

# بانکداری باز؛ ملاحظاتی برای تنظیم‌گری با رویکرد برد-برد

شرکت شبکه الکترونیکی پرداخت کارت (شاپرک)

مریم کریمی داویجانی

شاهین حقی تبریزی

9<sup>th</sup> Annual Conference on  
Electronic Banking &  
Payment Systems



شرکت ملی انفورماتیک



بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران



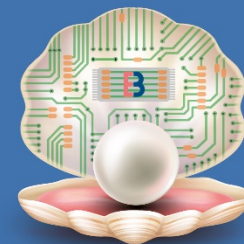
بنگاه مرکزی پولی و بانکی  
جمهوری اسلامی ایران



نهمین همایش سالانه  
بانکداری الکترونیک  
و نظام‌های پرداخت

(ارزش آفرینی دیجیتالی)

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۱ و ۲ اسفند ۱۴۰۱



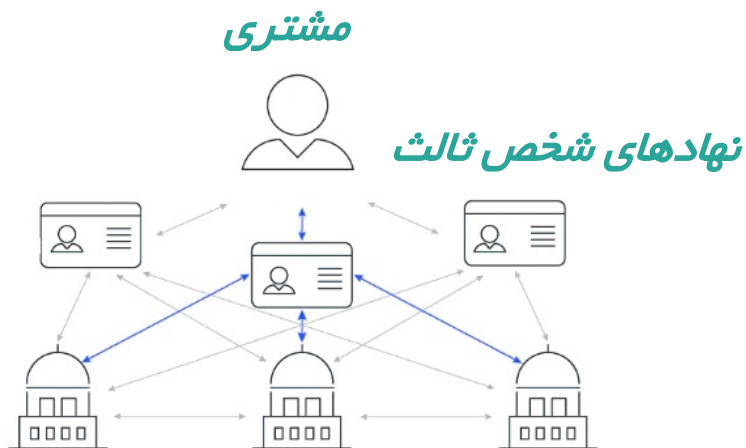
# تعریف بانکداری باز

- براساس تعریف مجمع جهانی اقتصاد، بانکداری باز زمانی شکل می‌گیرد که مشتری تمایل دارد اطلاعات مالی خود را که نزد بانک است، از طریق پلتفرم‌ها در اختیار نهادهای شخص ثالث (TPP) قرار دهد و در عوض محصولات و خدمات جدید و سفارشی‌شده دریافت نماید. بانک‌ها نیز با کمک فناوری رابط برنامه‌نویسی برنامه کاربردی (API)، امکان عرضه‌ی محصول و خدمات را برای نهادهای شخص ثالث فراهم می‌آورند.



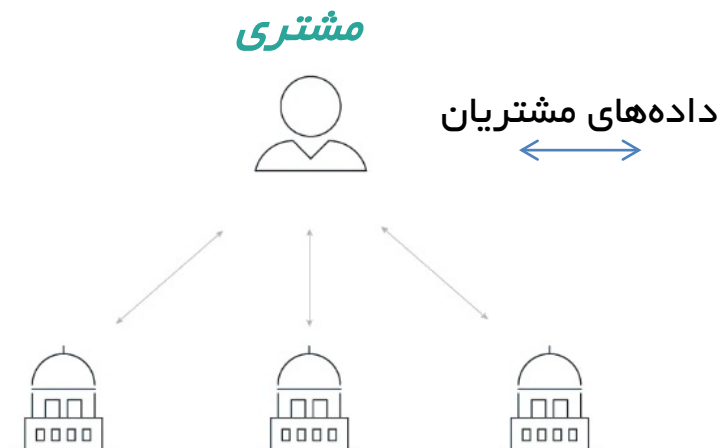
# بانکداری باز در مقایسه با بانکداری سنتی

## بانکداری باز



بانک‌ها با بکارگیری APIها، امکان دسترسی به خدمات بانکداری جامع خویش را برای نهادهای شخص ثالث فراهم می‌کنند. از این رو، شفافیت در بازار بیشتر شده و رقابت برای موسسات غیربانکی تسهیل می‌گردد.

## بانکداری سنتی



بانک‌ها به‌طور مستقیم با مشتریان در ارتباط هستند و دسترسی مشتریان به خدمات بانکی تنها از طریق نرم‌افزارهای همراه بانک، بانکداری اینترنتی و شعب بانک امکان‌پذیر است.

# عوامل محرکه بانکداری باز

## تغییر انتظارات مشتری

تحول دیجیتال در صنعت خدمات مالی و ورود رقبای نوآور به این حوزه، سطح انتظارات مشتریان را بالا برده است. در این شرایط، بانکها میتوانند از طریق همکاری و بسط اکوسیستم بانکداری، تجربه خاص و شخصی‌سازی شده برای مشتری خلق کنند.



## ورود بازیگران جدید بازار

تحول دیجیتال در صنعت خدمات مالی با ورود رقبای جدیدی از قبیل شرکتهای فین‌تک و بیگ‌تک همراه است که امور مالی را به فناوری پیوند زده‌اند تا خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه کنند و سبد محصولات خود را گسترش دهند.

## تغییر مدل کسب و کار

بانکها برای همسویی با موج تحول دیجیتال، مشارکتهایی را با شرکتهای فناور شکل می‌دهند تا بتوانند به‌روزترین نوآوری‌ها را به مشتریان خویش ارائه نمایند. شرکتهای فناور نیز از طریق یک شریک قابل‌اعتماد مثل بانک، برای مشتریان خود خلق ارزش می‌کنند.

## شدت گرفتن رقابت

در محیطی که بانکها، فین‌تکها و رقبای جدید و غیرسنتی، کاملا دیجیتالی شده باشند، فشار رقابتی برای ارتقا تجربه‌ی مشتری افزایش می‌یابد. بنابراین بانکها ناگزیرند که برای ارائه‌ی خدمات کاربردی نوآورانه به مشتری بجنگند.

# مدل‌های کسب و کار پلتفرمی

- پلتفرم معمولاً به یک مدل کسب و کاری اشاره دارد که گروه‌های متمایزی از ذی‌نفعان را گرد هم می‌آورد و به اعضا اجازه می‌دهد که به آن متصل شوند، با یکدیگر تعامل داشته باشند و به خلق و مبادله‌ی ارزش پردازند.
- پلتفرم‌ها مشکل نبود اعتماد، اطلاعات نامتقارن و عدم قطعیت‌ها را از طریق به‌کارگیری سازوکارهای کنترل دسترسی و استانداردسازی حل نموده و اشخاص ثالث قابل اعتماد را به‌عنوان واسطه به اعضا معرفی می‌کنند. واسطه‌ها وظیفه تسهیل همکاری بین اعضای پلتفرم را برعهده می‌گیرند.
- ویژگی‌های منحصر بفرد صنعت خدمات مالی از قبیل وابستگی متقابل بازیگران به یکدیگر و وجود اطلاعات نامتقارن که نیازمند حضور واسطه‌های قابل اعتماد و همکاری مشترک است، شرایط را برای بروز و ظهور اکوسیستم‌ها و حرکت به سوی مدل‌های کسب و کار پلتفرمی مساعد نموده است.
- در پیمایشی که موسسه اکسنچر بر روی ۱۲۰ بانک جهانی انجام داده است، مشخص شد که از هر ده بانک، نه تای آن‌ها به‌طور جدی به دنبال به‌کارگیری مدل‌های مبتنی بر اکوسیستم هستند.



# فضای رقابتی

با ورود فناوری و استقبال از مدل‌های کسب و کار پلتفرمی، حوزه‌ی فعالیت شرکت‌ها دیگر محدود به محصول یا بازار جغرافیایی نیست و سطوح رقابت علاوه بر محصولات مختلف در یک بازار به رقابت بین پلتفرم‌ها برای تسخیر منابع مالی محدود مشتریان ارتقا یافته است.

## رقابت بین پلتفرمی

در این حالت، رقابت بین پلتفرم‌ها یا فناوری‌های مختلف رخ می‌دهد و تازه‌واران می‌توانند با استفاده از یک فناوری جایگزین، شبکه‌ی بازیگران سنتی را به طور کامل دور بزنند و شبکه و زیرساخت خود را بسازند. در این سناریو، بازیگران نوظهور استقلال بیشتری دارند و مرزهای رقابت خود را از صنعت میزبان فراتر می‌برند.



## رقابت درون پلتفرمی

در این حالت، رقابت در یک پلتفرم یا فناوری واحد رخ می‌دهد که همه‌ی بازیگران اعم از قدیمی و جدید، در آن فعالیت و باهم رقابت دارند. در این سناریو، تازه‌واردان در بازار بالادستی از شبکه و زیرساخت‌های اصلی بازیگران سنتی استفاده می‌کنند و به آن وابسته هستند. در حالی‌که در ارائه‌ی خدمات در بازار پایین‌دستی با بازیگران سنتی رقابت می‌کنند.

# ضرورت تنظیم‌گری در بانکداری باز

با ورود شرکت‌های بیگ‌تک به صنعت و تلفیق داده‌های بانکی با داده‌های خود در سایر صنایع، این بازیگران جدید بر بازار خدمات مالی مسلط شده و عملکرد سایر رقبای از جمله موسسات مالی سنتی و شرکت‌های فین‌تک را مختل می‌کنند. از این‌رو، ساختار بازار مجدداً انحصاری شده و با تشدید رقابت بین پلتفرمی، رقابت در درون پلتفرم‌های بانکی کم‌رنگ خواهد شد و موازنه‌ی قدرت در بازار برهم می‌خورد.

ورود بازیگران جدید از جمله فین‌تک‌ها و بیگ‌تک‌ها به صنعت خدمات مالی پیشنهاد جذابی برای شکستن چیرگی و قدرت بازار بانک‌های سنتی است و با کاهش ساختار انحصاری صنعت از وابستگی بیش از حد آن به مؤسسات بزرگ، می‌کاهد. اما به نظر می‌رسد که بازیگران فعلی بازار در برابر ورود تازه‌واردان مقاومت کنند و رفع موانع ورود بدون دخالت حاکمیت امکان‌پذیر نباشد.

این عوامل سیاست‌گذاران را برآن داشته که با تنظیم مقررات و ابلغان آن به بازار، زمینه‌ی حضور بازیگران جدید و در نتیجه تقویت فضای رقابتی و نوآوری را مهیا نمایند.

# رویکرد دوگانه به تنظیم‌گری بانکداری باز در جهان

## مبتنی بر بازار

در این رویکرد، اکوسیستم بازار مدل‌های کسب و کاری مختلفی را در حوزه بانکداری باز توسعه می‌دهد و تنظیم‌گر نیز مشوق آن‌ها است. همچنین چارچوب‌های داده‌های باز مانند امور مالی به مثابه خدمت یا لیستی از رابط‌های برنامه‌نویسی کاربردی توسط موسسات (مثلاً انجمن بانک‌ها و نهادهای پولی) به صورت داوطلبانه و برای استفاده‌ی نهادهای شخص ثالث ارائه شده و از طرف حاکمیت حمایت می‌شوند.

- آمریکا
- چین
- ژاپن
- سنگاپور

## مبتنی بر تنظیم‌گری اجباری

در برخی کشورها مقررات بانکداری باز از سوی سیاست‌گذار توسعه یافته و ابلاغ می‌شود. در این رویکرد، موسسات مالی ملزم می‌شوند تا داده‌هایی را که تحت کنترل خود دارند با کسب مجوز از مشتریان خود در اختیار اشخاص ثالث قرار دهند و تنظیم‌گر نیز بر روند به اشتراک‌گذاری داده نظارت و کنترل دارد. این رویکرد ابتدا در انگلستان و سپس با ارائه PSD2 در اتحادیه اروپا پیاده‌سازی شد.

- اتحادیه اروپا
- انگلستان
- استرالیا
- هنگ کنگ



# جمع‌بندی و نتیجه‌گیری



در صنایع با سرعت تغییرات بالا، سیاست‌گذاران باید رویکردی پویا به مقررات داشته باشند. براساس این رویکرد، اعمال اجباری مقررات دسترسی ممکن است در مراحل اولیه‌ی چرخه‌ی عمر مفید باشد، اما باید پس از تثبیت ساختار صنعت حذف یا اصلاح شود.



به اشتراک‌گذاری داده‌ها به صورت موردی و بر اساس تصمیمات مقامات ذیصلاح در مقایسه با اجباری کردن به اشتراک‌گذاری داده‌ها، گزینه معقول‌تری به نظر می‌رسد. این راهکار مانع سوءاستفاده شرکت‌های بیگ‌تک از داده‌های بانکی می‌شود.



اجباری کردن به اشتراک‌گذاری داده‌ها باید بر مبنای اصول مشخصی صورت گیرد. دخالت حاکمیت در بازار فقط زمانی ضرورت دارد که بازار به‌تنهایی نتواند تعادل بازار و رفاه مشتریان و جامعه را تامین کند.



مقررات بانکداری باز باید مطمئن شود که دسترسی تازه‌واردان به داده‌ها و زیرساخت‌های موسسات مالی سنتی، باعث ایجاد پلتفرم‌های قدرتمند جدید و متعاقباً انحراف ساختارهای بازار نشود.



صنعت خدمات مالی دارای ساختارهای بازار عمدتاً انحصاری و موانع ورود زیاد است. از این رو، رشد و توسعه کسب و کارهای پلتفرمی مانند بانکداری باز نیازمند مقرراتی است که توانایی شرکت‌های تازه وارد را برای ورود به بازار تقویت کند.

# پیشنهاد‌های کاربردی

یکی از اهداف تنظیم‌گری بانکداری باز، پرورش نوآوری در صنعت است. یکی از بهترین ابزارهای نوآوری محور، سندباکس رگولاتوری است که اجازه آزمون محصولات یا مدل‌های کسب و کاری نوآورانه مالی را در یک محیط اختصاصی رگولاتوری می‌دهد و منافع نهایی آن را برای مصرف‌کنندگان می‌سجد.

استفاده از ایده مقررات هوشمند در تنظیم‌گری با توسعه سیاست‌های سطح بالای اشتراک‌گذاری داده‌ها و واگذار کردن ایجاد استانداردها و فرآیندها به بازیگران صنعت، سرعت پذیرش بانکداری باز را تسریع نموده و انعطاف‌پذیری آن را افزایش می‌دهد.

چارچوب‌های تنظیم‌گری باید شامل جداول زمانی اجرا، محدوده پیشنهادی محصولات، نوع داده‌ها و روش به اشتراک‌گذاری آن‌ها و انواع نهادهای شخص ثالث باشند. همچنین دستورالعمل‌های انعقاد قرارداد بین بانک‌ها و نهادهای شخص ثالث برای دسترسی به داده‌ها مورد نیاز است.

ایجاد توازن بین سهولت ورود به بازار و الزام حداقل توانمندی مالی شرکت‌های متقاضی مجوز، ضروری است. لذا شروط توانمندی مالی باید توسط تنظیم‌گر در نظر گرفته شود تا شرکت‌های مجوزدار بتوانند با بازیگران بزرگ رقابت نمایند و حاشیه سود منطقی کسب کنند.

تنظیم‌گر بانکداری باز باید مشوق‌های قوی برای ایجاد کارگروه‌هایی با حضور بازیگران صنعت، انجمن‌های بانکی و درون صنعتی ایجاد نماید. به‌علاوه تنظیم‌گری، محدود به تنظیم‌گران مالی نیست و نهادهای ناظر رقابتی و ناظران محافظت از داده نیز باید در این امر همکاری کنند.

# با سپاس از توجه شما



*m.davijani@shaparak.com*

*sh.haghi@shaparak.com*