قبلی یعنی 4G است. اگر با سرعت نسل فعلی می‌توانیم تلویزیون را از اینترنت مشاهده کنیم، با ورود نسل 5G، زندگی آنلاین در واقعیت مجازی، نرم‌افزارهای مبتنی بر واقعیت تعمیم یافته، کنترل بهداشت و سلامت از راه دور، ماشین‌های خودران بسیار راحت‌تر و زنده‌تر از گذشته کار خواهند کرد و دستیابی به ۲۵ میلیارد شیء متصل به اینترنت به راحتی مدیریت خواهد شد. به عبارت دیگر آنقدر زندگی ما در اینترنت غرق خواهد شد که استعاره آب برای ماهی استعاره بی‌جایی نیست.

نمونه عملی؛ اینترنت 5G و فین‌تک‌های پرداخت

اینترنت 5G لازمه توسعه و رشد فین‌تک‌ها است. وقتی فین‌تک‌های پرداختی دستوری برای تراکنشی را دریافت می‌کنند، این دستور به سروری منتقل می‌شود و پاسخی از آن سرور دریافت می‌شود و در مجموع برای یک تراکنش بانکی حداقل ۲ رفت و برگشت میان دو سرور اتفاق می‌افتد. پس هر چقدر سرعت اینترنت بیشتر باشد، این فاصله کوتاه‌تر شده و تجربه پرداخت آنی‌تر می‌شود.


نسل Z
کلان داده‌ها
زنجیره بلوکی
و قراردادهای هوشمند
اینترنت اشیاء و اشیای
هوشمند
نسل‌های جدید
فناوری‌های ارتباطی
فناوری‌های شناختی
و هوش مصنوعی
گوشی‌های هوشمند
واقعیت تعمیم یافته

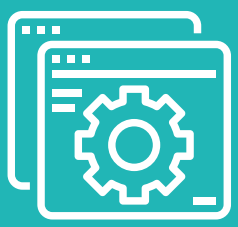
فصل دوم

آینده صنعت مالی چگونه خواهد بود؟

آینده صنعت مالی چگونه خواهد بود؟

بعد از آنکه با پیشران‌های تغییر یا موتورهایی که آینده ما را می‌سازند آشنا شدیم، به این می‌پردازیم که روندهای آینده چیستند؟ و صنعت مالی به کدام سو خواهد رفت؟ مبتنی بر این هشت پیشران که توضیح آن آمد، صنعت مالی مستعد تغییرات متعددی است. انتظار داریم هفت روند کلیدی در صنعت مالی را شاهد باشیم که در ادامه آنها را توضیح می‌دهیم:

هفت روند کلیدی:



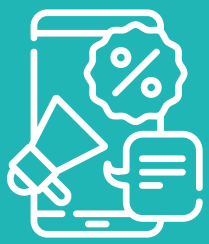
شخصی‌سازی انبوه

موبایلیفیکیشن

اقتصاد اشتراکی

پلتفرمیکیشن

اعتماد دیجیتالی مثلثی



دنیای بی!

ورود بیگ‌تک‌ها

در جدول زیر تاثیر هشت پیشران تغییر در هفت روند را نشان داده‌ایم.

	نسل Z	هوش مصنوعی	کلان داده‌ها	اینترنت اشیا	واقعیت تعمیم یافته	گوشی‌های هوشمند	زنجیره بلوکی	نسل جدید ارتباطات
شخصی‌سازی انبوه	★	★	★	★		★		★
موبایلیفیکیشن	★			★	★	★		★
اقتصاد اشتراکی	★			★		★	★	★
دنیای بی‌ا	★	★	★	★	★	★	★	★
پلتفرمیکیشن	★			★		★		★
اعتماد دیجیتالی مثلثی	★	★	★		★	★	★	★
ورود بیگ‌تک‌ها	★		★			★		★

۱. شخصی سازی انبوه

همه ما تولید انبوه را می‌شناسیم: تولید کالا یا خدمات استاندارد به مقدار زیاد را تولید انبوه می‌گویند: به عنوان مثال در صنعت بیمه، همه یک جور بیمه نامه می‌خرند. بیمه شخص ثالث با مفاد استاندارد، قالب استاندارد، با مسئولیت‌های استاندارد. همه چیز استاندارد شده است. یک لباس Free Size برای همه.

تولید انبوه چه کمکی می‌کند؟ زمان و هزینه را به شدت پایین می‌آورد و بهره‌وری را افزایش می‌دهد. مشکلش چیست؟ به خواسته‌ها، شرایط و انتظارات افراد و موقعیت‌ها بی‌تفاوت

است. در مقابل تولید انبوه، مفهومی وجود دارد به نام سفارشی‌سازی یا شخصی‌سازی که خدمات یا محصولاتی عرضه می‌کند که کاملاً برای یک فرد/موقعیت خاص طراحی، تولید و ارایه می‌شود. برعکس تولید انبوه، این رویکرد زمان‌بر و هزینه‌زاست و منجر به تولید محصولی ویژه با هزینه‌ای بالاتر از تولید انبوه می‌شود. اما با اتکا به پیشران‌هایی که در فصل قبل گفتیم، نظیر فناوری‌های شناختی و هوش مصنوعی، کلان داده‌ها، اینترنت اشیاء و اشیاء هوشمند و نیز گوشی‌های هوشمند، از این پس دیگر امکان سفارشی‌سازی انبوه به وجود آمده است. در ادامه مثال‌هایی از این رویکرد و روند جدید را با هم مرور می‌کنیم.

مثالی از صنعت بیمه (بیمه‌های کوتاه مدت)

برخی استارت‌آپ‌های بیمه‌ای جدید این امکان را به کاربران می‌دهند تا بدون واسطه، برای هر نوع نیازی بیمه‌نامه‌های مبتنی بر تقاضای کوتاه مدت داشته باشند. بر خلاف بیمه‌نامه‌های سنتی که همه چیز را یکجا پوشش می‌دادند. مشتریان از یک برنامه روی تلفن همراه خود استفاده می‌کنند تا عکس بگیرند، فهرست‌بندی کنند و اشیایی مانند لپ‌تاپ، دوربین و دوچرخه را با ارزش بدانند. بعد از آن کاربران می‌توانند اموالشان را بیمه کنند (برای مثال، دوچرخه آنها در یک گردش آخر هفته در کوهستان). مثلاً Cuvva به رانندگان این امکان را می‌دهد تا حتی به صورت ساعتی بیمه خودرو تهیه کنند، به جای آن که از بیمه‌های سنتی سالانه استفاده کنند، که یک خودرو را برای اجاره دادن یا اجاره گرفتن امن‌تر و مقرون به صرفه‌تر می‌کند. کل فرآیند خرید بیمه‌نامه کمتر از یک دقیقه طول می‌کشد. فقط کافیست تا کاربران پلاک خودرو و مدت زمانی که می‌خواهند آن را بیمه کنند را وارد کنند و یک عکس از جلوی خودرو را بارگذاری کنند و سپس پرداخت را انجام دهند.

مثالی از صنعت بیمه (قیمت‌گذاری متغیر)

اگر در خانه کار می‌کنید و خودروی شما بیشتر اوقات پارک است یا به‌طور کلی کمتر از ۱۰ هزار مایل در سال رانندگی می‌کنید، می‌توانید به طور میانگین ۵۰۰ دلار یا بیشتر صرفه‌جویی کنید. حق بیمه ماهانه با یک نرخ پایه به اضافه نرخ هر مایل رانندگی محاسبه می‌شود. نرخ

پایه به صورت ماهانه و با فاکتورهایی مثل سن راننده، سوابق رانندگی و ... تعیین می‌شود. این نرخ پایه معمولاً ۳۰ درصد نرخی است که یک راننده برای حق بیمه‌های سنتی خودرو می‌پردازد. نرخ متغیر هر مایل رانندگی هم در پایان هر ماه به این نرخ پایه اضافه می‌شود. شرکت‌های بیمه معمولاً در الگوریتم‌های قیمت‌گذاری خود با پیچیدگی‌هایی مواجه می‌شوند و این در حالی است که متروما‌یل به دنبال شفافیت بیشتر و عرضه محصولی شخصی‌سازی شده برای برطرف کردن نیازهای رانندگان است.

متروما‌یل که در سال ۲۰۱۲ تاسیس شده، می‌خواهد سهم ۲۰۰ میلیارد دلاری در صنعت بیمه خودرو به دست آورد. این شرکت از طریق یک ابزار، داده‌های مسافتی را که فرد رانندگی کرده دنبال می‌کند تا مشخص شود فرد چقدر باید بابت بیمه خودرو خود پول بپردازد. متروما‌یل همزمان با اینکه الگوریتم‌های قیمت‌گذاری سنتی بیمه خودرو را دچار چالش و اختلال می‌کند و قیمت‌های شفاف‌تر و عادلانه‌تری ایجاد می‌کند، بیشترین ارزش خود را از جریان اطلاعات و داده که بین راننده و خودروی او تبادل می‌شود، به دست می‌آورد. شرکت‌های بیمه سنتی میانگین هزینه‌های خود را حول کل پایگاه مشتری قرار می‌دهند و این استراتژی‌های با ریسک پایین، باعث می‌شود هزینه‌های بیمه رانندگانی که خیلی زیاد پشت فرمان می‌نشینند، سرشکن شده و ناخودآگاه مشمول تخفیف شود. متروما‌یل مشتریانی را هدف قرار داده که در شهرهایی با سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی مناسب زندگی می‌کنند و کمتر از ۱۰ هزار مایل در سال (۱۶ هزار کیلومتر) رانندگی می‌کنند.

مثالی از صنعت بیمه (بیمه‌های درمانی شخصی شده)

گجت‌های پوشیدنی و تکنولوژی‌های شبیه به آن، کمک می‌کند تا خدمات سلامت، قابل پیش‌بینی، پیشگیرانه و شخصی‌سازی شده باشد و این موضوع روی طرح‌های بیمه‌ای تاثیر خود را خواهد گذاشت. بیمه‌گران درحال استفاده از گجت‌های پوشیدنی بیومتریک هستند تا بیمه‌گران را تشویق کنند که عادات سالمی را اتخاذ کنند و در نتیجه هزینه‌های بیمه‌گذار و بیمه‌شونده کاهش پیدا کند.

مثالی از صنعت بانکداری (خدمات شخصی شده)

بانک‌های آنلاین، درعرصه شخصی‌سازی داده‌های مشتریان پیشگام هستند. این بانک‌ها، داده‌های موجود در گوشی تلفن همراه مشتریانشان را جمع‌آوری و تحلیل می‌کنند و براساس آن مناسب‌ترین خدمات را به وی پیشنهاد می‌دهند. بانک مونزو (Monzo Bank)، بانکی است که خدماتش را فقط از طریق گوشی تلفن همراه ارایه می‌کند. این بانک، در سال ۲۰۱۵ راه‌اندازی شده است. بانک مونزو، با جمع‌آوری داده‌های تلفن همراه، به عادت‌های روزانه مشتریانش پی برده و راهکارهای لازم برای پس‌انداز کردن بیشتر را به آنها آموزش می‌دهد. به عنوان مثال، داده‌های بانکی نشان می‌دهد که روزانه، تعداد ۳۰۰۰۰ مشتری، برای پرداخت هزینه‌های سفر درون‌شهری خود در لندن، از کارت مونزو استفاده می‌کنند. بانک به اطلاعات شخصی مشتریانش دسترسی دارد؛ می‌داند که کجا زندگی می‌کنند؛ به کجا سفر می‌کنند و چقدر هزینه می‌کنند. درنتیجه می‌تواند به این افراد پیشنهاد کند که از کارت سفر یک ساله استفاده کنند و هزینه‌هایشان را تا چند صد پوند کاهش دهند. الگوریتم این بانک، به مشتری نشان می‌دهد که در چه روزی از ماه، مصرف گاز و برقش از استاندارد تعرفه عادی تجاوز کرده و با تعرفه اضافی محاسبه شده است. مشتری موردنظر می‌تواند از این اطلاعات استفاده کرده و با به‌کارگیری یک منبع انرژی جدید، در هزینه‌هایش صرفه‌جویی کند. علاوه بر آن، بانک مونزو می‌تواند از طریق گوشی همراه، به موقعیت جغرافیایی افراد دسترسی داشته باشد؛ هرگاه یکی از مشتریان از کشور خارج شود، ارزان‌ترین نرخ ارز به او اطلاع‌رسانی می‌شود.

بانک مونزو، بانک اتم (Atom Bank) و بانک استارلینگ (Starling Bank) سطح بالایی از شخصی‌سازی را به مشتریانشان ارایه می‌دهند. به‌عنوان نمونه، بانک اتم، امکان شخصی‌سازی اپلیکیشن موبایلی‌اش را فراهم کرده است؛ درنتیجه، مشتریان می‌توانند آرم مخصوص به خودشان را طراحی کنند، رنگ صفحه اصلی را انتخاب کنند و حتی نام بانک را به نام دلخواهشان تغییر دهند. بانک مونزو معتقد است «ما نه تنها نگهبان پول شما هستیم، بلکه از اطلاعات شما نیز محافظت می‌کنیم؛ نکات سودمندی را از دل این

اطلاعات جمع‌آوری کرده و به شما آموزش می‌دهیم. ما می‌خواهیم یک مرکز کنترل امور مالی باشیم که کاملاً برای شما شخصی‌سازی‌شده و شما را در ساختن یک زندگی بهتر، یاری می‌کند.»

۲. موبایلیفیکیشن

امروزه تلفن همراه، همه چیز است. بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان و حدود ۸۰ درصد پاسخ‌دهندگان در چین و کره جنوبی اذعان داشتند که در صورت جاگذاشتن تلفن همراه و کیف پول، بیش از آنکه از جاگذاشتن کیف پول خود دچار ناراحتی و سردرگمی شوند، ناراحت جاگذاشتن تلفن همراه خود هستند. بر اساس این تحقیق مشخص شده است که افرادی که به صورت مستمر از اپلیکیشن بانکی تلفن همراه استفاده می‌کنند، ۴۰ درصد کمتر احتمال دارد که بانک خود را عوض کنند.

یک سوم بیشتر احتمال دارد که مشتریان، استفاده از یک نرم‌افزار بانکی تلفن همراه را به مراجعه حضوری به شعبه ترجیح دهند؛ مشتریانی که به شعب مراجعه می‌کنند سه برابر بیشتر از بقیه احتمال دارد تا بانک خود را عوض کنند؛ احتمال اینکه یک مشتری مراجعه کننده به شعبه ناراضی از بانک خارج شود در مقایسه با مشتری استفاده کننده از اپلیکشن‌های موبایل بانک، ۲/۳ برابر است. این نتایج حاصل از تحقیق مؤسسه بین بر روی بیش از ۱۱۴ هزار مشتری بانک در سراسر دنیا است.

در زمانی که شعبات بانک‌ها دسته‌دسته در حال تعطیل شدن هستند، بسیاری از مردم اصلاً اهمیتی به این قضیه نمی‌دهند. در واقع یک بررسی گسترده نشان می‌دهد وقتی صحبت از تجربه بانکی به میان می‌آید، بانک‌ها ترجیح می‌دهند به جای توسعه فیزیکی شعبات‌شان، به دنبال توسعه نرم‌افزارهای بانکی‌شان باشند. شعب بانک‌ها، بیمه‌ها و کارگزاری‌ها دیگر روی زمین نیستند بلکه در جیب مشتریان هستند.

مثالی از صنعت بانکداری (خداحافظی با شعبات فیزیکی)

جی‌پی مورگان چیس به تنهایی ۱۳۸ شعبه و بانک آوامریکا ۱۳۰ شعبه را در طی دوره ۱۲ ماهه اخیر تعطیل کرده‌اند؛ اگرچه بسیاری از افراد به دلیل اینکه کاهش شعبات فیزیکی منجر به کاهش تماس چهره‌به‌چهره انسانی می‌شود، مخالف کاهش شعب فیزیکی بانک‌ها هستند. در زمانی که بانک‌ها در حال مواجهه با مشکلات مالی و هزینه‌های سنگین هستند و مجبورند هر روز خدمات نوینی ارایه کنند، تعطیل کردن شعبات، یک راه منطقی برای حفظ مشتریان همزمان با کاهش هزینه‌های سربار است.

مثالی از صنعت مدیریت دارایی (سرمایه‌گذار همراه)

آکورنز که یک نرم‌افزار همراه کالیفرنیایی است، برای افرادی ساخته شده است که نسبت به سرمایه‌گذاری اضطراب و هراس دارند. آکورنز که در سال ۲۰۱۲ تاسیس شده است، اکنون برای اندروید و آیفون در دسترس است. کاربران آکورنز تمام کارت‌های نقدی، اعتباری و حتی حساب‌های جاری خود را به این نرم‌افزار همراه متصل می‌کنند. آکورنز با استفاده از تغییرات در خرید، از این کارت و حساب‌های جاری برای یک سرمایه‌گذاری کم هزینه در صندوق قابل معامله در بورس استفاده می‌کند. برای مثال، اگر کاربر ۱۱/۴۹ دلار برای ناهار پرداخت کند، در حقیقت ۱۲ دلار پرداخت کرده، زیرا آکورنز ۵۱ سنت اضافی را سرمایه‌گذاری می‌کند. کاربران، به طور میانگین، ماهانه ۳۰ تا ۱۸۰ دلار تنها از این روش سرمایه‌گذاری می‌کنند. آنها همچنین می‌توانند با تنظیم کردن واریزهای خودکار و منظم یا سرمایه‌گذاری‌های یکباره با استفاده از حساب‌های جاری خود، پول بیشتری سرمایه‌گذاری کنند. آکورنز یک دلار به منظور کارمزد ماهانه، به علاوه ۰/۰۵ درصد کل ارزش سرمایه‌گذاری آنها در هر سال، از کاربران خود کسر می‌کند.

مثالی از صنعت بیمه (مشاور بیمه‌ای دقیق و همراه)

استارت‌آپ نئوس (Neos) یکی از اینشورتک‌هایی است که از اینترنت اشیاء استفاده می‌کند، اما

نه در خودرو، در خانه‌ها. با نصب دستگاه این اینشورتک و اتصال آن به تلفن همراه هوشمند خود می‌توانید کنترل خوبی روی خانه و ساختمان داشته باشید. با کمک نئوس می‌توانید بیمه مناسب برای خانه یا ساختمان مورد نظر خود را تهیه کنید، همچنین نخستین کسی باشید که از آسیب‌های داخلی مانند آتش‌گرفتگی، آب‌گرفتگی، نشتی گاز و لوله‌های آب و فاضلاب و هرگونه خرابی دیگر مطلع شوید. نئوس بلافاصله پس از اینکه به ساختمان آسیبی وارد شد به صورت خودکار بیمه را در جریان می‌گذارد و در نتیجه مشکلی برای دریافت خسارت نخواهید داشت.

۳. اقتصاد اشتراکی

در دوران جدید می‌توان از طریق اینترنت همه وسایل از ماشین چمن‌زنی گرفته تا دوچرخه و کیف مهمانی را به‌راحتی اجاره داد، اجاره کرد، به اشتراک گذاشت و یا تهاتر کرد. خانه مشارکتی، فضای کاری مشارکتی، مبادله خانه، معاوضه کتاب، معاوضه لباس، به اشتراک‌گذاری پارکینگ مثال‌هایی از این دست هستند. هر چیزی که شما مالکیت آن را بر عهده دارید، در ازای پرداخت مبلغی می‌تواند در اختیار دیگران قرار بگیرد. اقتصاد اشتراکی شامل اشتراک در تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات می‌شود.

کالاها یا خدماتی که دارای مالکیت خصوصی هستند از طریق بازارهای نظیر به نظیر برای مصرف به اشتراک گذاشته می‌شوند یا اجاره داده می‌شوند. در مورد خانه، ماشین، دوچرخه اینها را دیده‌ایم اما اکنون روند به سمت آن است که تمام دارایی‌ها از جمله زمان، فضا، مهارت‌ها و پول را با هم به اشتراک بگذارند. اینکه چرا اقتصاد اشتراکی هر روز و هر روز بیشتر فراگیر می‌شود شاید ریشه در نهاد انسان و حس اجتماعی شدنش دارد. اما از آن گذشته به اشتراک گذاشتن دارایی‌ها فواید زیر را به همراه دارد:

- افزایش بهره‌وری و کاهش مصرف منابع با آثار منفی بر محیط زیست (مثل گازهای گلخانه‌ای و کاهش منابع طبیعی)

- صرفه‌جویی در هزینه‌ها با قرض گرفتن و بازیافت
- دسترسی افراد به کالاهایی که توان خرید آن را ندارند یا تمایل به استفاده طولانی مدت از یک کالا را ندارند.
- افزایش انعطاف‌پذیری و تنوع در انتخاب، چون لازم نیست بخرید بلکه می‌توانید استفاده کنید، برگردانید و در نوبت بعدی گزینه دیگری را انتخاب کنید.
- تبدیل سرمایه بلااستفاده به منبع درآمد (مثل ماشین، ابزار و فضای اضافه در منزل)

جمع‌سپاری (جمع‌آوری سرمایه عمومی)، معاملات اجتماعی، استقراض نظیر به نظیر و منبع مشترک در بیمه مثال‌هایی از اقتصاد اشتراکی در صنعت مالی هستند.

مثالی از صنعت مدیریت دارایی (به اشتراک‌گذاری فرصت‌های سرمایه‌گذاری)

سرمایه‌گذاری اجتماعی یا معامله‌گری اجتماعی از سال ۲۰۰۶ در بازار فارکس (مبادلات ارزی) مطرح شد و با پیشرفت وسایل ارتباط الکترونیکی و شبکه‌های اجتماعی، از این روش در انواع بازارهای مالی استفاده شد. در حقیقت معامله‌گری اجتماعی با اضافه کردن عوامل ارتباطات اجتماعی به اصول سرمایه‌گذاری به وجود آمده است؛ به اینگونه که معامله‌گران حرفه‌ای اطلاعات معاملات خود را در زمان انجام معاملات‌شان بر روی یک سامانه تحت وب به اشتراک می‌گذارند.

سامانه معامله‌گری اجتماعی همانند سایر شبکه‌های اجتماعی است. به طوری که در آنها معامله‌گران حرفه‌ای بورس صفحه‌ای به نام خودشان ایجاد می‌کنند و اطلاعات معاملات‌شان را در آن قرار می‌دهند و سایر معامله‌گران و سرمایه‌گذاران می‌توانند با توجه به تاریخچه معاملات آنها، معامله‌گری را متناسب با استراتژی خود انتخاب کنند و از سیگنال‌ها و معاملات آن فرد استفاده نمایند. لازم به ذکر است که در این روش فعالین بورس، هر یک از سیگنال‌های معامله‌گر حرفه‌ای را خودشان انتخاب و تقلید می‌کنند.

نی تورو یک شرکت نوآور ارایه دهنده معاملات آنلاین است که یک بستر خصوصی برای کاربران خود فراهم می‌کند تا بتوانند در مورد راهبردها و تجارت‌های خود صحبت کنند. کاربران حتی می‌توانند از راهبردهای کاربران موفق معروفی که اجازه می‌دهند بخشی از

سبد سرمایه‌گذاری آنها نمایش داده شود، کپی‌برداری کنند. نی تورو معامله‌گران معروف و کارشناسان خود را تایید هویت می‌کند تا اطمینان حاصل این افراد از اسامی و تصاویر واقعی خود استفاده می‌کنند. نی‌تورو یک نرم افزار مدیریت روابط مشتری را معرفی کرد تا سرمایه‌گذاران شناخته شده با استفاده از آن بتوانند با دیگر کاربران ارتباط برقرار کنند.

مثالی از صنعت بیمه (گروه‌های دوستی به مثابه شرکت بیمه)

اقتصاد اشتراکی صنعت بیمه را در آینده‌ای نه چندان دور با تغییر روبرو خواهد کرد. در این روش دارندگان طرح‌های مشابه بیمه‌ای گروه‌های کوچکی تشکیل می‌دهند و بخشی از پیش پرداخت‌های آنها در صندوق استردادی جمع آوری می‌گردد. در انتهای سال، اگر هیچ ادعای خسارتی از هیچ کدام از اعضای گروه مذکور ارایه نگردد، اعضای گروه بخشی از مبالغ خود را پس می‌گیرند. در صورت اعلام خسارت، خسارت اعلام شده توسط مبالغ درون صندوق پرداخت می‌گردد و مبلغ استردادی هر فرد کاهش می‌یابد. در صورت اعلام خسارات بزرگ‌تر، شرکت‌های بیمه عادی مبالغ بیشتر از ظرفیت صندوق را پرداخت می‌کنند. توضیح بیشتر آنکه می‌دانید که وقتی از بیمه‌نامه خود استفاده می‌کنید بخشی از تخفیف سال قبل را از دست می‌دهید. اکنون راه‌حل‌هایی مطرح شده است که بیمه‌گذاران بخشی از بیمه‌نامه خود را ازطریق mutual pool پرداخت می‌کنند و باقی مانده به یک شرکت استاندارد بیمه داده می‌شود. خسارات کم را mutual pool پوشش می‌دهد و اگر ادعای خسارات از حدی که گروه پوشش داده باشد بیشتر شود، مابه‌التفاوت را یک شرکت بیمه سنتی پوشش می‌دهد.

مثالی از صنعت تامین سرمایه (سرمایه‌گذاری جمعی)

تاکنون حتماً در مورد روش‌هایی مثل جمع‌سپاری و سایت‌هایی که کارآفرینان مشتاق برای تامین بودجه از آن استفاده می‌کنند، شنیده‌اید؛ مگر اینکه در ۵ سال گذشته در جزیره‌ای متروک رها بوده باشید. کسب‌وکارهای کوچک به جای مراجعه حضوری برای فروش یا هدف قرار دادن بستگان خود برای تامین سرمایه، می‌توانند از جمع‌سپاری به عنوان وسیله‌ای برای تامین سرمایه استفاده کنند. اگرچه بازی‌های ویدئویی و فیلم‌ها پروژه‌هایی

هستند که بیشترین جمع‌سپاری‌ها روی آنها صورت می‌گیرد، اما همه می‌توانند ایده و کارهای خاصی که در نظر دارند را برای افرادی که مایل به سرمایه‌گذاری در آن هستند ارایه دهند. جمع‌سپاری می‌تواند موجب صرفه‌جویی در زمان برای کسب‌وکارها شود و همچنین راه ساده‌تری برای تامین مالی پروژه‌ها به جای دریافت وام‌های سنتی بانکی است.

٤. دنیای بی!

ما با دنیای بدون کاغذ، بدون وجه نقد، بدون کارت، بدون شعبه و بی مرز روبرو خواهیم بود. اکنون بسیاری از ما دیگر درون کیف خود اسکناس نگه نمی‌داریم و چند کارت بانکی داریم. در آینده از دنیای بدون وجه نقد (اسکناس) به دنیای بدون کارت فیزیکی خواهیم رفت. کارت‌های بانکی فیزیکی باعث شدند که ما کمتر و کمتر از پول فیزیکی استفاده کنیم. اکنون کیف‌های پول گوشی‌های هوشمند باعث خواهد شد که ما با کارت‌های فیزیکی نیز خداحافظی کنیم. هر چیز فیزیکی حذف می‌شود و جای خودش را به معادل دیجیتالش می‌دهد.

مثالی از صنعت مدیریت دارایی (سرمایه‌گذاری بدون دخالت دست!)

قبلاً این تصور وجود داشت که فعالیت‌های مالی و سرمایه‌گذاری امکان ندارد که توسط کامپیوتر و بدون حضور انسان انجام پذیرد. به طور سنتی تصور می‌شد که فرایند انجام معاملات و مدیریت دارایی باید به صورت چهره‌به‌چهره و از طریق تماس مستقیم مشتری با کارمندان انجام پذیرد. در حالی که تکنولوژی جدید در حال حذف این رویه است و امکان انجام امور فوق بدون تماس‌های چهره‌به‌چهره و مستقیم را فراهم کرده‌اند. این نوآوری تاثیر بسزا و شگرفی بر ساختار هزینه‌ای و مدل کسب‌وکار شرکت‌های کارگزاری می‌گذارد.

استفاده از ربات‌ها به عنوان مشاور، به ویژه در بخش‌هایی مانند ترکیب دارایی، روز به روز افزایش می‌یابد. مدل بهینه مشاوره، ترکیبی خواهد بود از نیازهای پیچیده‌تر نظیر مشاوره

مالیاتی، املاک، ارزهای بین‌المللی و انتقال آنها و مسائل محرمانه که توسط انسان صورت می‌گیرد و مشاوره‌های ساده‌تر نظیر تعیین ترکیب پورتفو یا انتخاب صندوق‌های مشترک با بازدهی مناسب برای سرمایه‌گذاری که توسط ربات انجام می‌گردد. با این وجود، ربات‌ها قادر نیستند همه کارهای انسان را در مشاوره انجام دهند و به طور کامل جایگزین انسان نخواهند شد. استفاده از ربات‌ها توسط شرکت‌ها به صورت داخلی یا از طریق برون‌سپاری صورت می‌پذیرد.

استفاده از قابلیت‌های هوش مصنوعی برای مشاوره هوشمند سرمایه‌گذاری نیز در حال گسترش می‌باشد که شامل شناخت الگوهای (پترن‌های) معاملاتی استخراج شده از اطلاعات موجود برای تصمیم سرمایه‌گذاری و شناخت علایق مشتریان به صورت اتوماتیک می‌شود. در گذشته پرسشنامه مدیریت ریسک به صورت دستی توسط مشتری (سرمایه‌گذار) پر می‌شد، اما در آینده مشاوران هوشمند بررسی ریسک‌پذیری مشتری را نه بر اساس اظهارات وی بلکه بر اساس رفتارها و تصمیمات وی شناسایی می‌کنند. صنعت مدیریت دارایی، ۷۰ تریلیون دلار دارایی تحت مدیریت (AUM) دارد و سهم سرمایه‌گذاری‌های الگوریتمیک و مبتنی بر هوش مصنوعی روز به روز بیشتر می‌شود.

مثالی از صنعت تامین مالی تجارت (تجارت بدون کاغذ!)

تامین مالی اغلبِ مبادلات تجاری در جهان هنوز هم با کاغذ انجام می‌شود. به عنوان مثال، صورت حساب بارنامه‌ها و اعتبارنامه‌ها به وسیله پست و فکس به اقصی نقاط جهان فرستاده می‌شود. به نظر می‌رسد بسیاری از بانکداران منتظر مدرنیزه شدن این وضعیت هستند. بسیاری معتقدند بلاک‌چین راه‌حل روشن این مشکل است چرا که افراد زیادی نیاز دارند که به اطلاعات مشترکی دسترسی داشته باشند.

به عنوان مثال، اگر شما بخواهید کالایی را از کشور چین به نقطه‌ای دیگر از جهان انتقال دهید، حدود ۵۰ نفر نیاز دارند تا به این اطلاعات دسترسی داشته باشند. لزوم وجود بلاک‌چین در حوزه تامین مالی مبادلات تجاری کاملاً مشهود است. انجام این کار با استفاده از دستگاه فکس و مهر زدن بر روی کاغذ، بسیار قدیمی است. در حال حاضر برای حمل نفت از سنگاپور به

مالزی، به یک روز زمان نیاز است و یک هفته زمان صرف رسیدگی به پرونده‌های کاغذی مربوط به آن می‌شود. دیجیتالی کردن امور مبادلات مالی بدون دیجیتالی کردن کل پروسه معاملات بی‌معنی است.

به جز شرکت‌های حمل و نقل، باید کارگزاری‌ها و نمایندگی‌ها، و نیز بخش‌های دیگری از قبیل گذرگاه‌های بندری، امور مالیاتی و شرکت‌های بیمه نیز دیجیتالی شوند. وقتی از مهر فیزیکی برای تایید اوراق استفاده می‌شود، به این معناست که این بخش هنوز دیجیتالی نشده است. باید تمام فرایند از ابتدا تا پایان شکل دیجیتالی به خود بگیرد.

مثالی از صنعت بانکداری (دفاتر و جلسات مجازی)

شما در واقعیت مجازی سر کار خواهید رفت، به بانک می‌روید، به شعب بیمه سر می‌زنید و با مدیر حساب خود تعامل می‌کنید. دو تکنولوژی واقعیت مجازی و واقعیت افزوده به آهستگی وارد مصارف صنعتی می‌شوند، از بخش فروش گرفته تا جراحی، از بیمه گرفته تا مدیریت دارایی.

در آینده شما به راحتی می‌توانید از نرم‌افزارها و اَپ‌های معمول در واقعیت مجازی استفاده کنید. هم اکنون برنامه‌هایی مثل Bigscreen و Virtual Desktop به شما اجازه می‌دهند که با کامپیوتر خود در محیط واقعیت مجازی کار کنید. یعنی هدست واقعیت مجازی روی صورت‌تان است و از کیبورد معمول خود استفاده می‌کنید، یا از کیبورد مجازی در هوا استفاده می‌کنید. از آن طرف مشتریان نیز می‌توانند وارد شعب مجازی بانک/بیمه/کارگزاری/صرافی و لیزینگ شوند.

مثالی از صنعت بیمه (پهپادها، ارزیابان غیرحضوری)

پهپادها، این ماشین‌های هوایی کوچک بدون سرنشین، به شدت در حال جلب توجه شرکت‌های بیمه هستند؛ زیرا روش‌های مفیدی برای بیمه‌گران فراهم می‌نمایند. آنها می‌توانند عملکرد کسب‌وکار را بهبود ببخشند و رسیدگی به ادعاهای خسارت و بیمه‌نامه‌ها را تسهیل کنند. برای مثال پهپادها دسترسی به مناطق خطرناک و تحت قرنطینه که انسان یا بلایای طبیعی

آنجا را به این شکل درآورده است را فراهم می‌کنند. پهپادها به طور وسیعی داده‌های هوایی را جمع‌آوری کرده و با کمک عکس‌های هوایی میزان خسارت را تجزیه، تحلیل و ارزیابی می‌کنند. Munich Re در حال تجربه این تکنولوژی است که اخیراً با یک شرکت پهپادسازی شریک شده است تا ارزیابی‌های بیمه مناطقی که دچار بلایای طبیعی شده‌اند را از طریق گزارش‌های دقیقِ بهبود یافته و پاسخ‌های سریع‌تر، تکمیل کند.

مثالی از صنعت جابجایی پول (ارز بدون مرز)

دنیای دیجیتال مرزی نمی شناسد. در این دنیا شما ارز مخصوص به خود را دارید و در هر زمان و مکانی که بخواهید می‌توانید دیگر کالاها را در هر مکان دیگری خریداری کند یا به هر حسابی در هر کشوری پول انتقال دهید. در گذشته انتقال پول با محدودیت‌های بانکی و گمرکی روبرو بوده است اما در دنیای جدید انتقال پول کمتر از سه ثانیه طول می‌کشد.

مثالی از صنعت مدیریت دارایی (رمزارزها، دارایی‌های جدید دنیای امروز ما)

در گذشته یکی از مهم‌ترین مسائل در صنعت مدیریت دارایی، تخصیص منابع به کلاس‌های مختلف دارایی (رسته دارایی) بود. کلاس‌های دارایی بدین شرح هستند: املاک و مستغلات، سهام، اوراق با درآمد ثابت، اوراق بهادار کالایی (مانند طلا، نفت و...)، ارزهای رایج در جهان و ... اکنون یک کلاس جدید دارایی به مجموعه کلاس‌های قبلی (رسته‌های قبلی) اضافه شده است: دارایی‌های دیجیتال که شامل ارزهای دیجیتال و ارزهای رمزینه شده (رمزارزها) می‌باشد.

مثالی از اشیاء پولدار یا اینترنت پرداخت (IOP)

با گسترش اینترنت اشیاء و اتصال اشیاء به حساب‌های بانکی، اینترنت پرداخت شکل خواهد گرفت. به‌عنوان مثال، یک خودروی متصل به اینترنت، باید بتواند هنگام ورود به پارکینگ، به صورت خودکار عملیات پرداخت را انجام دهد. زمان ورود و خروج وسیله نقلیه باید به صورت اتوماتیک، ثبت شود. سپس بر طبق دستورالعمل کاربر، هزینه به صورت اتوماتیک،

پرداخت می‌شود. تمامی دستگاه‌های متصل به اینترنت می‌توانند این شیوه از سیستم پرداخت را به کار بگیرند.

۵.پلتفرمیکیشن

احتمالا تاکنون واژه بانکداری باز را شنیده‌ایم. پلتفرمیکیشن یعنی بانکداری باز، بیمه‌گری باز، صرافی باز، لیزینگ باز، سبدگردانی باز و کارگزاری باز. یکی از دستاوردهای بزرگ نوآوری‌های جدید، تولد مفهوم جدیدی از بانک‌ها به نام بانکداری باز است. بانکداری باز این اجازه را می‌دهد تا نرم‌افزارهایی که توسط اشخاص و سازمان‌هایی غیر از بانک و شرکای سنتی آنها تولید شده، بتوانند طی پروتکل ایمن و از پیش تعیین شده با سامانه‌های عملیاتی بانک‌ها، ارتباط و تعامل برقرار کند. مشتریان بانک به کمک این محصول می‌توانند از طریق نرم‌افزارهای داخلی خود، انواع خدمات بانکی را به طور خودکار از بانک دریافت کنند.

بانکداری باز مزایای قابل توجهی برای بانک و مشتری به ارمغان می‌آورد و به دلیل دریافت مستقیم اطلاعات از طریق سامانه جامع بانکداری، مغایرت‌های بانکی حذف می‌گردد. سرعت دریافت و پردازش اطلاعات افزایش می‌یابد و در زمان صرفه‌جویی می‌شود. از دیگر مزایای بانکداری باز می‌توان به حذف خطای انسانی به دلیل عدم نیاز به ورود اطلاعات بانکی به صورت دستی، دسترسی به انواع خدمات بانکی در طول شبانه روز، امنیت بالاتر و امکان تایید پرداخت توسط افراد صاحب امضا بدون نیاز به حضور فیزیکی و محدودیت زمانی و مکانی اشاره داشت.

همین مفهوم در مورد بیمه‌ها، کارگزاری‌ها، لیزینگ‌ها، صرافی‌ها، سبدگردان‌ها و کارگزاری‌ها مصداق دارد و پلتفرمیکیشن یعنی اینکه نهادهای مالی سنتی، یک پلتفرم هستند برای ارایه

انواع خدمات و محصولات و سودشان نه از ارایه محصولات خودشان بلکه از طریق کارمزد ارایه یکپارچه محصولات و خدمات دیگران است.

کار نهادهای مالی متعارف (بانک‌ها/بیمه‌ها، تامین سرمایه، کارگزاری، صرافی)، نوآوری نیست. کار بانک‌ها ایجاد حس اعتماد و اطمینان در مردم است. آنها باید کاری کنند که مردم به آنها اعتماد کنند. نمی‌توان هم مورد اعتماد بود و همزمان خلاق؛ و نیز ایده‌های جدید را روی مشتریان تست کرد. روی کاغذ، شدنی است؛ حال آنکه در عمل، این دو جمع نمی‌شوند. اعتماد، از ثبات می‌آید و خلاقیت از عدم ثبات.

نهادهای مالی متعارف (بانک‌ها/بیمه‌ها، تامین سرمایه، کارگزاری، صرافی) به دلیل میراث سنگینی که دارند برایشان آسان نیست که شروع کنند به تجربه کردن چیزهای جدید و سعی و خطا. در عوض استارت‌آپ‌ها به‌راحتی می‌توانند با آزمون و خطا، بهترین راه‌ها را پیدا کنند و بانک‌های باهوش به جای اینکه در درون بانک سعی و خطا کنند در بیرون از بانک فضایی را برای نوآوری فراهم می‌کنند.
نکته دیگری که موجب می‌شود نهادهای مالی متعارف از نهادهای مالی جدید (فین‌تک‌ها و...) متفاوت باشند این است که فین‌تک‌ها مسئله‌محور هستند. مثلا جایی مانند زوم، انتقال پول بین‌المللی را به تجربه متفاوتی تبدیل کرد. این کسب‌وکارها مسئله‌هایی را حل کرده‌اند که برای بانک‌ها حل آنها آسان نبود و یا حداقل برای آنها صرفه نداشت که انرژیشان را صرف حل این مسائل کنند.

فین‌تک‌ها، نهادهای مالی متعارف (بانک‌ها/بیمه‌ها، تامین سرمایه، کارگزاری، صرافی) را از بین نمی‌برند! فین‌تک‌ها نمی‌توانند نهادهای مالی متعارف را از بین ببرند. در واقع در سال‌های آتی، فین‌تک‌ها در نهادهای مالی متعارف حل خواهند شد. و این یعنی نهادهای مالی متعارف به مرور، پیشخوان خدمات جدید، نوآورانه و سریع فین‌تک‌ها می‌شوند.

پلتفرمیکیشن ریشه در نوآوری باز دارد. در گذشته چنین فرض می‌شد که:

- یک شرکت باید بهترین و باهوش‌ترین افراد را به استخدام درآورد.
- کسب سود از نوآوری مستلزم آن است که شرکت به خودی خود کشف کند، توسعه دهد و بازار ایجاد نماید.
- لازمه اول بودن در بازار آن است که دستاوردهای تحقیقاتی ریشه در خود شرکت داشته باشد.
- پیشرو بودنِ میزان سرمایه‌گذاری شرکت در زمینه تحقیق و توسعه در صنعت مربوطه، منتج به بهترین ایده‌هایی می‌شود که در نهایت موفقیت در رقابت را به همراه دارد.
- دارایی‌های فکری باید سختگیرانه مدیریت شود تا مانع از آن شود که سایر شرکت‌ها از ایده‌ها و فناوری‌های بنگاه کسب سود نمایند.

این بدان معناست که بنگاه باید همه چیز را خودش انجام دهد؛ از خلق ایده تا توسعه و تولید، تا بازاریابی، توزیع، خدمات پس از تولید و تامین مالی. اما در نوآوری باز شرکت‌ها به این نکات پی برده‌اند که:

- لازم نیست ایده‌های ارزشمند ریشه در خود بنگاه داشته باشد.
- آنها می‌توانند –و اصلاً باید– از ایده‌ها و فناوری‌های بیرونی استفاده نمایند.
- شروع یک طرح نوآورانه می‌تواند از داخل یا خارج شرکت باشد.
- این ایده‌ها و فناوری‌ها در هر زمان و به هر وسیله‌ای می‌تواند وارد کسب وکار شود.

مثالی از صنعت بیمه (اطلاعاتت را بیمه کن!)

اینشورتک به نام Cyence پا را از بیمه‌های معمولی فراتر گذاشته و اطلاعات و خصوصاً اطلاعات سایبری و مجازی کاربران خود را بیمه می‌کند. به کمک این استارت‌آپ می‌توان اسناد املاک و دارایی‌ها، اوراق بهادار و کلاً هر سند و اطلاعات مهمی را بیمه کرد. در نتیجه هر اتفاقی برای آنها رخ دهد، اگر آتش بگیرند، اگر دزدیده شوند یا حتی اگر محرمانه بودند و حالا فاش شده‌اند، می‌توان خسارت دریافت کرد و اسناد را بدون دردسرهای بیشتری برای احراز

هویت دوباره تهیه کرد. این اینشورتک روی نیاز جدیدی که برای جامعه امروزی به وجود آمده، تمرکز دارد: حفاظت از اطلاعات. کم نیستند افرادی که تجربه هک شدن داشته‌اند و از اطلاعات آنها سوءاستفاده و حتی اخاذی شده است. تاکنون بیش از ۳۵۰ شرکت بیمه‌گر از ۳۰ کشور دنیا از سرویس‌های این شرکت نوآور خریده‌اند و به صورت مستقیم و غیرمستقیم در پیشخوان محصولات خود گذاشته‌اند.

۶. اعتماد دیجیتالی مثلثی

به بیان ساده، در یک معامله دیجیتالی ما می‌خواهیم بدانیم:

- آیا تو همان کسی که می‌گویی هستی؟
- آیا آن چیزی که ادعایش را می‌کنی درست است؟
- آیا ادعای شما منطبق بر توافقات و تعهدات قبلی است؟

اولی با احراز هویت انجام می‌شود. دومی با اعتبارسنجی حل می‌شود و سومی با قراردادهای هوشمند و هوش مصنوعی. روز به روز که پیش می‌رویم اعتماد دیجیتالی آسان‌تر می‌شود و معاملات غیرحضوری اعم از وام گرفتن تا سرمایه‌گذاری و خرید بیمه و پرداخت خسارت و ... غیرحضوری می‌شود.

بدون شک احراز هویت بیومتریک آینده امنیت دیجیتالی است. اقبال نهادهای مالی به رها کردن رمزهای پیچیده و اتکا به اعضای منحصربه‌فرد بدن برای احراز هویت هر روز بیشتر می‌شود. با این‌وجود تکیه صرف به بیومتری ما را آسیب‌پذیر می‌کند. اثر انگشت می‌تواند جعل شود، صدا تقلید گردد و تشخیص چهره هم همیشه بدون خطا نیست. حتی اسکن عنبیه را هم می‌توان گول زد. احتمالا احراز هویت چندعامله که مخلوطی از دارایی (تلفن همراه، تبلت و کی‌کارت)، دانش (رمز، پین‌آفلاین یا سؤال امنیتی) و ژنتیک (اثرانگشت، چهره و عنبیه) است بهترین روش احراز هویت خواهد بود.

قرارداد هوشمند چیست؟ یک مثال برای قرارداد هوشمند، قراردادهای همکاری است. برای مثال فرد A برای توسعه وب‌سایت یک قرارداد هوشمند با فرد B منعقد می‌کند. در این قرارداد فرد A مبلغ ۵۰۰ سکه و فرد B مبلغ ۵۰ سکه تعهد می‌کنند. این دارایی در زمان عقد قرارداد بلوکه می‌شود. در صورت فسخ قرارداد از سمت هر یک از طرفین مبلغ ۵۵۰ سکه به حساب طرف مقابل منتقل می‌شود. پس از ۳۰ روز در صورت تأیید فرد A مبنی بر تحویل صحیح وب‌سایت از فرد B مبلغ ۵۵۰ سکه به حساب فرد B منتقل می‌شود. در غیر این صورت پس از ۷ روز از این زمان فرد C در مورد پروژه نظر می‌دهد. در صورتی که رای به نفع فرد A صادر شود مبلغ ۵۴۰ سکه به حساب فرد A و مبلغ ۱۰ سکه به حساب فرد C منتقل می‌شود. همچنین در صورتی که رای به نفع فرد B صادر شود ۵۴۰ سکه به حساب فرد B و مبلغ ۱۰ سکه به حساب فرد C منتقل می‌شود.

مثالی از حوزه وام‌دهی (اعتبارسنجی وام‌دهی نظیر به نظیر)

وام‌دهی نظیر به نظیر یا نفر به نفر، براساس نرخ سود متغیر و بدون اخذ وثیقه اعطا می‌شود. چراکه در چنین پلتفرم‌هایی افراد اعتبارسنجی می‌شوند و متناسب با اعتبارشان میزان نرخ سود و میزان وام قابل اعطا مشخص می‌شود. با این حال، ریسک برخاسته از آن با در نظر گرفتن تعداد بالای افراد وام‌دهنده در هر پروژه، بین وام‌دهندگان تقسیم و در نتیجه ناچیز می‌شود. به عنوان مثال، در یک پروژه کرادفاندینگ ده هزار دلاری با ۲۰۰ قرض‌دهنده، در صورت عدم بازپرداخت وام، هر کدام از آنها تنها ۵ دلار از دست می‌دهند. نرخ سود این وام‌ها بر اساس اعتبارسنجی شرکت واسط از پروژه و ریسک آن مشخص می‌شود و بر این اساس، وام‌دهندگان می‌توانند در برخی موارد سودی بیشتر از سود حساب‌های سرمایه‌گذاری بانکی دریافت کنند. همچنین، وام‌گیرندگان می‌توانند در این شرایط، بدون قرار دادن وثیقه، بدون گذراندن بوروکراسی اداری و در عرض چند روز وام خود را دریافت کنند.

مثالی از حوزه وام دهی (وام یک دقیقه‌ای)

هم اکنون سامانه Wechat در کشور چین به کاربرانش اجازه می‌دهد درخواست وام‌های بیشتر از ۳۰.۰۰۰ دلاری بدهند و ظرف یک دقیقه در مورد آن تصمیم بگیرند، در حالی که کاربران آن می‌توانند بین خودشان هم پول رد و بدل کنند. پیشگامان صنعت امروزی که پیش از همه در این زمینه حرکت می‌کنند، هیچ شکی در مورد پتانسیل‌های بالقوه فناوری‌های نوین خدمات مالی و کمک آن به مدیریت ریسک در سیستم مالی ندارند.

مثالی از صنعت مراودات حقوقی (قراردادهای هوشمند)

در این تکنولوژی با استفاده از شبکه زنجیره‌های اطلاعات بانکی، قراردادها به صورت آنلاین و از راه دور، بررسی شده، اعتبارسنجی می‌شوند، تراکنش‌های مالی انجام می‌گیرد و نتیجه به طرفین قرارداد اعلام می‌گردد. این نوع قراردادها می‌توانند در حوزه‌های مختلفی باشند، از بیمه گرفته تا خرید و فروش املاک. Common Accord یکی از اولین استارت‌آپ‌های آمریکایی است که در حوزه قراردادهای هوشمند بانکی فعالیت می‌کند. قراردادهای هوشمند می‌توانند قراردادهای وام را به صورت خودکار در آورند و خطاها در روال کار را کمتر سازند. این قراردادها می‌توانند به صورت خودکار فرآیند پرداخت را انجام دهند و وقتی وام پرداخت شد، وثایق خود به خود آزاد شوند. قراردادهای هوشمند می‌توانند نقل و انتقالات بین‌المللی پول و کالا که به صورت متعارف از طریق اعتبار اسناد کاغذی انجام می‌شود را اتوماتیک کنند. به محض ارایه اسناد موید دریافت کالا، پرداخت خود به خود انجام شود. قراردادهای هوشمند می‌توانند روابط بین شرکت‌های مدیریت دارایی یا ثروت و سرمایه‌گذاران را تسهیل کنند. در یک قرارداد هوشمند نوشته می‌شود که به صورت اتوماتیک کارمزد شرکت مدیریت دارایی پرداخت می‌شود. همچنین سود نقدی سرمایه‌گذار، سود انتهایی سرمایه‌گذار و همچنین پاداش عملکرد شرکت مدیریت ثروت (در صورتی که عملکردی بالاتر از بازده توافق شده وجود داشته باشد) را پرداخت می‌کند.

مثالی از صنعت مالی (شناسایی تقلب)

یکی از مواردی که در ایجاد اعتماد اخلال ایجاد می‌کند، بحث تقلب و جرایم مالی است. متقلبان و مجرمان افراد بسیار هوشمندی هستند و کارهایی می‌توانند انجام دهند که به چشم دیگر انسان‌ها کاملاً قانونی است. اما هوش مصنوعی این طور نیست و نمی‌شود آن را گول زد و چیزهایی را می‌بیند که چشم هیچ انسانی قادر به دیدنش نیست. با استفاده از هوش مصنوعی، مؤسسات مالی می‌توانند از همان ابتدا فعالیت‌های مشکوک را شناسایی کنند و مانع از انجام تراکنش‌های مشکوک شوند. زمانی که صحبت از تقلب می‌شود، فرایند کپی‌رایت، مقوله بسیار رایجی است. اما یادگیری ماشینی می‌تواند ابزار قدرتمندی برای جلوگیری از فعالیت‌های جعلی در آینده باشد. اگر از این ابزارها به‌طور منظم استفاده شود، می‌تواند انجام کلاهبرداری‌های احتمالی را در آینده بگیرد و به این ترتیب، صنعت مالی به‌طور کلی پایدارتر می‌شود.

مثالی از صنعت مالی (تطبیق هوشمند با مقررات)

صنعت مالی با قوانین و مقررات پیچیده‌ای سروکار دارد. یک گزارش مناسب از مبانی حفظ سازگاری شرکت‌ها است و استفاده از هوش مصنوعی می‌تواند به خودکارسازی این فرایند کمک کند. همچنین شرکت‌ها می‌توانند از سیستم‌های کامپیوتری برای اطمینان از عملکرد مناسب تمام بخش‌های کسب‌وکار، استفاده کنند و به این ترتیب، شناسایی برخی انحرافات از جریان عملیات اصلی، می‌تواند به شرکت‌ها در شناسایی مشکلات بالقوه و رفع آن کمک کند. مؤسسات مالی تحت چهارچوب‌های دقیق نظارتی که سطوح مختلفی از پیمایش و گزارش را الزام می‌کنند، فعالیت دارند؛ به عنوان مثال بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸، تمامی معاملات بایستی مورد نظارت قرار گیرد و مستندات آن ثبت گردد. این اطلاعات برای نظارت و تشخیص الگوی معاملات غیرعادی استفاده می‌شود.

یکی از روندهای مورد انتظار ورود تاثیرگذار بیگ‌تک‌ها (شرکت‌های بزرگ فناوری) در کنار فین‌تک‌ها (شرکت‌های نوپای فناوری مالی) به عرصه خدمات مالی است. شرکت‌های بزرگ

۷. ورود بیگ‌تک‌ها

فناوری مانند گوگل، فیسبوک، مایکروسافت، اپل، آمازون وارد حوزه مالی شده‌اند. استارت‌آپ‌های فین‌تکی به دنبال ساختن برند خود برای جذب مشتریان هستند، اما شرکت‌های بزرگ فناوری، برندهای جهانی تثبیت شده و حجم انبوهی از مشتریان خود را دارند، که به آن‌ها اجازه می‌دهد بدون هیچ زحمتی به توسعه مرزهای خود در زمینه‌های مختلف بپردازند. این دو مزیت، در عمل تضمین‌کننده موفقیت شرکت‌هایی چون آمازون در گسترش خدمات مالی است. در هر صورت با ورود فین‌تک‌ها و بیگ‌تک‌ها به عرصه صنعت مالی، با قطعیت نمی‌توانیم به این سوال پاسخ دهیم که حاکمانِ فردای صنعت مالی چه کسانی هستند؟

مثالی از ورود بیگ‌تک‌ها در کشور چین

علی بابا به عنوان غول بزرگ تجارت الکترونیک این کشور، بزرگترین صندوق سرمایه‌گذاری جهان را گردآوری کرده که در طول پنج سال اخیر توانسته‌است بالغ بر ۹۶ میلیارد دلار وام را مدیریت کند و با توسعه آنت فایننشیال (Ant Financial) در کنار نهمین بانک بزرگ ایالات متحده جای گیرد. علی بابا هم‌چنین، با راه‌اندازی سیستم بانکداری آنلاین مای‌بانک (MYbank) که بر اساس شبکه‌ای از داده‌های مالی کاربران و مشتریان علی بابا به‌صورت آنی به آن‌ها اعطای وام می‌کند، گامی بزرگ در راستای خدمات مالی در چین و البته جهان برداشته است.

طی سال گذشته، کاربران از سراسر جهان بالغ بر ۱.۷ تریلیون دلار پرداخت را با استفاده از پلتفرم پرداخت آنلاین علی‌پی شرکت علی بابا انجام داده‌اند که به‌طرز شگفت‌آوری پنج برابر بیشتر از پرداخت‌های صورت گرفته با استفاده از پلتفرم پی‌پال بوده است؛ پلتفرمی که خود یکی از سرآمدان عرصه فین‌تک در تمام دنیا است.

مثالی از ورود بیگ‌تک‌ها در ژاپن

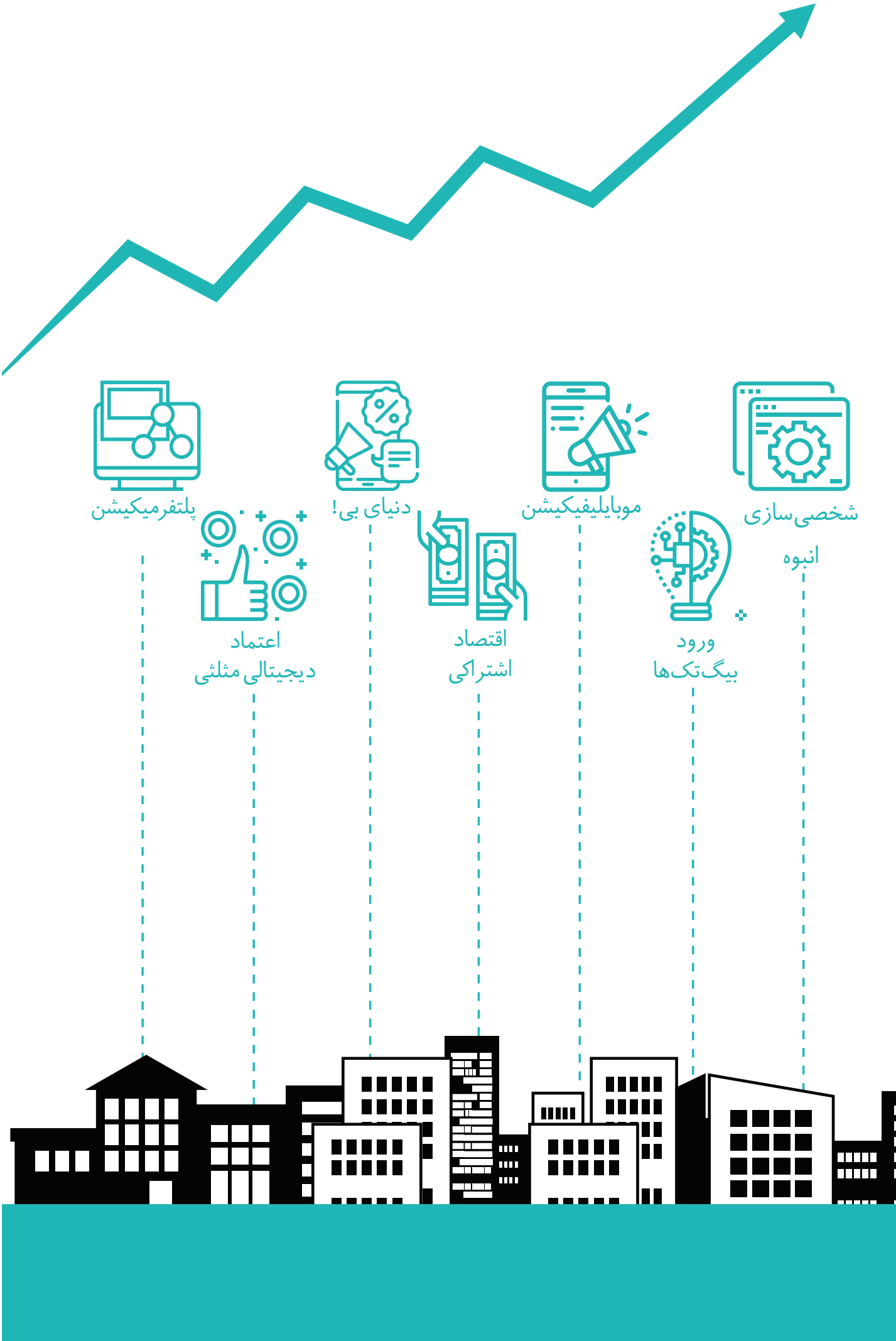
غول اصلی تجارت الکترونیک ژاپن، راکوتن (Rakuten) نیز خدمات مالی پیشرفته‌ای ارایه می‌دهد و بزرگ‌ترین بانک اینترنتی کشور را مدیریت می‌کند. این شرکت که از لحاظ حجم تراکنش‌های صورت گرفته از طریق کارت‌های اعتباری در رده سوم جای گرفته است، در حال حاضر ۴۰ درصد از درآمد خود را مدیون خدمات مالی‌اش است.

مثالی از ورود بیگ‌تک‌ها در آمریکا

در میان تمام شرکت‌های فعال در حوزه فناوری ایالات متحده آمریکا، آمازون بهترین جایگاه را برای موفقیت در بانکداری دارد. این شرکت، بالاترین حجم خرید و تعامل با مشتریان را به خود اختصاص داده است. ارتباطات تجاری گسترده، یکپارچگی در سیستم‌های رایانه مشتریان، گوشی‌های تلفن همراه، تبلت‌ها، تلویزیون و سیستم‌های صوتی خانگی و صد البته ارایه خدمات عالی شامل سیاست‌های کلان مرجوعی کالا در کنار عدم وجود نقض امنیتی قابل ملاحظه، پارامترهایی هستند که هر شرکتی نمی‌تواند به‌صورت تمام و کمال تمامی آنها را رعایت کند. اما در حال حاضر شاهد ارایه تمام این مزایا توسط آمازون هستیم.

جالب است که بسیاری از مردم، آمازون را به خاطر فعالیت‌های تجارت الکترونیک آن می‌شناسند. بیش از نیمی از جست‌وجوهای مربوط به تجارت الکترونیک در ایالات متحده آمریکا، از طریق پلتفرم آمازون صورت می‌گیرد. اکنون این شرکت در حال مذاکره با بانک‌های بزرگی ازجمله جی‌پی مورگان‌چیس و کپیتال وان درباره ایجاد یک حساب جاری بانکی برای مشتریان است. در واقع هدف از این صحبت‌ها ارایه محصولاتی است که برای مشتریان جوان و افرادی که هیچ حساب بانکی ندارند، مناسب و اثربخش باشد. اگر چنین اتفاقی بیفتد و در نهایت آمازون بتواند این حساب بانکی را هم به دیگر محصولات و سرویس‌هایش اضافه کند، اثرات بیشتری از آمازون در زندگی کسانی که از وب‌سایت آمازون و فروشگاه هول فودز

خرید می‌کنند، کسانی که روی سرویس کیندلز مطالعه می‌کنند، ویدئوهای آمازون را مشاهده می‌کنند و با الکسا، مشاور دیجیتال شرکت سروکار دارند، نمود پیدا می‌کند. در واقع می‌توان گفت که ارایه محصولی شبیه به یک حساب بانکی شخصی می‌تواند به کاهش هزینه‌هایی منجر شود که آمازون به موسسات مالی پرداخت می‌کند و همچنین اطلاعات ارزشمندی در مورد درآمد و هزینه مصرفی مشتریان نیز در دسترس قرار می‌دهد.


پلتفرمیکیشن
دنیای بی!
موبایلیفیکیشن
شخصی‌سازی
انبوه
اعتماد
دیجیتالی مثلثی
اقتصاد
اشتراکی
ورود
بیگ‌تک‌ها

فصل سوم

استراتژی‌های سرمایه‌گذاری؛ واکنش امپراطور

استراتژی‌های سرمایه‌گذاری؛ واکنش امپراطور

بسیاری از صنایع مانند خرده‌فروشی، فروش موسیقی، اجاره فیلم، رزرو سفر، روزنامه‌ها، تاکسی‌ها و هتل‌ها تحت تاثیر انقلاب دیجیتال در طول یک دوره ده ساله به طور متوسط با کاهشِ سود ۴۴ درصدی روبرو شده‌اند. صنعت مالی نیز در شرف دگرگونی است. اگر نهادهای مالی سنتی (امپراطوران فعلی)، صدای انقلاب را نشنوند یا نشنیده بگیرند، شورشیان جدید سرزمین آنان را فتح خواهند کرد. برای موفقیت در آینده باید استراتژی سرمایه‌گذاری شما در دو گام زیر طراحی شود:

همگام‌سازی با روندها

سازمان‌های هوشمند در برابر ابرروندها و روندهای قطعی غیرقابل بازگشت مقاومت نمی‌کنند بلکه در زمان مناسب سوار موج تغییرات می‌شوند و خود را با آن روندها همگام می‌کنند. به جدول زیر بیندیشید و آن را کامل کنید.

	تاثیر استراتژیک	آگاهی استراتژیک	آمادگی استراتژیک	سرمایه‌گذاری استراتژیک
	میزان اهمیت تاثیر روند بر کسب وکار من چقدر است؟	این روند چه تغییرات مثبت و منفی‌ای در پایداری و سودآوری کسب‌وکار من ایجاد می‌کند؟	برای بهره‌برداری از تاثیرات مثبت و ایمن‌سازی از تاثیرات منفی این روند چه الزاماتی وجود دارد؟	در شرایط کنونی باید روی چه مواردی تمرکز بکنم و مهمترین اقدامات چیست؟
شخصی‌سازی انبوه				
موبایلیفیکیشن				
اقتصاد اشتراکی				
دنیای بی!				
پلتفرمیکیشن				
اعتماد دیجیتالی مثلثی				
ورود بیگ‌تک‌ها				

تشکیل مثلث با تمرکز بر قاعده

برای آن که در آینده موفق شوید در همگام‌سازی با روندها، سه راه بیشتر ندارید:

۱. سرمایه‌گذاری داخلی

در این گزینه روی مهارت‌ها، دانش‌ها، نوآوری‌ها و فناوری‌هایی که لازم دارید سرمایه‌گذاری می‌کنید.

در نظرسنجی‌ای که از ۵۰۰ نهاد مالی جهان انجام شده است. بهبود تجربه دیجیتالی به عنوان اولویت اول این نهادها مطرح شده است. جالب است که افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه نوآوری به عنوان چهارمین اولویت نهادهای مالی در سراسر جهان بوده است. بر اساس این گزارش حوزه‌هایی که اغلب بانک‌ها در حال افزایش سرمایه‌گذاری نوآورانه در آنها هستند عبارت‌اند از: خدمات/تجربه مشتریان (۸۴٪) و کانال‌ها (۸۲٪)، سپس فرآیندها (۶۷٪)، محصولات (۶۳٪) و فروش و بازاریابی (۵۶٪).

نمونه عملی: ایجاد آزمایشگاه دیجیتال توسط بانک آلمان:

بانک آلمان در حال حاضر ۴ عدد از این آزمایشگاه‌ها دارد که اولی در برلین، یکی در Palo Alto، یکی در نیویورک و یکی در لندن قرار دارد که تمرکزش فقط در حوزه Blockchain است. به گفته بانک آلمان قراراست تعداد دیگری هم به زودی در شهرهای دیگر تاسیس گردد که یکی از آنها احتمالاً در آسیا قرار خواهد داشت.

آزمایشگاه‌های بانک آلمان سه هدف اصلی را دنبال می‌کنند:

الف –کمک به بانک برای ارزیابی و تطابق با تکنولوژی‌های نوظهور

ب – برای ایجاد فرهنگ نوآوری

ج –کمک به استراتژی‌های دیجیتال بانک

آزمایشگاهی که در کالیفرنیا واقع شده سعی در جلب توجه و نظر نیروهای متخصص حاضر در دره سیلیکون را دارد و تلاش می‌کند برنامه‌نویسان، توسعه‌دهندگان و مهندسان را وادار کند تا زمان بیشتری را صرف تولید و توسعه نرم‌افزارهای حوزه یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی کنند. همچنین تلاش می‌کنند ارتباط بیشتر و بهتری با بازیگران اصلی حوزه نوآوری در دنیای دیجیتال، مثل IBM که منابع، تخصص‌ها و روابط زیادی برای نوآوری‌های حوزه بانکی تخصیص داده‌اند، برقرار کنند.

در آزمایشگاه برلین یک برنامه هکاتون نیز برگزار گردیده است، که در این رویداد سه روزه داوران پروژه‌های انجام شده توسط برنامه‌نویسان، توسعه‌دهندگان و طراحان را قضاوت کردند. هدف اصلی از برگزاری این رویداد پیدا کردن راه حل‌هایی بود تا در APIهای ارایه شده توسط بانک آلمان از آن‌ها استفاده شود و همچنین نیروهای زبده و متخصص در این حوزه شناخته شوند تا در آینده نزدیک از آنها در تیم فنی بانک استفاده گردد.

۲. نوآوری باز (خرید دستاوردهای دیگران)

در این حالت شما در داخل سرمایه‌گذاری نمی‌کنید بلکه روی ایده‌هایی که از بیرون سازمان آمده‌اند سرمایه‌گذاری می‌کنید و آنها را درونی می‌کنید. یا آنچه در مدتی شکل گرفته و به نتیجه رسیده است را می‌خرید و جزئی از سازمان شما می‌شود.

- نمونه عملی: غول مالی سانتاندر دست‌کم ۱۳ سرمایه‌گذاری بر روی ۱۲ استارت‌آپ فین‌تک انجام داده است که بزرگ‌ترین آنها ۱۳۵ میلیون دلار بر روی «کبیج» است.
- نمونه عملی بیش از ۷۰ درصد سرمایه‌گذاری بانک‌های اروپایی بر روی استارت‌آپ‌های فین‌تک آمریکایی بوده است.
- نمونه عملی: یکی از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری‌ها روی فین‌تک به ارزش ۱/۴ میلیارد دلار روی یک استارت‌آپ هندی بوده که توسط یک شرکت سرمایه‌گذاری ژاپنی صورت گرفته است.

☆ نمونه عملی: بانک BBVA که دومین بانک بزرگ اسپانیا است در طول چند سال گذشته چندین استارت‌آپ بزرگ بین‌المللی مانند Holvi از فنلاند و Simple آمریکا را خریداری کرده است.

☆ نمونه عملی: بانک BNP Paribas، به‌تازگی بانک دیجیتالی فرانسوی Compte-Nickel به ارزش ۲۰۰ میلیون یورو (۲۱۳ میلیون دلار) خریداری کرد که به گزارش بلومبرگ، بزرگ‌ترین خریدار فین‌تکی در فرانسه بوده است.

۳. شراکت راهبردی

در این گزینه نه مانند حالت اول خودتان به توانمندی می‌رسید و نه مانند حالت دوم توانمندی دیگران را به درون خود می‌کشید؛ بلکه با دیگرانی که صاحب توانمندی هستند رابطه شراکت راهبردی ایجاد و از توانمندی آنان استفاده می‌کنید.

☆ نمونه عملی: بانک‌ها با دسترسی دادن به فین‌تک‌ها، دارایی‌های دیجیتال خود را به درآمد تبدیل می‌کنند. بانک‌های سنتی می‌بایست که با دسترسی و راحتی تکنولوژی که از سوی شرکت‌های فین‌تک ارایه شده رقابت کنند. استفاده از داده‌های مرتبط با مشتریان برای بانک‌ها از اهمیت بسزایی برخوردار است. از طرفی بسیاری از مقرارت، دسترسی به داده‌های مشتری بانک را برای سایر کسب و کارها آزاد کرده است. بدین ترتیب راهی برای بانک‌ها فراهم شده تا از دارایی‌های دیجیتال و داده‌های خود کسب درآمد کنند.

بانک‌های سنتی می‌توانند با فراهم آوردن زیرساخت‌های مالی، به فین‌تک‌ها کمک کنند تا به حجم عظیم مشتریان دسترسی داشته باشند. فین‌تک‌ها نیز با فراهم آوردن نوآوری و تکنولوژی برای بانک‌ها، تجربه کاربری مشتریان بانک را بهبود می‌بخشد. بانک‌ها می‌توانند ارزش و خدمات جدیدی را به موقع به بازار عرضه کنند و هزینه‌های خود را کاهش دهند و بازگشت سرمایه خود را افزایش دهند. این همکاری هم به بانک‌ها و هم شرکت‌های فین‌تک کمک می‌کند تا بتوانند تمرکزشان را بر مزیت رقابتی خود داشته باشند و نتیجه بهتری بگیرند.

هیچکدام از این سه گزینه بر دیگری برتری ندارند بسته به شرایط سازمان شما (اعم از بزرگی و کوچکی، خطرپذیری بالا یا پایین، توان مالی بالا یا پایین و ...) و اینکه در قبال روندها چه می‌توانید بکنید، اولویت هر یک برای شما تغییر می‌کند. بنابراین به عنوان مثال به این جمع‌بندی رسیده‌اید که که روندهای موبایلیفیکیشن و اعتماد دیجیتال برای شما مهم است، اما به خاطر شرایط خاص شما نمی‌توانید مستقیماً روی آن سرمایه‌گذاری کنید و همچنین نمی‌توانید آن را از طریق شراکت راهبردی در آینده تامین کنید. بنابراین استراتژی شما نوآوری باز در حوزه موبایلیفیکیشن و اعتماد دیجیتال خواهد بود و باید روی آن متمرکز شوید (قاعده مثلث را می‌گذارید روی نوآوری باز) و توسط دو ضلع دیگر (شراکت راهبردی محدود و سرمایه‌گذاری داخلی محدود) آن را تکمیل می‌کنید. این بدان معناست که شما نمی توانید فقط بر یک بعد تکیه کنید. اما باید بر یک بعد تمرکز کنید. به عنوان نمونه یک بانک ممکن است یک شبکه اجتماعی با هدف ارایه سرویس‌های مالی ارایه کند (سرمایه گذاری داخلی)، سپس فین‌تک‌ها را دعوت کند که بخشی از سرویس‌های مالی خود را روی آن توسعه دهند (نوآوری باز) و همچنین از دیگر سرویس دهنده‌ها (چه نهادهای سنتی مالی و چه فین‌تک‌ها) می‌خواهد که در این اکوسیستم ایجاد شده محصولات و سرویس‌های خود را ارایه کنند.

نکته پایانی: جهان در حال تغییر است به ویژه صنعت مالی. ده سال دیگر تعریف ما از بانک، بیمه، لیزینگ، صرافی، مدیریت دارایی، انتقال پول، دارایی مالی، خدمات مالی تغییر خواهد کرد. شاید ده سال دیگر هر کسی بیمه خودش، بانک خودش و سبدگردانی خودش را داشته باشد. از این آینده چقدر آگاهیم؟ برای آن چقدر آماده‌ایم؟ و چه میزان سرمایه‌گذاری کرده‌ایم؟

منتخبی از منابع و مراجع

1. Deloitte, Cleared for takeoff, Five megatrends that will change financial services, 2015
2. Ernst & Young, The digital imperative, Mapping the future of financial services
3. KPMG, The future of financial services, 30 Voices on 2030
4. PWC, Financial services technology 2020 and beyond: Embracing disruption
5. Accenture, Financial Services Change Survey 2017
6. Mckinsey, FinTech: How financial institutions in should prepare for the future
7. World Economic Forum, the future of financial services
8. Harvard Business Review, The Financial Industry Needs to Start Planning for the Next 50 Years, Not the Next Five

در این کتاب به کرات از مطالب نشریه وزین راه پرداخت و همچنین از مطالب «آینده بازار خدمات مالی» منتشر شده توسط هلدینگ بانک ،بیمه و سهام صندوق بازنشستگی کشوری و پایگاه‌های اطلاع رسانی زیر استفاده شده است :

دنیای اقتصاد (donya-e-eqtesad.com)، راه پرداخت (way2pay.ir) پایگاه اطلاع رسانی فردانما (fardanama.com)، صدتحلیل(100tahlil.com)، وصل پی (vaslpay.com)، آی‌دی پِی(idpay.ir)، کوانت کن (quantcan.ir)، بیست تک (20tech.ir)، میهن بلاکچین (mihanblockchain.com)، نبکا (nobka.ir) سایت فایو جی (5g.co.uk/guides/why-fintech-needs-5g) فین‌تک لب (fintechlab.ir) توسن بوم (tosanboom.com)

شاید ده سال دیگر هر کسی بیمه خودش، بانک خودش و سبدگردانی خودش را داشته باشد. از این آینده چقدر آگاهیم؟ برای آن چقدر آماده‌ایم؟ و چه میزان سرمایه‌گذاری کرده‌ایم؟

این کتاب با حمایت موسسه دانش بنیان برکت و شرکت مدیریت ثروت ستارگان چاپ و منتشر شده است.