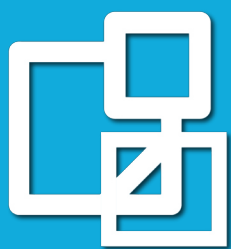


۱۰ روند اصلی در پرداخت: ۲۰۱۹

آنچه باید بدانید





مقدمه



چه چیزی باعث چنین تحول‌های سریعی در صنعت پرداخت می‌شود؟ مشتری‌ها ارزش بیشتری می‌خواهند و انتظارات‌شان در حال افزایش است. رقیب‌های چابکی در حال ورود به این حوزه هستند. تنظیم‌کننده‌ها در خواست افزایش همکاری و باز شدن اکوسیستم را دارند. برای انجام کسب‌وکار باید نوآوری داشت و از فناوری‌های جدیدی مثل API، پرداخت آنی (RTP)، خودکارسازی رباتیک فرایند (RPA) و اینترنت اشیا استفاده کرد. تازه‌واردهای حوزه پرداخت (از فین‌تک‌ها مثل Transferwise تا شرکت‌های تجارت الکترونیک مثل آمازون و غول‌های فناوری مثل گوگل تا خرده‌فروش‌ها مثل المارت) تجربه‌ای یکپارچه ارائه می‌دهند و از داده‌های کاربران برای ایجاد بینش در مورد مشتری‌ها و ارائه خدمات سفارشی استفاده می‌کنند.

بعضی متصدی‌های پرداخت به کندی این نوآوری چندوجهی پاسخ داده‌اند؛ زیرا اکوسیستم‌های مبتنی بر پلتفرم را در اختیار ندارند؛ ولی بانکداری باز شرکت‌ها را تشویق به استفاده از پلتفرم به عنوان سرویسی برای ارتباط با سهامداران مختلف جهت تبادل داده و ارزش کرده است.

۱۰ روند اصلی در پرداخت در ۲۰۱۹



باز بودن صنعت پرداخت باعث افزایش تاکید رگولاتورها روی استانداردسازی و پیروی مبتنی بر داده شده است تا افزایش فشار تقاضا را متعادل کند. به علاوه، با افزایش تعداد کانال‌های پرداخت دیجیتال، بانک‌ها از فناوری‌های جدید برای یکپارچه کردن چند ابزار استفاده می‌کنند. با افزایش محبوبیت تحلیل داده‌های تراکنش‌ها از طریق یادگیری ماشین، بانکداری هوشمند به یک هنجار جدید تبدیل شده است.

امیدواریم این تحلیل از ۱۰ روند اصلی پرداخت در سال ۲۰۱۹ به شما کمک کند درک بهتری از اکوسیستم باز صنعت و چالش‌ها و مزایای بالقوه آن به دست آورید.

روند اول: هویت دیجیتال برای تضمین امنیت دیجیتال و ایمنی مشتری‌ها اهمیت زیادی پیدا کرده است

ریسک‌های سایبری با افزایش تعداد و محبوبیت روش‌های پرداخت بیشتر می‌شوند؛ ولی راه‌حل‌های پیچیده هویت دیجیتال می‌توانند به رفع این ریسک‌ها کمک کنند.

پیش‌زمینه

- با افزایش دیجیتالی شدن، حمله‌های سایبری بدون شک افزایش پیدا می‌کنند. در حقیقت، افزایش ۴۴ درصدی در کلاهبرداری حساب‌های جدید از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۸ قابل پیش‌بینی بود؛ در حالی که انتظار می‌رفت ضررهای سالانه از پنج میلیارد به هشت میلیارد دلار برسند.
- شناسایی آنلاین، احراز اصالت و تعیین دسترسی مشتری برای تضمین ایمنی مشتری‌ها در این محیط دیجیتال حیاتی هستند. هویت دیجیتال با داشتن دیدگاهی باز تر نسبت به مشتری‌ها، این عناصر را در بر می‌گیرد.



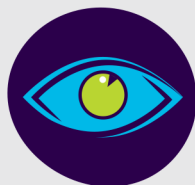
پیش‌ران‌های کلیدی

- افزایش دزدی هویت و سناریوهایی مانند کلاهبرداری Synthetic ID باعث ایجاد جنبش‌هایی علیه حمله‌های دیجیتال شده‌اند. - کلاهبرداری Synthetic ID باعث افزایش ضرر کارت‌های اعتباری شده و از انتهای سال ۲۰۱۶ تا انتهای سال ۲۰۱۷، افزایش ۵/۲ درصدی داشته است.
- قوانینی مانند PSD2 در کنار روندهای بانکداری باز نیاز به اقدام‌هایی قوی برای مدیریت هویت دارند. سازمان تصمیم‌گیرنده بانکداری اروپا استفاده از تایید هویت مبتنی بر ریسک (RBA) را توصیه می‌کند که در آن، چند لایه باید طی شود تا ریسک تخطی کاهش پیدا کند.
- رابط‌های مبتنی بر اینترنت اشیا، مثل الکسای آمازون یا سیری اپل در حال تغییر دادن زندگی افراد هستند و می‌توان با دستورهای صوتی پرداخت انجام داد. با محو شدن تفاوت‌های بین دنیای دیجیتال و فیزیکی، مدیریت هویت دیجیتال به مولفه‌ای حیاتی تبدیل می‌شود.



مرور اجمالی بر روند

- تعداد روش‌های پیاده‌سازی هویت دیجیتال در حال افزایش است. وجود پایگاه داده‌ای متمرکز به ایجاد راهکاری یکپارچه برای مدیریت هویت‌ها کمک می‌کند.
- چند برنامه جدید هویت ملی الکترونیکی (eID) به صورت کارتی یا مبتنی بر موبایل در هند، ایتالیا، پرو، سنگاپور و فیلیپین ایجاد شده‌اند.
- بانک‌های برتر بعضی کشورها اقدام‌هایی برای ایجاد اکوسیستم هویت دیجیتال انجام داده‌اند.

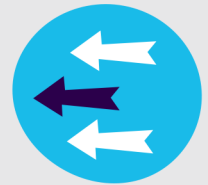


- بانک‌های کانادایی BMO، CIBC، Desjardin، RBC، Scotiabank و TD اکوسیستم‌های هویت دیجیتالی در اکتبر ۲۰۱۶ ایجاد کردند و این اکوسیستم قرار بود در سال ۲۰۱۸ آغاز به کار کند.

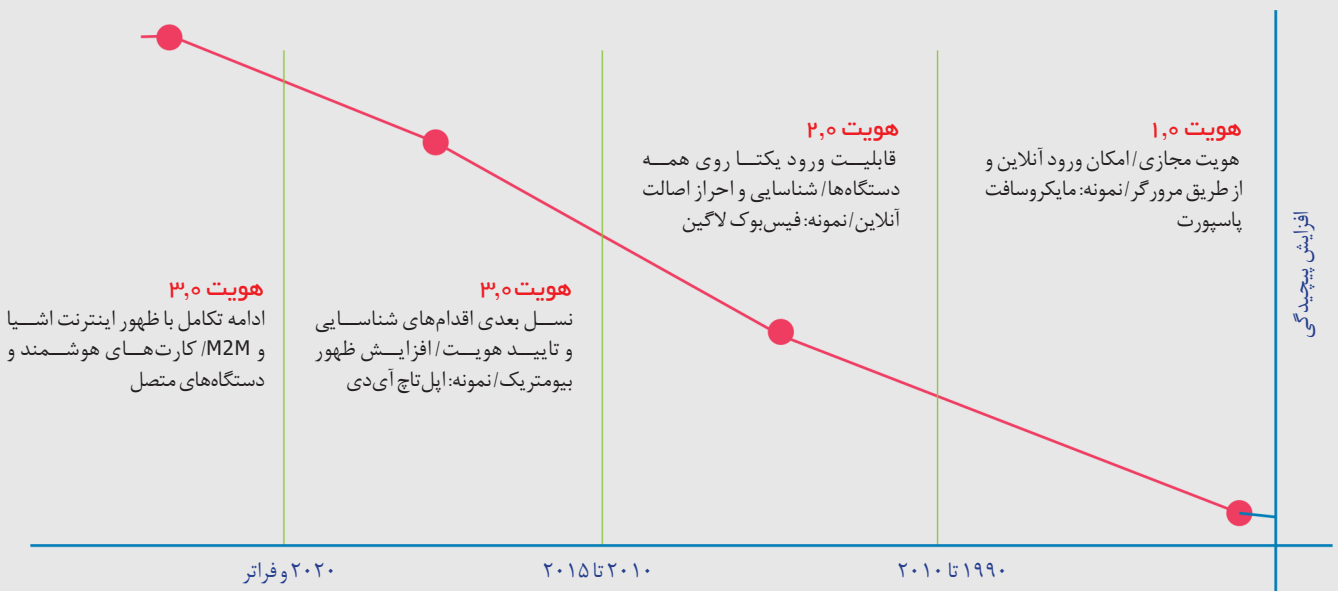
- استانداردهای جدیدی برای همخوانی روش‌های مدیریت هویت دیجیتال در حال ظهور هستند.
- سازمان IEEE در سال ۲۰۱۷، «اقدام شمول دیجیتال از طریق اعتماد و نمایندگی» را ارائه کرد که هویت دیجیتال را استاندارد می‌کند و استفاده از استانداردهای فناوری دفتر کل توزیع شده را تشویق می‌کند که شمول مالی و دیگر قابلیت‌های اشتراک داده را تسهیل می‌کنند.
- سطح بعدی اقدام‌های احراز هویت و احراز اصالت در حال ظهور هستند و دید کاملی از مشتری ارائه می‌دهند.
- روش‌های تایید هویت چندفاکتوری شامل روش‌های بیومتریک، ورود (sing on) واحد از طریق چند دستگاه و احراز هویت بدون پسورد در حال پیشرفت و محبوب شدن هستند.
- مدیریت هویت در آینده محدود به شناسایی و تعیین دسترسی به داده‌ها نخواهد بود. شناسایی دستگاه‌ها، حسگرها و مانیتورها و کنترل دسترسی به داده‌های حیاتی و غیرحیاتی نیز قابل کنترل خواهد بود.

پیامدها

- با حرکت صنعت به سمت اکوسیستمی باز و مبتنی بر همکاری، نیاز بیشتری به ایجاد توازن بین تجربه کاربری و کنترل‌های امنیتی وجود دارد. شرکت‌های هویت دیجیتال می‌توانند تجربه‌ای یکپارچه روی همه کانال‌ها برای مشتری ایجاد کنند.
- بانک‌ها و نهادهای مرکزی می‌توانند با همکاری یکدیگر پایگاه داده‌ای متمرکز و فدرال برای مدیریت هویت دیجیتال ایجاد کنند، مانند سرویس داده بدون ساختار و مکمل (USSD) در هندوستان.
- بانک‌های می‌توانند با به اشتراک گذاشتن زیرساخت هویت دیجیتال و تضمین همخوانی استانداردها، هزینه‌های خود را کاهش دهند.



شکل ۱: تکامل مدیریت هویت و دسترسی در صنعت پرداخت



روند دوم: افزایش تمرکز رگولاتورها روی استانداردسازی با هدف تقویت تقاضای بازار و نوآوری

رگولاتورها روی توازن بین فشار سمت عرضه و کشش سمت تقاضا، از طریق اقدام‌های بانکداری باز تاکید دارند.

پیش‌زمینه

- بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸، رگولاتورها روی معرفی استانداردهایی برای تضمین پایداری سیستم و کاهش ریسک تمرکز کردند.
- از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷، چند اقدام جدید برای تقویت نوآوری و مدرن کردن سیستم‌های پرداخت انجام شد.
- در حال حاضر، تمرکز دوباره به سمت استانداردسازی معطوف شده و رگولاتورها برای همراستا کردن تلاش‌های خود با تقاضای بازار کار می‌کنند.



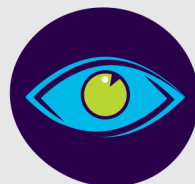
پیش‌ان‌های کلیدی

- می‌توان با کمک استانداردهای جدید، راه‌حل‌های معرفی شده در دوره‌های اوج‌گیری و تثبیت صنعت را توجیه کرد.
- مجموعه‌ای از استانداردها و اقدام‌های همخوانی باید توسعه داده شده و پیاده شود تا بازاری تجزیه‌شده را به هماهنگی برساند.
- تعارض‌های ناشی از همپوشانی اهداف و حوزه‌های قوانین (و قوانین مختلف در حوزه‌های مختلف) باید برای ساده‌شدن پیاده‌سازی رفع شوند.



مرور اجمالی بر روند

- صنعت پرداخت شاهد رشد راه‌حل‌های نوآور بوده و در حال حاضر در حال ورود به مرحله تثبیت است.
- رگولاتورها در حال اعلام موج جدیدی از استانداردها و کاهش ریسک برای توجیه راه‌حل‌ها و پیشنهادها هستند.
- - برای نمونه، آغاز به کار SCT Inst (انتقال اعتبار لحظه‌ای SEPA) تلاشی توسط شورای پرداخت اروپا (EPC) برای رسیدن به همخوانی در سیستم‌های متفاوت اتحادیه اروپاست.
- همان‌طور که تازه‌واردان شرایط صنعت را تغییر می‌دهند، رگولاتورها در حال ارزیابی این بخش برای تضمین عادلانه بودن آن هستند.
- رگولاتورهای برزیل و مکزیک در حال کار روی مجموعه جدیدی از قوانین برای فین‌تک‌ها هستند و در حال هماهنگ‌کردن استانداردها از طریق همکاری محلی هستند.
- بانک مرکزی ایران، سه فاز برای تعریف سیاست‌های فین‌تک طی یک بازه ۱۸ ماهه تعریف کرده است (۲۰۱۸ و ۲۰۱۹).



- چند اقدام جهانی استانداردسازی توسط رگولاتورها در حال انجام است.
- در ایالات متحده، انجمن ملی تسویه حساب خودکار خانه‌ها (NACHA) پروژه Afinis را راه‌اندازی کرد که یک سازمان استانداردسازی مبتنی بر عضویت است که API و دیگر سرویس‌های استاندارد مالی ارائه می‌دهد.

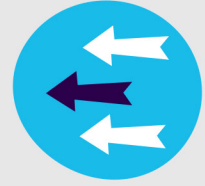
شکل ۲: رگولاتورهای امروزی روی استانداردسازی متمرکز هستند



- شورای پرداخت اروپا (EPC) یک گروه ارزیابی (API (APIEG) برای مطالعه پنج استاندارد موجود ارائه کرده است.
- قانون سیستم پرداخت تایلدن در سال ۲۰۱۸ با هدف تنظیم و نظارت بر ارائه‌دهنده‌های خدمات پرداخت ایجاد شده است.
- نهاد مالی سنگاپور (MAS) در سال ۲۰۱۸ سازمان مشاوره برای محافظت از پرداخت‌های الکترونیکی کاربران ایجاد کرد.
- در اواخر سال ۲۰۱۷، بانک خلق چین نسبت صندوق ذخیره خود را از ۲۰ به ۵۰ درصد افزایش داد تا عملیات‌های پلتفرم پرداخت خود را تنظیم کند.
- اقدام پشته هند (یک پشته API) به توسعه‌دهندگان امکان دسترسی به بازار API را می‌دهد.
- شرایط تنظیمی در حال گذر از یک دوره جدید است و از استانداردسازی به نوآوری و کسب درآمد و دوباره به یکپارچگی حرکت می‌کند.
- امروزه، بعضی از اقدام‌های استانداردسازی در حال معرفی شدن هستند تا عرضه و تقاضای بازار برای قوانین را متعادل کنند.
- اقدام‌هایی مثل PSD2، gpi، سوئیفت و استفاده از ابزارهای غیرنقدی در حال پیاده‌سازی توسط رگولاتورها و فعالان صنعت هستند.
- اقدام‌هایی مثل تنظیم رمزارزها، با رویکردهای متفاوتی در قسمت‌های مختلف جهان ارائه می‌شوند. نتیجه این کار محیطی پیچیده است که می‌تواند باعث شود سازمان‌های بزرگ در ابتکارهای مبتنی بر DLT سرمایه‌گذاری نکنند.

پیامدها

- چند بازار بالغ مثل انگلستان و سنگاپور نشان می‌دهند چرا تعادل بین تقاضا و عرضه تنظیمی، امری ایده‌آل و الزامی است.
- همان‌طور که صنعت پرداخت، راه‌حل‌ها و تکنولوژی‌های جدید را می‌پذیرد، رگولاتورها باید چنین اقدام‌هایی را انجام دهند تا بین عرضه و تقاضا تعادل وجود داشته باشد.
- کشورهای مثل برزیل و چین به‌شدت به رگولاتورها متکی هستند و مشکل میزان تقاضای بازار دارند که شرایط پایداری نیست.
- اقدام‌های تنظیمی برای رفع این تعارض‌ها، به‌ویژه قانون‌های دارای همپوشانی و تضمین یکپارچگی تنظیمی برای ایجاد و حفظ یک اکوسیستم پرداخت پایدار الزامی است.



روند سوم: محافظت از داده‌ها و حریم خصوصی برای امنیت پرداخت در محیطی باز ضروری است

با افزایش دسترسی به داده‌ها در محیطی باز، محافظت از آن اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

پیش‌زمینه

- سیستم‌های پرداخت به خاطر نوآوری‌های نقش‌آفرینان غیر سنتی، الزام‌های تنظیمی و تغییر انتظارات کاربران مجبور به باز شدن هستند که می‌تواند باعث در معرض خطر قرار گرفتن داده‌های پرداخت شخصی شود.
- موارد مشابه قانون‌های اروپایی مثل قانون عمومی محافظت از داده‌ها (GDPR) و قانون حریم خصوصی الکترونیکی (ePR) در حال توسعه در دیگر منطقه‌های جهان هستند.



پیش‌ران‌های کلیدی

- گشودگی در کنار فناوری‌های جدید باعث افزایش دزدی هویت دیجیتال، رخنه‌های اطلاعاتی و حمله‌های سایبری شده است.
- نبود قوانین سخت‌گیرانه در مورد به اشتراک گذاشتن اطلاعات و مدیریت رضایت کاربر منجر به افزایش دسترسی بدون اجازه به داده‌های افراد شده است.
- گسترش اینترنت اشیا منجر به افزایش اشتراک داده‌ها می‌شود که می‌تواند باعث کاهش امنیت شود.



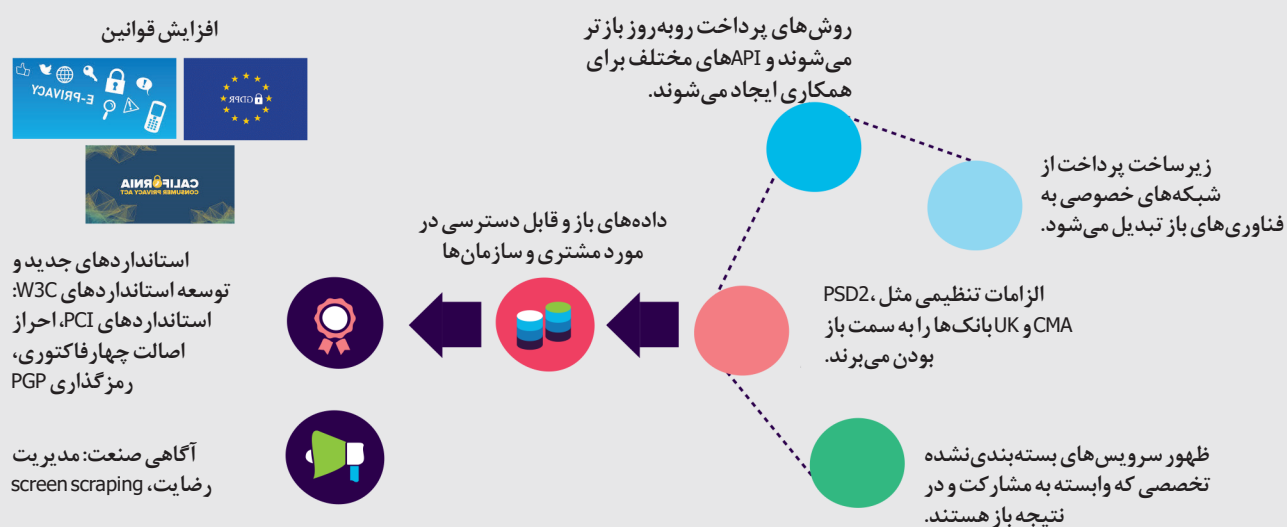
مرور اجمالی بر روند

- رگولاتورها در سراسر جهان روی ابتکارهایی برای ترویج حریم خصوصی و محافظت از آن متمرکزند و چند کشور در حال شبیه‌سازی قانون GDPR اروپا هستند.
- چین قانون‌های امنیت سایبری چشم‌گیری اضافه کرده و کشورهایی مثل کانادا، ژاپن و اسرائیل در حال کار روی قانون‌های محافظت از داده و حریم خصوصی مشابه GDPR هستند.
- در آمریکا، قانون محافظت از مصرف‌کنندگان در کالیفرنیا (CCPA) از داده‌های مشتری‌ها محافظت می‌کند.
- شورای اتحادیه اروپا در جولای ۲۰۱۸ قانون حریم خصوصی خود را بازبینی کرد که در سال ۲۰۱۹ اجرایی می‌شود.
- اکنون که سیستم‌های پرداخت و اشتراک داده از طریق دستگاه‌های موبایل قابل دسترسی هستند، داده‌های پرداخت در معرض خطر حمله قرار دارند.
- رخنه اطلاعاتی در ۲۸۰ هزار حساب کاربری بریتیش ایرویز، باعث لو رفتن اطلاعات خصوصی کاربران و جزئیات پرداخت‌های آنها شد.
- Account Take Over (ATO)، کلاهبرداری مصنوعی، ضبط پرداخت‌های موبایل از راه دور (RDC) و کلاهبرداری عدم وجود



- کارت (CNP) جزء تهدیدهای اصلی صنعت پرداخت امروزی هستند.
- گروه‌های مختلف صنعت برای ایجاد استانداردهای اشتراک داده‌ها و مدیریت رضایت مشتری تلاش می‌کنند.
- تلاش‌هایی برای پیاده‌سازی استانداردهای (EMV 3D Secure (3DS در مرورگرهای وب برای احراز اصالت مشتری در خریدهای آنلاین CNP انجام شده است.
- نمونه‌هایی از این تلاش‌ها شامل استاندارد جدید صنعت کارت پرداخت (PCI) برای ورود رمز عبور به صورت نرم‌افزاری، پذیرش احراز اصالت

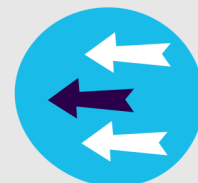
شکل ۳: محافظت از حریم خصوصی و داده‌ها در محیط باز



- چند فاکتوری در سوئیفت و افزایش پذیرش رمز گذاری PGP و مکانیسم‌های توکن سازی است.
- مدیریت رضایت دیجیتال به عنوان موضوعی کلیدی برای افراد و سازمان‌ها، در حال ظهور است.
- سازمان‌ها در محیطی باز با چالش‌های بزرگی برای مدیریت رضایت و گرفتن تاییدیه دسترسی به داده‌ها روبه‌رو هستند.
- سازمان‌ها از فناوری‌های جدید برای مبارزه با دزدی هویت و رخته‌های اطلاعاتی استفاده می‌کنند.
- استفاده از «حریم خصوصی تفریقی» به شرکت‌ها اجازه می‌دهد داده‌های کاربران را به نحوی جمع‌آوری و تحلیل کنند تا بدون نقض حریم خصوصی کاربران، با کمک هوش مصنوعی و کلان داده، الگوهای رفتاری را شناسایی کنند.
- طبق پیش‌بینی سازمان تحقیقاتی ABI، انتظار می‌رود که میزان هزینه‌کرد برای کلان داده و آنالیتیکس تا سال ۲۰۲۱، به ۹۶ میلیارد دلار برسد.
- پیاده‌سازی سرویس‌های امنیتی در محیط ابری اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است و انتظار می‌رود که بازار خدمات امنیتی و مدیریتی محیط ابری تا سال ۲۰۲۲ به ۲۶/۴۱ میلیارد دلار برسد.

پیامدها

- مدیریت ریسک شخص‌های ثالث الزامی است و به پایگاه داده‌ای از آنها و دسترسی‌هایی که به هر داده‌ای از سازمان دارند، نیاز دارد.
- کشورهای بیشتری در حال معرفی قوانین محافظت از داده‌ها و حریم خصوصی هستند که همراستا با قوانین GDPR اتحادیه اروپا هستند و تا دو الی سه سال آینده ادامه پیدا می‌کنند.
- علاوه بر هوش مصنوعی و یادگیری ماشین، DLT می‌تواند مرز جدید حریم خصوصی برای صنایع و افراد باشد.



روند چهارم: آنالیتیکس و یادگیری ماشین در کنار داده‌های غنی در مورد تراکنش‌ها، امکان ارائه پیشنهادهای امن و هدفمند را ارائه می‌دهد

اطلاعات و بینش در مورد پرداخت می‌تواند با ارائه خدمات دارای ارزش افزوده شخصی و افزایش فرصت‌های فروش جانبی (cross-selling)، درآمد را بهینه کرده و هزینه‌ها را کاهش دهد.

پیش‌زمینه

- صنعت پرداخت، داده‌های تراکنشی ساختاریافته با ارزشی ایجاد می‌کند، ولی تا همین اواخر، اقدام‌های کمی روی این داده‌ها انجام می‌شد.
- یادگیری ماشین می‌تواند ویژگی‌های هر حساب را بر اساس داده‌های تراکنشی بررسی کرده و مدلی برای پیش‌بینی بهترین پیشنهاد به هر مشتری ارائه دهد.
- با افزایش نگرانی‌ها در مورد محافظت از داده‌ها و وضع قوانین مثل GDPR، شرکت‌های PSP باید به‌دقت داده‌های حساس پرداخت را مدیریت کنند.



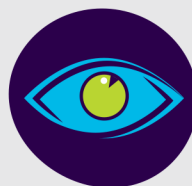
پیش‌ران‌های کلیدی

- با کاهش هزینه‌های محاسبات، فناوری‌های جدید برای پردازش داده و یادگیری ماشین به وجود آمدند که بینش بیشتری در مورد داده‌های موجود ارائه می‌دهند.
- کشورهای مختلف در سراسر دنیا در حال مدرن کردن پرداخت‌های خود برای مدیریت داده‌های غنی و پرداخت‌های یکپارچه هستند. بنابراین، استفاده از بینش موجود در داده‌های تراکنش‌ها در سراسر جهان در حال افزایش است.
- یادگیری ماشین را می‌توان در حال حاضر برای شناسایی مشتری‌ها، ارائه سرویس‌ها و تجربه‌های شخصی‌سازی شده و ایجاد وفاداری از طریق ارائه پیشنهادهایی مبتنی بر رفتار مشتری استفاده کرد.



مرور اجمالی بر روند

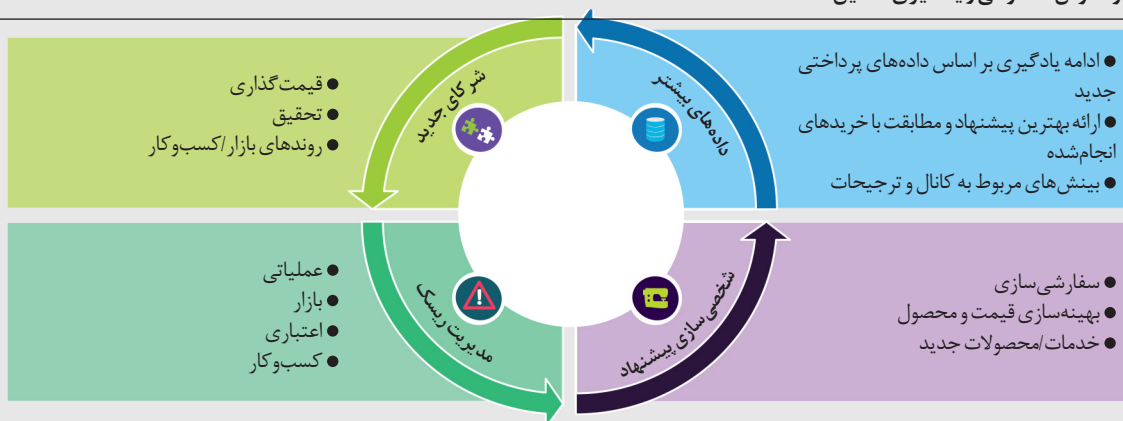
- یادگیری ماشینی می‌تواند داده‌های تراکنش‌ها و داده‌های حاصل از منابع دیگر را استفاده کرده و به بانک‌ها کمک کند تا رفتار مشتری‌ها را بهتر درک کرده و تجربه آنها را بهبود بخشد.
- ۵۰ درصد از خریداران آمریکایی می‌خواهند تخفیف‌های مبتنی بر مکان به گوشی‌های هوشمندشان ارسال شود.
- یادگیری ماشینی می‌تواند پیچیدگی تعامل با مشتری‌ها را کاهش داده، تجربه مشتری را بهبود بخشیده و هزینه‌ها را کمتر کند.
- مصرف‌کننده‌ها به دنبال تجربه‌ای شخصی‌سازی شده هستند که خرید و تعامل آنها را درک کرده و به آن پاداش دهد.
- ۷۷٪ خریداران فکر می‌کنند برنامه‌های وفاداری باید پاداش‌هایی ارائه دهند که با تمایل‌های آنها نزدیک‌تر باشند.
- بانک‌ها و شرکت‌های PSP می‌توانند برنامه‌های وفاداری خود را برای هر فرد شخصی‌سازی و هدفمند کنند.
- شرکت‌های PSP می‌توانند به خرده‌فروش‌ها کمک کنند تا با استفاده از داده‌های پرداخت، ایمیل‌های ترک سبد خرید را شخصی‌سازی



کرده و خریداران را بازگردانند.

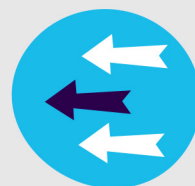
- بازاریابی مبتنی بر داده بر اساس نیازهای واقعی، تمایلها و رفتارهای مشتریها بخشی اساسی از افق رشد است.
- داده‌های مربوط به تراکنش‌های افراد می‌تواند به PSPها و بانک‌ها کمک کند تا در مورد علائق، سرگرمی‌ها و شرایط مالی مشتری اطلاعات به دست آورند که باعث کسب بینش‌های معنی‌دار برای فروش جانبی و بیش‌فروشی محصولات و خدمات می‌شود.

شکل ۴: مزیت‌های بالقوه هوش مصنوعی و یادگیری ماشین



پیامدها

- بانک‌ها می‌توانند در آینده انتظار داشته باشند که آمیزه درآمدشان تغییر کند؛ زیرا خدمات جدیدی ارائه خواهند داد و با دیگر خدمت‌دهندگان رقابت خواهند کرد.
- انتظار می‌رود همکاری بعد از تحول بیشتر شود؛ زیرا نقش آفرین‌های بازار، توانایی‌ها و ضعف‌های خود را بهتر درک می‌کنند و به دنبال ایجاد بهترین جایگاه در اکوسیستم برای خود هستند.
- اکوسیستم از ظهور اقتصاد API مبتنی بر پلتفرم استقبال خواهد کرد؛ زیرا بانک‌ها می‌توانند خدمات خود و پیشنهادهای دیگر شرکت‌ها را به مشتری‌ها ارائه دهند.
- بعضی بانک‌ها تلاش خواهند کرد که نقش مرکزی در اکوسیستم داشته باشند، ولی بعضی دیگر سعی می‌کنند تخصص‌های حاشیه‌ای به دست آورند یا خدمات بدون برچسب ارائه دهند.
- بانک‌ها به ایجاد فرهنگ دیجیتالی بین کارمندان خود اولویت خواهند داد تا بتوانند از اقدام‌های تحول‌آفرین پشتیبانی کنند.



روند پنجم: API ها نقش چسب همکاری در اکوسیستم جدید پرداخت را پیدامی کنند

از آنجایی که همکاری کلید موفقیت در اکوسیستم آتی پرداخت است، API ها سهامداران را به یکدیگر متصل خواهند کرد تا بتوانند استراتژی های دیجیتال خود را تعریف کنند.

پیش زمینه

- API های باز به عنوان راهکار بالقوه برای تعریف مجدد مدل های کسب و کار پرداخت ظهور کرده اند.
- تازه واردان جدید، شایستگی های محوری شرکت های متصدی را با تمرکز روی فعالیت های مرتبط با مشتری، به چالش می کشند.
- بانک ها روی تعیین مجدد جایگاه خود فعالیت می کنند، ولی سیستم های قدیمی، نظارت دقیق و تمایل کمتری که به فناوری دارند، باعث ایجاد مشکل برای آنها می شود.



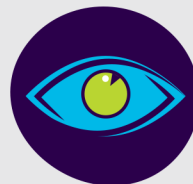
پیشران های کلیدی

- اقدام های تنظیمی مثل PSD2 در اروپا و نهاد رقابت و بازار (CMA) در انگلستان بانک ها را مجبور به باز کردن سیستم ها و داده های خود برای ارائه دهنده های شخص ثالث (TPP) کرده اند.
- پیاده سازی API های داخلی برای بانک ها موفقیت آمیز بوده و بهره وری و مقیاس پذیری داخلی را بالا برده و بنابراین، تمرکز کنونی روی اجرای مجدد همان کار برای افزایش همکاری بیرونی است.
- تازه واردان بازار مثل فین تک ها و شرکت های بزرگ فناوری چابک تر از متصدی ها هستند؛ زیرا API های خود را زودتر پیاده کرده اند و ارزش زیادی از طریق همکاری ارائه می دهند.



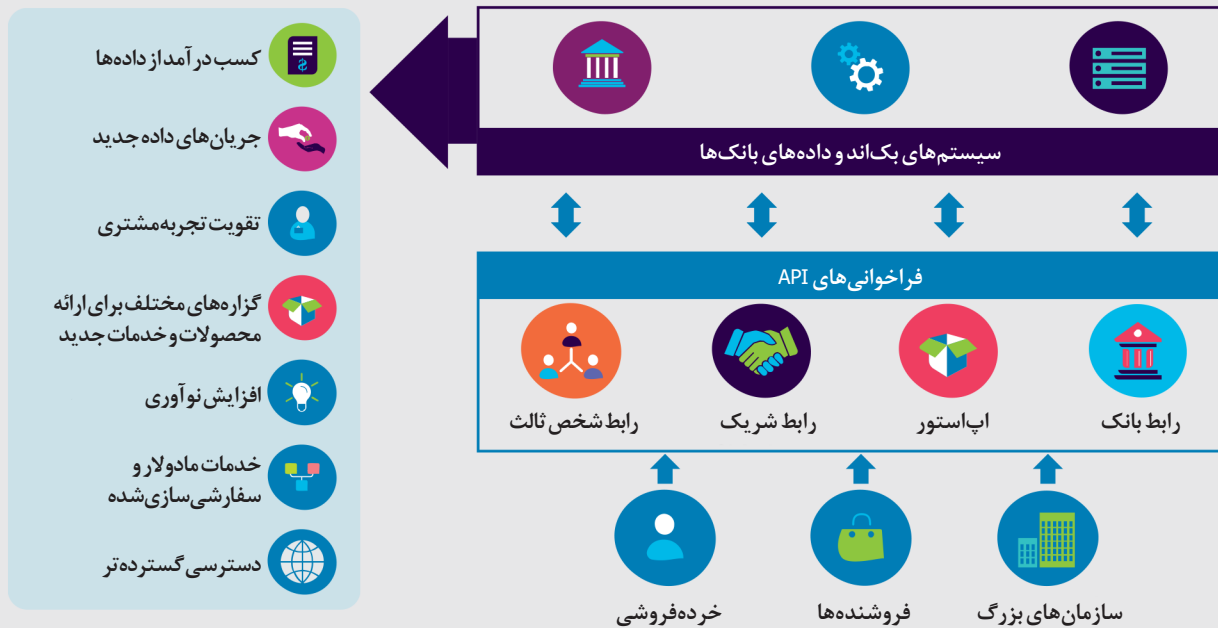
مرور اجمالی بر روند

- برای ایجاد رویکردی موفق برای همکاری، کافی نیست که استراتژی های کسب و کار را همراستا و یکپارچه کنیم. یکپارچگی سیستم ها نیز الزامی است و می تواند با کمک API ها به دست آید:
 - داده ها یا خدمات می توانند از طریق کانال ها و دستگاه های جدید (اینترنت اشیا) ارائه شوند و در نتیجه تجربه مشتری را بهبود بخشند.
 - می توان در کنار توسعه سرویس های موجود، محصولات و خدمات جدیدی ایجاد کرد.
 - فناوری های جدید مثل هوش مصنوعی را می توان برای افزایش بهره وری و بهبود چابکی سیستم های بک اند استفاده کرد.
 - سیستم ها می توانند در اختیار توسعه دهندگان شخص ثالث قرار گیرند تا آنها بتوانند اپلیکیشن ها و سرویس های خود را ایجاد کرده و بانکداری باز را ترویج دهند.
- سازمان های متصدی در سطح جهان، اقدام هایی برای پیاده سازی API در چند زمینه انجام داده اند:
 - چند بانک سیستم های خود را از طریق فراخوانی API باز کرده اند:
 - بازار API بانک BBVA هشت API در اختیار ارائه دهنده های شخص ثالث قرار می دهد.
 - اقدام DevExchange بانک Capital One به توسعه دهندگان امکان ایجاد، تایید و آغاز به کار سریع اپلیکیشن های مختلف را می دهد.
 - شرکت های کارت اعتباری مثل ویزا و مستر کارت نیز فروشگاه های API خود را ایجاد کرده اند که امکان انجام فعالیت هایی فراتر از تایید و احراز اصالت کارت اعتباری را امکان پذیر می کنند.
 - مجموعه ابزار های ویزا برای توسعه دهندگان شامل خرده تراکنش های مبتنی بر API، لیست آرزوها و سبدهای خرید است.



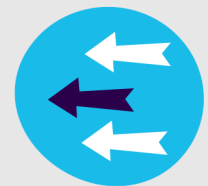
- مستر کارت در حال ایجاد پلیکیشنی برای پرداخت است که از API های گفتاری برای خرید و فروش استفاده می کند.
 - همکاری بانکها و فین تکها با ایجاد پروژه هایی متنوع، در حال متحول کردن بازار است.
 - بانک خصوصی Van Lanschot در هلند از پلتفرم فیدر (مبتنی بر API های باز) برای ارائه خدمات مختلف پرداخت از جمله انتقال پول همتابه همتا استفاده می کنند و همچنین خدمات ویژه ای مثل پرداخت های IDEAL به بازار هلند ارائه می دهد.
 - بانک Fifth Third آمریکا شراکت استراتژیکی با سازمان هوش جهانی تراکنش های بانکی (IGTB) برای ایجاد پروژه های دیجیتال از طریق API دارد.

شکل ۵: API ها به عنوان چسبی برای افزایش همکاری در اکوسیستم پرداخت عمل می کنند



پیامدها

- ظهور و رشد اقتصاد API باز به عنوان کاتالیزوری برای نقش آفرین های غیر سنتی (به جز فین تکها) شامل غول های فناوری GAFAs و خرده فروشانی مثل المارت و تسکو عمل کرده است؛ این نقش آفرین ها به شدت در حال واسطه زدایی در زنجیره ارزش هستند.
- بنابراین، حیاتی است که بانکها سرویس هایی مبتنی بر پلتفرم ارائه دهند که اکوسیستم گسترده تری از سازمان های شخص ثالث به وجود می آورد.
- بانکها با پلغتر می شدن و اتخاذ رویکردی مادولار می توانند اکوسیستم منظمی از سرویس ها را ایجاد کنند و به عنوان برندگان نهایی اقتصاد API باز آینده ظاهر شوند.



روند ششم: یکپارچه‌سازی چند کانال پرداخت برای ایجاد تجربه‌ای اومنی چنل

جدیدترین پیشرفت‌های فناوری امکان یکپارچه‌سازی چند ابزار و کانال پرداخت را فراهم کرده‌اند که تجربه‌ای بدون دردسر و اومنی چنل برای مشتری‌ها ایجاد می‌کند.

پیش‌زمینه

- به‌خاطر پیشرفت‌هایی که در تکنولوژی به‌وجود آمده است، امکان انجام پرداخت از طریق فناوری‌های تحول‌آفرین مثل دستیارهای صوتی و دستگاه‌های اینترنت اشیا فراهم شده که به ایجاد کانال‌های جدیدی مثل صدا و موبایل منجر می‌شود.
- پرداخت‌هایی که در گذشته محدود به یک مکان بودند، امروزه روی هر دستگاهی امکان پذیر هستند و با تکامل فناوری، روش‌های پذیرش پرداخت با انتظارهای مشتری تغییر خواهد کرد و به تجربه‌ای بدون دردسر تبدیل خواهد شد.
- با افزایش کانال‌های پرداخت، خرده‌فروش‌های آنلاین و آفلاین کانال‌های پذیرش پرداخت خود را افزایش می‌دهند تا تجربه‌ای بدون دردسر برای مشتری‌های خود فراهم کنند.



پیش‌ران‌های کلید

- صنعت پرداخت به‌سرعت در حال حرکت از یک زیرساخت کارت و ترمینال به سیستمی مبتنی بر دستگاه‌های موبایل مثل گوشی‌های هوشمند، ساعت‌های هوشمند و حتی کارت‌های دارای قابلیت اینترنت اشیا است.
- این گذار به دلیل پیشرفت‌های تکنولوژی مثل واقعیت افزوده، اینترنت اشیا و بیومتریک امکان پذیر شده است.
- زیرساخت پرداخت به‌سرعت در حال حرکت به زیرساختی آنی است که امکان پردازش پرداخت‌های دیجیتال از طریق API را فراهم کرده و قابلیت‌های پیشرفته‌ای برای تشخیص کلاهبرداری دارد.
- سرعت و راحتی مورد انتظار مشتری رو به افزایش است. امروزه مشتری‌ها به دنبال تجربه‌ای یکپارچه هستند که در کانال‌های مختلف حرکت می‌کند و به آنها گزینه‌های مطلوب‌شان را ارائه می‌دهد.
- - ۸۰ درصد مصرف‌کنندگان می‌گویند دوست دارند دوباره از خرده‌فروشی خرید کنند که فرایند پرداخت سریع و ساده‌ای دارد.



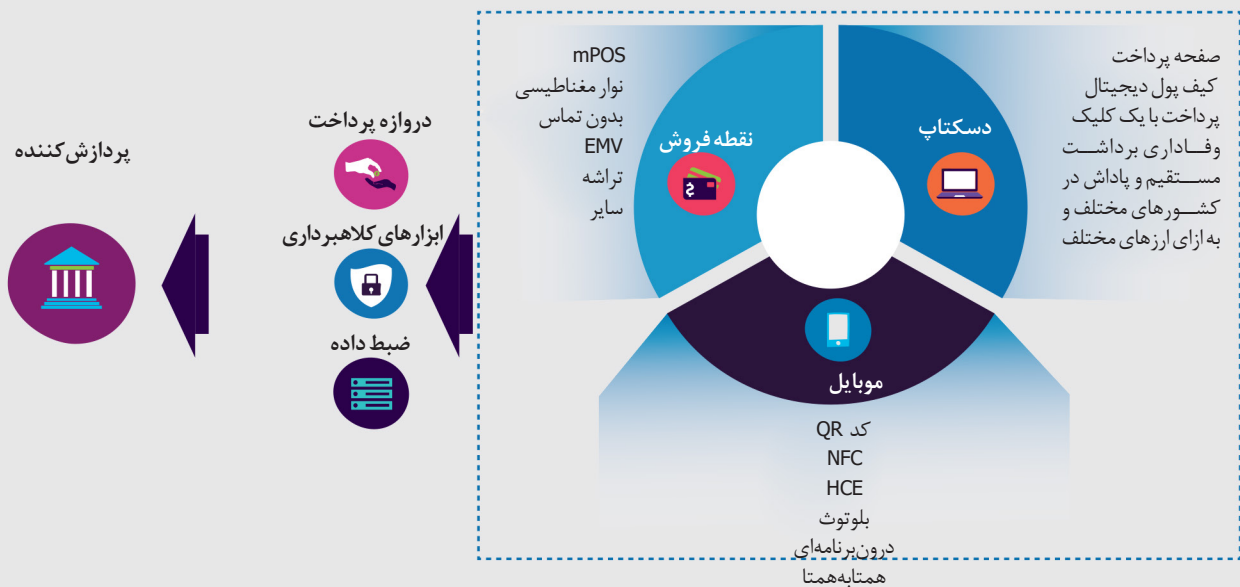
مرور اجمالی روند

- فناوری به‌سرعت در دنیای اطراف ما در حال تغییر است و خدمات پرداخت یکی از حوزه‌هایی بوده که از نوآوری‌های فناوری‌های موبایل و اینترنت اشیا بیشترین سود را برده است. در حال حاضر امکان پرداخت از طریق دستگاه‌های مختلفی مثل ساعت هوشمند، دستبند سلامت، ماشین لباسشویی و خودرو وجود دارد.
- کانال‌های جدید پرداخت مهم‌تر و برجسته‌تر شده‌اند و نرخ پذیرش آنها افزایش پیدا کرده است.
- تعداد مشتری‌هایی که از دستیارهای صوتی استفاده می‌کنند رو به افزایش است و CAGR آن ۲۹/۴ درصد است و تخمین زده می‌شود تا سال ۲۰۲۱ به ۱/۸۳ کاربر برسد.
- روش‌های پیشرفته احراز اصالت مثل توکن‌سازی و بیومتریک باعث امن‌تر شدن این کانال‌های پرداخت شده‌اند.



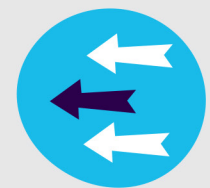
- oBBVA در حال توسعه روش‌های پرداخت مبتنی بر بیومتریک است تا دیگر از چک‌های کاغذی استفاده نشود.
- اکنون مشتری‌ها انتظار دارند که هر زمان، در هر مکان و به هر روشی که دوست دارند خرید کنند و از کانال و روش پرداختی استفاده کنند که برایشان مناسب است.
 - تجربه اومنی چنل می‌تواند درآمد فروشندگان را افزایش دهد؛ زیرا خریدارهای اومنی چنل بین ۵۰ تا ۳۰۰ درصد بیشتر از خریدارهای تک‌کانالی، هزینه می‌کنند.

شکل ۶: توسعه پرداخت اومنی چنل



پیامدها

- انتظار می‌رود که فروشندگان روی ارائه خدمات به مشتری و پرداخت سرمایه‌گذاری کنند تا به مشتری‌ها تجربه‌ای اومنی چنل ارائه دهند.
- فروشندگان با حرکت به سمت پرداخت‌های اومنی چنل، بهره‌وری بالایی به دست می‌آورند، زمان جذب مشتری را کاهش می‌دهند، بهره‌وری فروش را بهبود می‌بخشند و رضایت مشتری‌های خود را زیاد می‌کنند.
- راه‌حل‌های نقطه پرداخت هوشمند می‌توانند پرداخت‌های مشتری‌ها را به صورت یک پلتفرم ساده ترکیب کنند که شامل ابزارهای آنالیتیکس، بک‌اند و پرداخت آنلاین و فیزیکی است و به این ترتیب امکان درک بهتر مشتری‌ها را فراهم می‌کند.



روند هفتم: متصدی های پرداخت معتقدند که پلتفرم به عنوان سرویس، باعث افزایش بهره‌وری می‌شود و درآمد جدید به وجود می‌آورد

پلتفرمی شدن می‌تواند به شرکت‌های متصدی پرداخت
فرصت دسترسی بیشتر به شبکه ارائه بدهد و زیربنایی برای
موفقیت در عصر بانکداری باز باشد.

پیش زمینه

- شرکت‌های متصدی پرداخت دیگر به فین تک‌ها به عنوان یک تهدید نگاه نمی‌کنند و به دنبال همکاری با آنها برای ایجاد پیشنهادهای نوآورانه هستند.
- به دلیل باز شدن بانکداری، شرکت‌های متصدی گزینه‌ای به جز تغییر مدل کسب و کار خود ندارند؛ زیرا حرکت به سمت پلتفرمی شدن در تجارت الکترونیک، رسانه‌های اجتماعی و فناوری رو به رشد است.



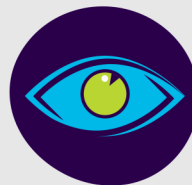
پیش‌ان‌های کلیدی

- با تغییر انتظار مشتری‌ها و تمایل آنها به دسترسی بیشتر به خدمات ارزش افزوده، شرکت‌های پرداخت مجبور هستند مدل‌های کسب و کار خود را تغییر دهند.
- قوانین و تلاش‌های جدید صنعت مثل PSD2 و بانکداری باز شرایط را برای همکاری بین بانک‌ها و فین تک‌ها یا دیگر توسعه‌دهنده‌های شخص ثالث فراهم کرده‌اند.
- صنعت پرداخت شاهد افزایش همکاری بین بانک‌ها و فین تک‌هاست و همان‌طور که بانک‌ها به دنبال افزایش همکاری خود با ذی‌نفعان بیشتری می‌روند، باید مدل پایداری نیز ایجاد کنند.
- OING برای تجمیع حساب‌ها با یولت همکاری کرده است.
- گروه BPCE فرانسه با ترانسفر وایز همکاری کرد تا امکان انتقال پول با هزینه پایین را برای مشتری‌ها فراهم کند.



مرور اجمالی بر روند

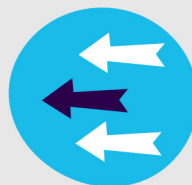
- رویکرد ابری مبتنی بر پلتفرم می‌تواند راهکار مناسبی برای متصدی‌ها باشد که بتوانند محیطی دارای همکاری ایجاد کنند تا به دیگر نقش‌آفرین‌ها متصل شده و هم‌زمان چابکی لازم برای مقیاس‌پذیری بر اساس نیازهای مشتری را به دست آورند.
- چنین مدل‌هایی به شرکت‌های پرداخت اجازه ایجاد راه‌حل‌های مشتری‌محور می‌دهند و بهترین خدمات ذی‌نفعان مختلف را در یک اکوسیستم کامل تجمیع می‌کنند.
- شرکت‌های پرداخت می‌توانند به داده‌های مشتری‌ها و تراکنش‌ها دسترسی داشته باشند و از آن داده‌ها برای ارائه خدمات شخصی‌سازی شده استفاده کنند.



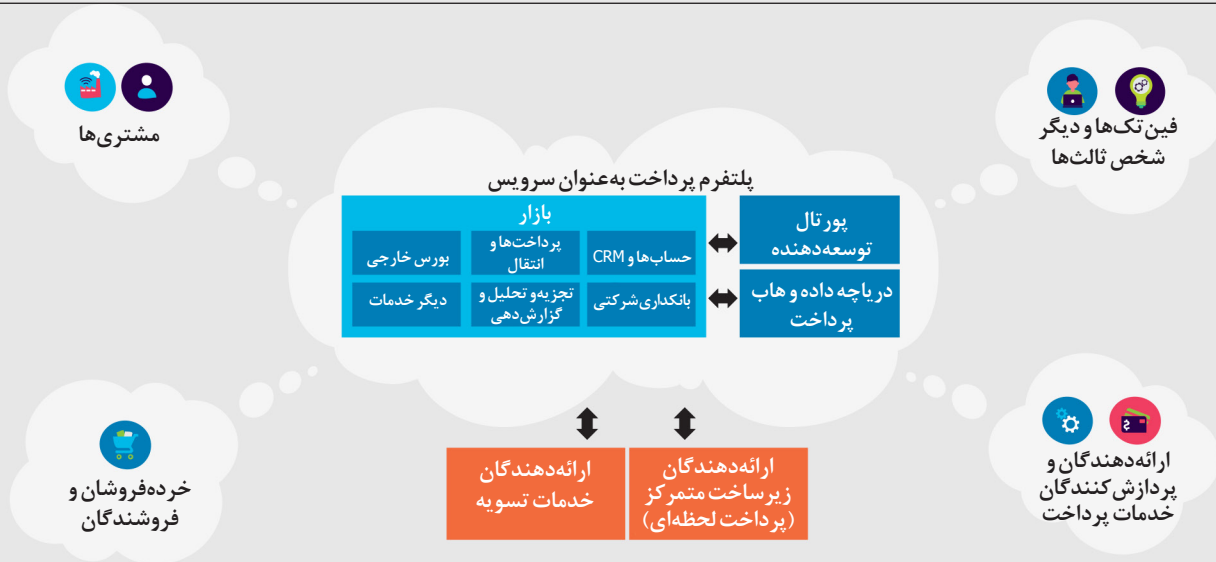
- پلتفرم‌های ابری به شرکت‌های پرداخت امکان ایجاد راه‌های جدید برای دسترسی به مشتری‌ها و ایجاد گزاره‌های ارزش جدید را می‌دهند.
 - محیط ابری به بانک‌ها و PSPها اجازه می‌دهد میکروخدمات‌هایی ارائه دهند که می‌توانند به صورت بسته‌های پویا و بر اساس نیازهای مشتری در کنار هم قرار گیرند.
 - Bancorp و فیدور شروع به ارائه مدلی پلتفرمی کرده‌اند که آنها را برای آینده آماده می‌کند و امکان مقیاس‌پذیری بر اساس نیازهای مشتری را به آنها می‌دهد.
 - خدمات پرداخت مانند استرایپ، مدل کسب‌وکار خود را عوض کرده و راه‌حلی برای پذیرش پرداخت در بازار یا مدل‌های پلتفرمی ایجاد کرده‌اند.
 - به نام استرایپ کانکت امکان ورود بدون دردسر و ارائه راهکارهای مقرون به صرفه برای فروشندگان را ارائه می‌دهد.

پیامدها

- بانک‌هایی که چنین پلتفرم‌هایی ارائه می‌دهند، مزیت اولین واردشونده و مزیت رقابتی نسبت به تازه‌واردهای بخش پرداخت را خواهند داشت.
- با حرکت این صنعت به سمت مدل‌های مبتنی بر پلتفرم، شرکت‌های پرداخت (در کنار فین‌تک‌ها و دیگر شخص ثالث‌ها) نیاز به میکروسرویس خواهند داشت تا بتوانند خدمات ارزش افزوده ارائه دهند.
- با ظهور PSD2، نقش آفرین‌های صنعت تجارت الکترونیک مثل آمازون با چالش‌هایی در گرفتن مجوز خدمات پرداخت مواجه خواهند شد که می‌تواند درهایی برای ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت مانند استرایپ باز کند تا بتوانند خدمات پرداخت بدون دردسر در پلتفرم‌ها و بازارهای خود ارائه دهند.



شکل ۷: مدل پلتفرم پرداخت به عنوان سرویس



روند هشتم: پرداخت‌های بین‌مرزی لحظه‌ای محبوبیت بیشتری به دست می‌آورند و پذیرش استانداردهای ISO20022 بیشتر می‌شود

پرداخت‌های آئی جهانی به‌عنوان راهکاری بالغ ظاهر شده‌اند و
مسیر حرکت برای پرداخت‌های بین‌مرزی لحظه‌ای و افزایش
پذیرش استانداردهای ISO 20022 را باز کرده‌اند.

پیش‌زمینه

- سه‌روش پرداخت آئی در ۲۰۱۸ شروع به کار کردند: Real Time ۱ (EBART1) برای پردازش انتقال لحظه‌ای اعتبار (SCT Inst) SEPA در اروپا، پرداخت آئی (TCH) Clearing House در آمریکا و پلتفرم جدید پرداخت استرالیا (NPP).
- با پیاده‌سازی چنین روش‌هایی، پرداخت لحظه‌ای بین‌مرزی و افزایش پذیرش ISO 20022 به روندهایی چشم‌گیر در آینده تبدیل شده‌اند.



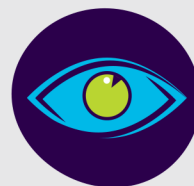
پیش‌ران‌های کلیدی

- با آغاز به کار چند روش پرداخت لحظه‌ای در کشورهای مختلف، سیستم‌های پرداخت لحظه‌ای بین‌مرزی و منطقه‌ای گام منطقی بعدی هستند.
- نیاز به افزایش شفافیت و کاهش هزینه‌ها برای توجیه منطقی بودن پرداخت بین‌مرزی افزایش پیدا می‌کند.
- برای غلبه بر چالش‌های مربوط به چند حالت پیام، پذیرش استانداردهای مناسب (مثل ISO 20022) اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.



مرور اجمالی روند

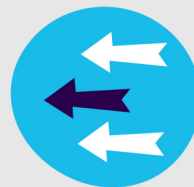
- چند کشور در حال راه‌اندازی یا برنامه‌ریزی برای سیستم‌های پرداخت لحظه‌ای هستند.
 - بلژیک، جمهوری کنگو، هنگ کنگ، مالزی، پرتغال و اسپانیا برای راه‌اندازی سیستم‌های پرداخت لحظه‌ای خود در سال ۲۰۱۸ برنامه‌ریزی کرده بودند.
 - فرانسه، مجارستان و هلند اعلام کرده‌اند که سیستم‌های پرداخت لحظه‌ای خود را در سال ۲۰۱۹ راه‌اندازی می‌کنند. انتظار می‌رود که فاز اول سیستم پرداخت لحظه‌ای کانادا (RTR) در سال ۲۰۲۱ آغاز به کار کند. کلمبیا و پرو در حال بررسی موارد مشابه هستند.
- سیستم اروپایی SCT Inst که در سال ۲۰۱۷ آغاز به کار کرد، اولین سیستم پرداخت لحظه‌ای بین‌مرزی بود که مسیر را برای دیگر راهکارهای مشابه در سراسر جهان هموار خواهد کرد.
 - کشورهای عضو آن، تحت عنوان طرح آسه‌ان ۲۰۲۵، مشغول مدرن کردن و ادغام زیرساخت‌های مالی خود هستند تا در نهایت یک اکوسیستم پرداخت آئی منطقه‌ای داشته باشند.
 - در نوامبر ۲۰۱۷، مالزی، تایلند، ویتنام، سنگاپور و اندونزی توافقی برای متصل کردن شبکه‌های پرداخت خود به یکدیگر و تشکیل شبکه پرداخت بین‌مرزی امضا کردند.



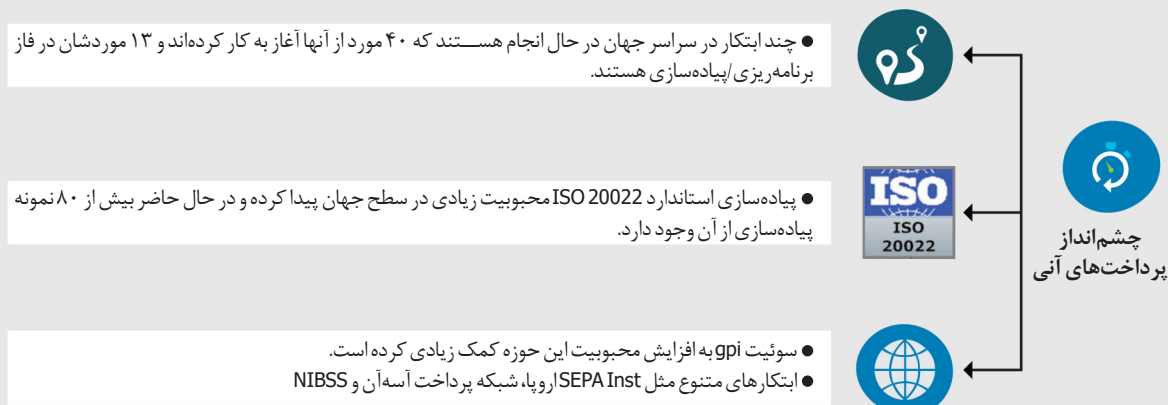
- فناوری دفتر کل توزیع شده (DLT) در کنار اقدام نوآوری پرداخت‌های جهانی جامعه جهانی ارتباطات مالی بین بانکی (سوئیفت) انقلابی در پرداخت‌های بین‌مرزی به وجود آورده‌اند.
- سوئیفت در آگوست ۲۰۱۸ اعلام کرد که برنامه‌هایی برای پرداخت بین‌مرزی در آسیا و اقیانوسیه دارد.
- نقش آفرینانی مثل ریپل و استلار با استفاده از راه‌حل‌های مبتنی بر دفتر کل توزیع شده، در حال به چالش کشیدن مدل‌های بانکی موجود هستند.
- بانک‌ها و رگولاتورها در این شرایط به دنبال ایجاد همخوانی بین زیرساخت‌های بازار پرداخت هستند تا بانک‌ها و شرکت‌های PSP بتوانند چند مسیر مختلف IP ارائه داده و به نیازهای سرعتی، حجمی و عددی مختلف پاسخ دهند.
- از آنجایی که سیستم‌های ملی و منطقه‌ای مختلفی وجود دارند، خردشدن بازار چالش‌هایی را برای FIها، PSPها و شرکت‌های بزرگ ایجاد کرده است.
- ISO 20022 یکی از اقدام‌هایی است که برای همخوانی انجام می‌شود و محبوبیت زیادی پیدا کرده و در حال حاضر ۸۰ نمونه از پیاده‌سازی‌های آن در ۴۰ بازار مثل بازارهای مالی، مدیریت پول نقد و پرداخت ایجاد شده است.

پیامدها

- بانک‌هایی مثل جی‌پی مورگان در حال ایجاد سیستم‌هایی مثل شبکه اطلاعاتی بین بانکی (IIN) هستند که در حال حاضر بیش از ۷۵ بانک به آن متصل هستند.
- شاید در آینده بانک‌ها به دنبال روش‌های IP متفاوت بروند تا دسته‌های پرداخت‌های موجود مثل پر حجم، کم حجم، کم ارزش و پر ارزش را از یکدیگر جدا کنند.
- شرکت‌های بزرگ بیشتر به پذیرش ISO 20022 به عنوان یک استاندارد پیام‌رسانی روی آورده‌اند و شاید این استاندارد به زودی به یک استاندارد پیام‌دهی جهانی تبدیل شود.



شکل ۸: روندهایی که به چشم‌انداز پرداخت آنی جهانی شکل می‌دهند



روند نهم: متصدیان صنعت پرداخت و تازه واردان جدید، برای عمیق تر کردن روابط خود با مشتری، کیف پول همراه ارائه می دهند

ذی نفعان صنعت پرداخت، استراتژی‌ها و رویکردهای مختلفی برای اجرای کیف پول همراه جهت تقویت و امن کردن تجربه مشتری اتخاذ می کنند.

پیش زمینه

- با افزایش تجارت الکترونیک و تجارت موبایل، تقاضا برای روش های یکپارچه پرداخت های دیجیتال یکپارچه افزایش پیدا کرده است.
- فناوری های دیجیتال و نوآوری هایی مثل ارتباطات میدان نزدیک (NFC)، کد QR، پرداخت های آبی و API، پیاده سازی کیف پول همراه را ساده کرده اند.



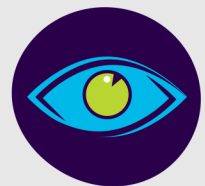
پیشران های کلیدی

- مشتریان آگاه از فناوری به دنبال یک راه حل سریع و ایمن جامع برای رفع نیازهای سبک زندگی خود هستند.
- نقش آفرینان غیربانکی مدت هاست که تغییر انتظارات مشتری را درک کرده و از فناوری های در حال ظهور برای ایجاد تجربه های پرداخت برتر از طریق واسطه های مشتری مانند کیف پول همراه استفاده کرده اند.
- شرکت های موجود روی روابط کاربری ساده، تجربه یکپارچه و خدمات ارزش افزوده یکپارچه ارائه شده از طریق کیف پول همراه برای رقابت موثرتر با تازه واردان تمرکز کرده اند.



مرور اجمالی روند

- شرکت های پرداخت شامل بانک ها، ارائه دهندگان خدمات پرداخت و شبکه های کارت در حال پیاده سازی راه حل های کیف همراه به صورت جداگانه یا در کنار یکدیگر هستند.
- اصلی کیف پول همراه، کنترل تعامل های کاربر و استفاده از داده های تراکنش برای ارائه ارزش است.
- کنسرسیومی از بانک های آمریکایی یک سرویس خدمات پرداخت همتابه همتای آبی به نام زل ارائه داده اند که در سال ۲۰۱۷ توانست بیش از ۲۴۷ میلیون پرداخت را پردازش کند و رشد سالانه ۴۵ درصدی به دست آورد.
- شبکه های کارت های پرداخت ویزا، مستر کارت و آمکس خدمات پرداخت کیف پول دیجیتالی مثل «ویزا چک اوت»، «مستر پس» و «آمکس اکسپرس چک اوت» ارائه کرده اند.
- فروشندگان، خرده فروشان و نقش آفرینان تجارت الکترونیک در حال ایجاد راه حل هایی برای افزایش ماندگاری مشتری هستند و این کار را با ایجاد اکوسیستمی از خدمات مختلف ارائه می دهند که می توانند نیازهای سبک زندگی مشتریان را برآورده کنند.
- خرده فروش هایی مانند المارت و استارباکس شروع به ارائه کیف پول های همراه اختصاصی خود کرده اند که به مشتری ها، برنامه های وفاداری و پاداش ارائه می دهند.
- شرکت های تجارت الکترونیک مثل آمازون و علی بابا اکوسیستم دیجیتال خود را ایجاد کرده اند تا بتوانند بدون مشکلات نظارتی، خدمات مالی متنوعی ارائه دهند.
- شرکت های فناوری بزرگ گوگل، اپل و سامسونگ نیز راه حل های کیف پول همراه را عمدتاً برای تقویت اکوسیستم دیجیتال

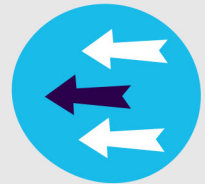


خود و ارائه خدمات یکپارچه در فروشگاه‌ها و نیز خدمات پرداخت درون برنامه‌ای برای شرکت‌های شریک خود ایجاد کرده‌اند.

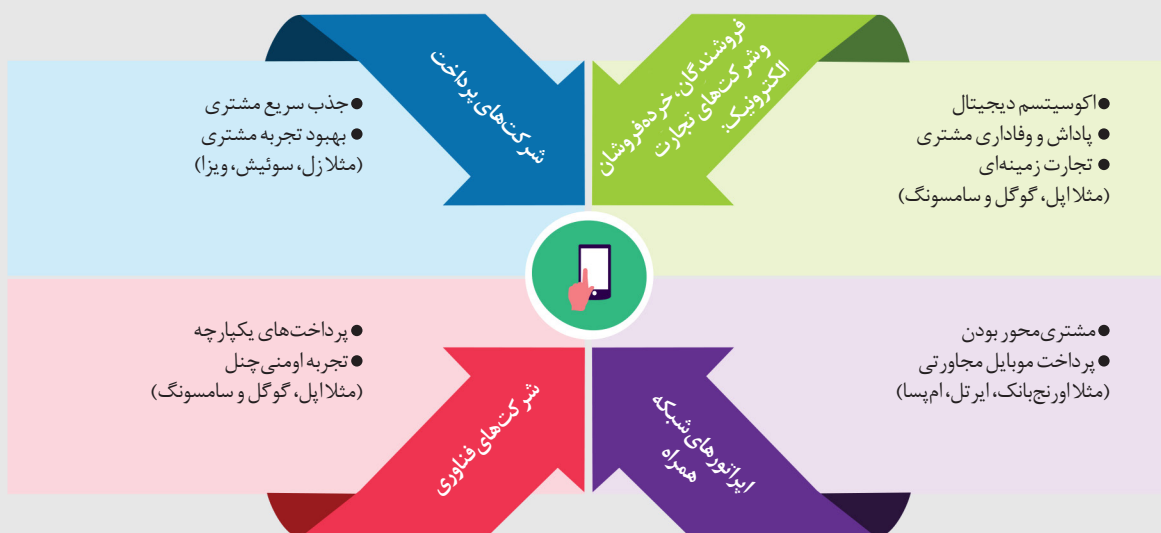
- گوگل پی (قبلاً Tez در هند) ۱۲ میلیون کاربر فعال در هند داشت و در نوامبر ۲۰۱۷، حدود ۷۳ درصد از سهم بازار برای پرداخت فوری تلفن همراه را در اختیار داشت.
- اپراتورهای شبکه همراه (MNO) اورنج و ایرتیل از پایگاه مشتریان خود و زیرساخت مخابراتی برای ارائه خدمات رقابتی پرداخت مبتنی بر مجاورت استفاده می‌کنند.
- omNOها می‌توانند امکان پرداخت مستقیم به اپراتور برای پلتفرم‌هایی مثل نت‌فلیکس و اسپاتی فای ارائه دهند و گزینه‌های موجود برای پرداخت را بیشتر کنند.

پیامدها

- همان‌طور که این صنعت به سمت یک اکوسیستم مشارکتی حرکت می‌کند، انتظار می‌رود که استفاده از کیف پول همراه برای ارائه تجربه‌های یکپارچه اهمیت پیدا کند.
- گزارش جهانی حقوق سال ۲۰۱۸، حجم معاملات جهانی کیف پول در حدود ۸/۶ درصد از حجم تراکنش‌های غیر نقدی جهانی را تشکیل خواهند داد و هنوز هم پتانسیل برای تازه‌واردان و نیز شرکت‌های قدیمی وجود دارد که بازارهای کیف پول خود را توسعه دهند.
- با افزایش محبوبیت PSD2، بانکداری باز و پرداخت‌های آنی (RTP) در سراسر جهان، کیف پول همراه در کنار RTP می‌توانند به‌عنوان گزینه جایگزین برای پرداخت کارتی ظاهر شوند.
- از کاهش هزینه‌ها سود خواهند برد، زیرا دیگر هزینه مبادله پرداخت نمی‌کنند.
- فروشنده‌گان از دسترسی فوری پرداخت‌ها و reconciliation ساده بهره‌مند خواهند شد.



شکل ۹: ذی‌نفعانی که خدمات کیف پول همراه ارائه می‌دهند و استراتژی‌های آنها



روند دهم: دسترسی شرکت‌های بزرگ فناوری به مشتری‌ها و قابلیت ارائه تجربه کاربری برتر می‌تواند تهدیدی برای شرکت‌های متصدی باشد کسب‌وکارهای مبتنی بر پلتفرم به شرکت‌های بزرگ مثل آمازون، علی‌بابا، فیس‌بوک و تنسنت اجازه داده‌اند به بازار خدمات مالی وارد شده و بانک‌هایی که با کندی به دیجیتالی شدن صنعت پاسخ می‌دهند را تهدید کنند.

پیش‌زمینه

- شرکت‌های بزرگ فناوری با ایجاد قابلیت پرداخت در پلتفرم‌های خود، توسعه اکوسیستم‌های دیجیتالی خود و ارائه تجربه کاربری بهتر، پیشرفت چشم‌گیری در زمینه پرداخت داشته‌اند.
- با حیاتی شدن نقش پرداخت در کسب‌وکار شرکت‌های بزرگ فناوری، این شرکت‌ها در حال دوباره شکل دادن به صنعت مالی هستند و با ارائه خدمات پرداخت و خدمات مکملی مثل پرداخت قبض، خرید دیجیتالی و ارائه پاداش، از گسترش پلتفرم‌های موبایل بیشترین بهره را می‌برند.
- شرکت‌های بزرگ فناوری، با توجه به پایه گسترده مشتری‌های خود، قابلیت‌های اطلاعاتی عالی و منابع تکنولوژی پیشرفته‌ای که دارند، می‌توانند تهدید بزرگی برای شرکت‌های موجود باشند.



پیش‌ران‌های کلیدی

- شرکت‌های بزرگ فناوری اغلب روی پرداخت‌ها تمرکز کرده و آنها را ابزاری برای افزایش چسبندگی مشتری می‌دانند. آنها از طریق تبلیغات، تجارت الکترونیک یا خدمات دیگر (مانند AWS) درآمد کسب می‌کنند.
- در حالی که پرداخت و خدمات تراکنش اولین حوزه‌های تحول‌آفرینی شرکت‌های بزرگ هستند، ایجاد یک اکوسیستم مالی یکپارچه به‌عنوان بخشی از استراتژی جامع تعامل با مشتری هدف نهایی آنهاست.
- شرکت‌های اپلیکیشن‌محور و داده‌محور مانند اپل و گوگل از دیدگاه مدیریت داده و فناوری به خدمات مالی وارد شدند.
- دستیارهای صوتی اپل، آمازون و گوگل به‌سرعت مورد پذیرش کاربران قرار گرفته‌اند و ظهور پیام‌های صوتی به‌عنوان کانالی جدید برای پرداخت را محتمل کرده‌اند.



مرور اجمالی روند

- شرکت‌های چینی بزرگ (علی‌بابا، تنسنت و بایدو) مدت‌ها پیش تلاش‌های خود برای ارائه خدمات مالی را شروع کردند و به اکثر بخش‌های کلیدی صنعت مالی وارد شده‌اند.
- در بازارهای توسعه‌یافته، شرکت‌های بزرگ فنی هنوز نمی‌توانند مقیاس و دسترسی مشابهی با هم‌تایان آسیایی خود داشته باشند، اما شروع به سرمایه‌گذاری کرده‌اند و به دنبال استفاده آهسته‌آهسته از تلاش‌های خود هستند؛ مانند تلاش‌های آمازون در آمریکای شمالی و اپل پی که شاهد رشد چشم‌گیری بوده‌اند.
- شرکت‌های بزرگ از فناوری‌های نوظهور و ذهنیت نوآوری برای ایجاد محصولات داده‌محور و مشتری‌محور استفاده می‌کنند.
- وی‌چت با بهره‌بردن از سنت قدیمی چینی‌ها که در جشن سال نوی قمری به یکدیگر پاکت‌های قرمز حاوی پول ارسال می‌کنند،



پاکت‌های قرمز مجازی را معرفی کرد که به سرعت محبوبیت زیادی کسب کردند. در سال ۲۰۱۷، کاربران حدود ۴۶ میلیارد پاکت قرمز ارسال کردند. - با استفاده از مفهوم حساب رسمی، توانست یک شعبه مجازی برای KFC راه‌اندازی کند و تمام منوی این رستوران را روی وی‌چت قرار دهد تا کاربران بتوانند با چند کلیک درخواست غذا داده و هزینه آن را پردازند.

- از «علی‌پی» برای پرداخت قبض، خرید آنلاین، خرید شارژ سیم‌کارت، خرید بلیت یا گرفتن باقی‌مانده حساب استفاده کرد.

- شرکت‌های بزرگ فناوری بسیار چابک هستند و به سرعت به تغییرات بازار پاسخ می‌دهند. اپلیکیشن موبایل علی‌پی در حال حاضر ۵۰ درصد از بازار پرداخت آنلاین ۵/۵ تریلیون دلاری چین را در اختیار دارد و تنسنت تنها رقیب آن به حساب می‌آید.
- با وجود اینکه برخی شرکت‌های بزرگ فناوری، شروع به ارائه سرویس‌های پرداخت کرده‌اند، اما هنوز به شرکای سنتی بانکی وابسته هستند، ولی می‌توانند در آینده خطر بزرگی به حساب آیند.

شکل ۱۰: توسعه اکوسیستم شرکت‌های فناوری بزرگ



پیامدها

- شرکت‌های بزرگ فناوری مورد اعتماد مشتری‌ها هستند و منابع مالی کافی برای ایجاد راه‌حل‌های قوی دارند که باعث می‌شود تهدید بزرگی برای PSPها باشند.
- مدل‌های تحول آفرین می‌توانند حدود یک سوم پرداخت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های متصدی را از بین ببرند.
- با تهدید شرکت‌های بزرگ فناوری، چالش‌های مربوط به قوانین، زیرساخت‌های قدیمی و چابک‌نبودن می‌توانند باعث شوند که شرکت‌های متصدی در شرایط ضعیفی قرار بگیرند.
- شاید بانک‌ها با شرکت‌های بزرگ فناوری برای به اشتراک گذاشتن ارزش همکاری کنند؛ مثلاً در حوزه محصولات پرداخت که درآمد بیشتری برای تمام طرفین به ارمغان می‌آورد.

