

التحول الرقمي في الأعمال المصرفية ودور FinTech في الوساطة المالية Digital Transformation In Banking And The Role Of FinTech In Financial Intermediation

عينوس رضوان¹، سجي أسماء²

Ainous Redouane¹, Sedjai Asma²

¹ جامعة الجزائر 3، مخبر MECAS (الجزائر)، redwan875@gmail.com

² جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، مخبر MECAS (الجزائر)، asmasedj18@live.fr

تاريخ القبول: 2025-11-27

تاريخ الاستلام: 2022-08-13

ملخص :

أحد التغييرات الرئيسية في الساحة المالية والمصرفية هو التحول إلى الرقمنة التي تشهد تحولاً عميقاً في النظام المصرفي. توفر الرقمنة فرصاً جديدة للبنوك لوضع العميل في قلب عملية التنمية. يبدو أن التقنيات الجديدة موجودة وتبقى في السوق لتعطيل سلسلة قيمة الخدمات المالية للأفراد ، بالإضافة إلى إدخال لاعبين جدد إلى الساحة التنافسية. شاغلو المناصب والقادمون الجدد لديهم أدوات مبتكرة لاعتمادها. وقد أدت القوى التي شكلت هذه التغييرات الصناعة إلى إعادة النظر في دور البنوك والتمويل ، باعتباره "عامل تمكين" أكثر من كونه مزوداً للمنتجات والخدمات. تهدف المقالة إلى تحديد التحول الرقمي في الصناعة المصرفية ، وتحديد ما تقوم كل من البنوك وشركات التكنولوجيا المالية بتطويره في السوق.

كلمات مفتاحية: الرقمنة ، التحول الرقمي ، التكنولوجيا المالية ، الخدمات المصرفية ، نموذج الأعمال.

تصنيف JEL: D83, G14

Abstract :

One of the major changes in the financial and banking arena is the shift to digitization, which is undergoing a profound transformation in the banking system. Digitization provides new opportunities for banks to put the customer at the center of the development process. New technologies appear to exist and remain in the market to disrupt the retail financial services value chain, as well as introduce new players into the competitive arena. Incumbents and newcomers have innovative tools to adopt. The forces that shaped these changes have led the industry to reconsider the role of banking and finance as an "enabling agent" rather than as a provider of products and services. The article aims to outline the digital transformation of the banking industry and identify what both banks and fintech companies are developing in the market.

Keywords : Digitization, digital transformation, fintech, banking, business model.

Jel Classification Codes : D83, G14

¹ المؤلف المرسل: عينوس رضوان، الايميل: redwan875@gmail.com

مقدمة :

تلعب البنوك دورًا مهمًا في الاقتصاد لأنها تدير نظام الدفع ، وهي المصدر الرئيسي للائتمان لشرائح واسعة من الاقتصاد ، وهي (عادةً) بمثابة ملاذ آمن لأموال المودعين. كما أنها تشمل توفير المنتجات المصرفية والمالية للمستهلكين والشركات الصغيرة. عند القيام بذلك ، تعتمد البنوك اعتمادًا كبيرًا على أسعار الفائدة والرسوم ومنتجات الملكية.

من الأزمة المالية¹، تسارع وقت تغيير البنوك بسبب مشكلات الامتثال ، أي. توجيه لخدمات الدفع (PSD 2)² - ؛ الابتكارات التكنولوجية - بما في ذلك الانتشار السريع للتقنيات مثل الهواتف الذكية والذكاء الاصطناعي وتحليلات البيانات الضخمة - ؛ المنافسون الجدد - الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية (FinTech) ؛ والتغيرات في مواقف وسلوكيات العملاء. يسهل هذا السياق على الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا دخول صناعة الخدمات المالية وتقديم المنتجات والخدمات مباشرة إلى المستهلكين والشركات، بما في ذلك المؤسسات المالية الحالية (Alessandri and Haldane (2009).

(التكنولوجيا المالية) FinTech هي كلمة تدمج العديد من الحقائق التجارية والاقتصادية المختلفة. لديهم جميعًا طبيعة تنافسية وإطار تنظيمي وخطوات تطوير مختلفة. ومرة أخرى ، تختلف الأمور باختلاف البلدان ، اعتمادًا على كل حالة من الحالات المحلية التي من المحتمل أن تؤدي إلى مناهج مختلفة جدًا لنفس العمل. المجالات الرئيسية لتطوير التكنولوجيا المالية هي المدفوعات ، حيث يوجد معظم اللاعبين خاصة في التحويلات عبر الهاتف المحمول ؛ الإقراض والتمويل البديل ، مثل التمويل الجماعي ووسائل التواصل الاجتماعي ومنصات المطابقة الآلية التي تكتسب زخمًا في تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة وكذلك الأفراد. هناك أيضًا المشورة المالية الآلية (robo-Advisor) ، والتي تم اختراعها لرعاية العملاء ذوي الدخل المنخفض ، ولكنها على استعداد للتوسع إلى الأفراد ذوي الثروة المالية العالية أيضًا. بالنظر إلى ذلك ، من الضروري للبنوك أن تفهم أن وتيرة التغييرات في الخدمات المالية آخذة في الازدياد فقط - كما هو الحال مع حث الصناعة على الاستجابة ، لأن التقنيات الجديدة والمنافسين يبدو أنهم يظلون في السوق لتعطيل سلسلة قيمة الخدمات المالية للأفراد ، ومن ثم تغيير الساحة التنافسية (Alessandri and Haldane (2009).

الدوامة الرقمية هي الحركة الحتمية للصناعات نحو مركز رقمي يتم فيه رقمنة نماذج الأعمال والعروض وسلاسل القيمة إلى أقصى حد ممكن ، مما يؤدي أيضًا إلى حدوث اضطرابات جديدة ، وطمس الخطوط

الفاصلة بين الصناعات. يمكن القيام بذلك بسهولة لأن مكونات ثورة الإنترنت "مجرد أجزاء صغيرة" ، والتي أصبحت برامج وبروتوكولات ولغات وقدرات يمكن دمجها وإعادة توحيدها بطرق لإنشاء ابتكارات جديدة تمامًا. هذه المكونات غير المادية تجعل من السهل نشرها في جميع أنحاء العالم ، وبالتالي تطوير عدد كبير من الابتكارات. تستخدم أكثر المعطلات نجاحًا "الاضطراب التوافقي" ، حيث يتم دمج مصادر متعددة للقيمة - التكلفة والخبرة والمنصة - لإنشاء نماذج أعمال تخريبية جديدة ومكاسب هائلة³.

وقد دفعت القوى التي شكلت هذه التغييرات بالصناعة إلى إعادة النظر في دور البنوك والتمويل ، باعتباره "عامل تمكين" أكثر من كونه مزودًا للمنتجات والخدمات.

تتمثل أهمية المقال في تحديد الجوانب الرئيسية المتعلقة بالتحول الرقمي في الصناعة المصرفية ، ثم محاولة فهم عواقبه الرئيسية على البنوك إلى جانب دخول FinTech وتطور موجة جديدة من المنافسة في السوق . توضح الفقرة 2 المعنى والآثار الرئيسية للرقمنة في البنوك ؛ تحدد الفقرة 3 فكرة إعادة تشكيل الصناعة المصرفية. وفي الختام ، تم تحديد الأولويات التي يجب على البنك أن يهتم بها لمواجهة هذه البيئة الجديدة. من خلال ماسبق يمكن طرح الاشكالية التالية:

ماهي اليات التحول الرقمي في الأعمال المصرفية وماهو دور التكنولوجيا المالية في الوساطة المالية؟

1. موجة الرقمنة في البنوك

تعمل الرقمنة على تغيير قواعد اللعبة في العديد من الصناعات من خلال الاضطرابات المحتملة لنماذج الأعمال ، وهذا يؤدي إلى ظهور نظام بيئي أكثر تعقيدًا وديناميكية للنمو والابتكار (Iansiti and Levien ، 2004). أدت البنية التحتية الرقمية إلى تسريع ظهور تقنيات جديدة - وسائل التواصل الاجتماعي ، والحوسبة السحابية ، والتحليلات والبيانات الضخمة ، والأجهزة القابلة للارتداء ، والطباعة ثلاثية الأبعاد ، والأنظمة المستقلة الذكية ، على سبيل المثال لا الحصر - التي تمكن من إحداث تحولات في طريقة عيشنا وعملنا ، كيف تنظم الشركات ، وكذلك هيكل الصناعات بأكملها (Agarwal et al. 2010؛ Dhar 2007 and Sundararajan 2013). (انظر الإطار 1)

1.1. الرقمنة

تشير الرقمنة إلى ممارسة أخذ العمليات أو المحتوى أو الأشياء التي اعتادت أن تكون مادية أو تمثيلية بشكل أساسي (أو كليًا) وتحويلها لتكون رقمية بشكل أساسي (أو كليًا). إن تأثير عمليات الرقمنة ، بصرف النظر عن مكاسب الكفاءة المحتملة ، هو جعل العمليات أكثر قابلية للتخصيص ومرونة. الآثار المفيدة

للمحتوى الرقمي (الصور والفيديو والنصوص) معروفة جيداً. وهي تشمل القدرة على عمل نسخ كاملة غير محدودة ؛ تخفيضات كبيرة في تكلفة تخزين المحتوى ونسخه ونقله ؛ تعزيز القدرة على البحث والتحليل وتصحيح وتحسين المحتوى (Negroponte 1995). ولعل الأهم من ذلك ، أن رقمنة المحتوى تكسر الاقتران الوثيق تاريخياً بين أنواع المعلومات والأجهزة الخاصة بها ، ووسائط التخزين ، وتنسيقات الإرسال ، مما يؤدي إلى التقارب الرقمي (Tilson et al. 2010). تمنح التحويلات الرقمية خصائص جديدة - قابلية البرمجة ، وإمكانية المعالجة ، وقابلية الاتصال ، وقابلية التذكر ، والحساسية ، وإمكانية التتبع ، والقابلية للربط - والتي تجعل المنتجات الرقمية (مثل العمليات الرقمية) قابلة للطرق بشكل كبير ، كما تفتح مجالات جديدة كبيرة للوظائف المحتملة (Yoo ، 2009).

دخول الوافدون الجدد - المعروفون باسم شركات FinTech - إلى سوق البنوك عن طريق بيع المدفوعات ، ولا سيما عدد منهم يستهدف سوق مدفوعات الهاتف المحمول الناشئة ، والإقراض الشخصي، والتأمين العام ، ومؤخراً الاستشارات المالية التي كانت تعتبر تاريخياً أكثر خدمة معقدة.

الشكل 1 - شرائح العملاء ومنتجات شركات التكنولوجيا المالية الرائدة 2015 (% من الإجمالي)



المصدر: Fichman, R. G., Dos Santos, B. L., & Zheng, Z. (2014). Digital innovation as a fundamental and powerful concept in the information systems curriculum. *MIS quarterly*, 38(2), 329-A15.

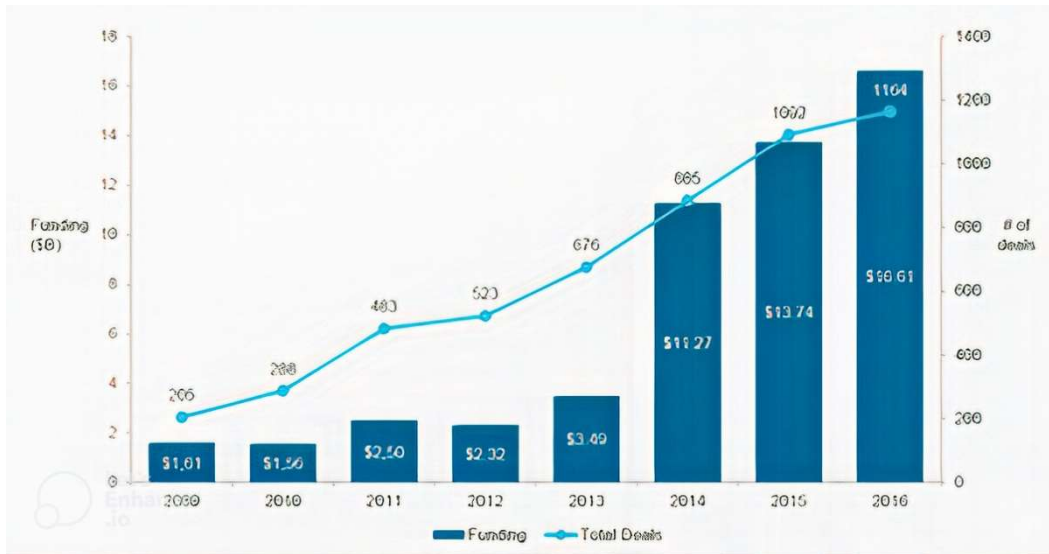
كما هو مبين في الشكل 1 ، فقد استهدفوا المجالات المصرفية الثلاثة الرئيسية للأفراد ، حيث من الممكن العمل على تقليل الفجوة بين رضا العملاء وتوقعاتهم. من خلال القيام بذلك ، بدأوا في البحث عن العلاقة مع العملاء والاستفادة منها من خلال تطوير نماذج أعمالهم على الخصائص الرئيسية التالية:

- البساطة.
- الشفافية.
- سهولة اكتساب العملاء ؛
- سهولة التوزيع والجاذبية التجارية؛
- التخصص

يشير كل هذا أعلاه إلى الفكرة المتصورة بأن بعض الخدمات المالية (مثل المدفوعات والإقراض والتأمين) يمكن اعتبارها نوعاً من المنتجات السلعية ، حيث يكون قرار الشراء للعميل مدفوعاً في الغالب بالسعر. على الرغم من البنوك التقليدية ، تشترك شركات التكنولوجيا المالية في العديد من السمات نفسها ، من حيث كونها شابة وطموحة وذات رؤية وقادرة. كما تحرروا من قيود التكنولوجيا القديمة ، وهم متخصصون جداً.

وهي مدعومة بارتفاع مستويات تدفق رأس المال الاستثماري إلى هذا القطاع. (انظر الشكل 2)

الشكل 2 - دولارات وصفقات استثمار التكنولوجيا المالية (2009-2016)



المصدر: Sheriff A (2017) Technology on the Rise, Are You Ready? Speech at Bocconi University on June 9th for the Executive Master in Finance.

كل هذا يجعلهم قادرين على إعادة تعريف الطريقة التي يقوم بها العملاء بالخدمات المصرفية ، وكذلك رفع توقعاتهم للبنوك التقليدية في هذه العملية. خاصة:

تمتد المزايا المتصورة لشركات التكنولوجيا المالية إلى ما هو أبعد من قدرتها على الابتكار والتحرك بسرعة. من وجهة نظر العملاء ، تتمتع شركات التكنولوجيا المالية بقيمة من حيث سهولة استخدامها (81.9%) ، وتقديم خدمة أسرع (81.4%) ، وتقديم تجربة جيدة (79.6%)⁴.

وفقًا لـ (Capgemini 2016) ، ما يقرب من ثلثي العملاء (63.1%) على مستوى العالم يستخدمون المنتجات أو الخدمات التي تقدمها شركات FinTech.

الاختراق هو الأعلى في الأسواق الناشئة. في أمريكا اللاتينية ، يستخدم 77.4% منتجات أو خدمات التكنولوجيا المالية ، تليها أوروبا الوسطى بنسبة 68.9% والشرق الأوسط وأفريقيا بنسبة 63.3%⁵.

يحدث هذا لأن العملاء في الأسواق الناشئة يجدون في FinTech الطريق إلى الشمول المالي ، مما يعكس على الأرجح الفجوات في الخدمات التي تقدمها البنوك التقليدية. يسلط نفس التقرير الضوء أيضًا على حقيقة أن العملاء الأصغر سنًا هم أكثر عرضة للتوجه إلى شركات التكنولوجيا المالية ، ولكن من المتوقع أن تزداد جاذبية Fintech بين العملاء من جميع الأعمار. يمكن وصف هذه الشركات بأنها:

- قطاع ديناميكي عند تقاطع قطاعي الخدمات المالية والتكنولوجيا حيث تركز التكنولوجيا على الشركات الناشئة والداخلين الجدد إلى السوق الذين يبتكرون المنتجات والخدمات التي تقدمها صناعة الخدمات المالية التقليدية حاليًا⁶.

- مجموعة من التكنولوجيا المالية تصف قطاع الخدمات المالية الناشئ في القرن الحادي والعشرين. في الأصل ، تم تطبيق المصطلح على التكنولوجيا المطبقة على النهاية الخلفية للمستهلك الثابت والمؤسسات المالية التجارية. منذ نهاية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين ، امتد المصطلح ليشمل أي ابتكار تكنولوجي في القطاع المالي ، بما في ذلك الابتكارات في محو الأمية المالية و التعليم والخدمات المصرفية للأفراد والاستثمار وحتى العملات المشفرة مثل البيتكوين⁷.

- جزء من الإجابة على الأسئلة الأساسية التي تواجه اقتصاداتنا: نقص الإنتاجية وزيادة التفاوتات. هذا هو السبب في أن التنظيم يدعم بشكل عام فتح الوصول إلى الأسواق من خلال تقديم اليقين القانوني للخدمات غير المنظمة سابقًا. على سبيل المثال ، يعمل التوجيه المنقح لخدمات الدفع (في أوروبا) على توسيع قائمة الأنشطة التي يمكن لمقدمي خدمات الدفع تنفيذها لتشمل بدء المدفوعات وخدمات معلومات الحساب⁸.

مع دخولهم السوق ، نضج هذا واستمر. ونتيجة لذلك ، فقد أعيد تشكيلها (معطلة وفي كثير من الحالات تم تحفيزها) من خلال عدد من الاتجاهات ، والتي يمكن اعتبارها فرصًا وتهديدات للبنوك التقليدية.

لفترة طويلة ، كانت الخدمات المصرفية للأفراد نوعًا من سوق احتكار القلة وفي مقالهم ، وضع Gardener و Howcroft و Williams (1999) الأمر على هذا النحو⁹:

إكان هناك قدر كبير من التشابه بين ممثلي السوق ، مما أدى إلى قيام المنافسين بتقديم استراتيجيات تنافسية مماثلة ، إن لم تكن متطابقة. كما تم تكرار ابتكارات المنتجات المالية بسرعة مع تخفيض مماثل في مكافأة المبتكر الأولي. هذه الاعتبارات الإستراتيجية ، التي تفاقت بسبب عقلية القطيع ، كانت مسؤولة عن قيام البنوك بتكرار خدمات بعضها البعض. تم تقديم مجموعة واسعة ومتنوعة للغاية من المنتجات المماثلة من قبل كل بنك مما أدى إلى أن الإدارة في الخدمات المصرفية للأفراد أصبحت بالمقابل أكثر تعقيداً وأقل فعالية من حيث التكلفة.

مع وضع ذلك في الاعتبار ، وفقاً لـ (Lautenschläger 2017)¹⁰:

يتعين على البنوك التعامل مع نوعي التغيير: العادي وغير العادي. عليهم أن يجدوا طريقهم في عالم رقمي ؛ عليهم الالتزام بقواعد أكثر صرامة وتحقيق أقصى استفادة من أسعار الفائدة المنخفضة للغاية. في المستقبل ، ستعتمد العوامل الرئيسية للبقاء في المنافسة في السوق بشكل كبير على الرؤى والاستراتيجيات التي تضعها البنوك وتنفذها.

نظراً لأن الوافدين الجدد يمارسون ضغوطاً على هوامش البنوك في مختلف المنتجات¹¹ ، فقد بدأوا في إعادة التفكير في الطريقة التي يمارسون بها أعمالهم. هناك ، بالطبع ، تباين كبير بين البنوك في الاستجابة للاضطراب الرقمي على الصعيد العالمي ، وتحرك البنوك والمؤسسات المالية الحالية الأكثر ابتكاراً بسرعة لتبني الرقمية. استثمر معظمهم بكثافة في ترحيل المعاملات. لقد قاموا أيضاً بترقية تقنيات الويب والهاتف المحمول بشكل كبير وإنشاء مراكز للابتكار والاختبار ، داخل الشركة (مثل JPMorgan) ومن خلال قسم الابتكار المنفصل عن الأعمال الأوسع (مثل Citi Fintech).

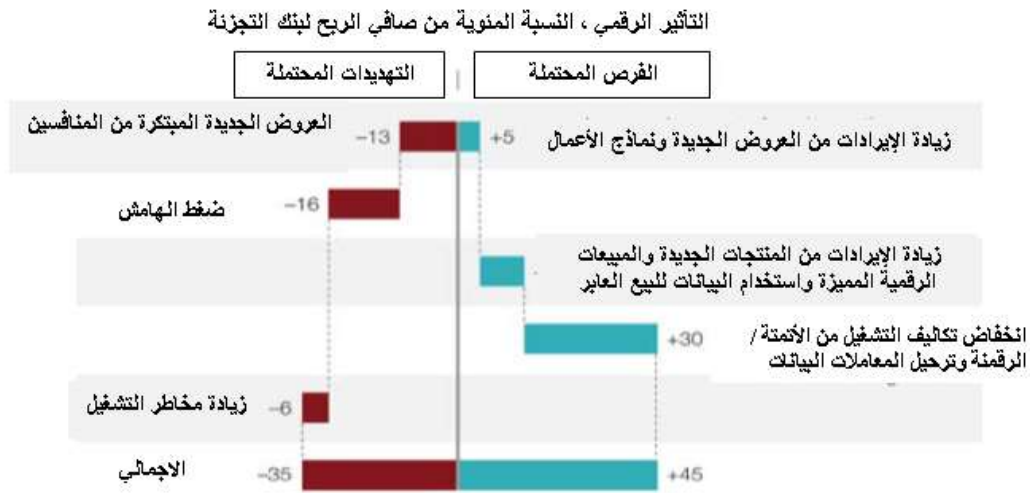
قررت بعض البنوك الأخرى تطوير منتجات جديدة (بعضها منتجات FinTech جديدة في الخدمات المصرفية الرقمية الشاملة وخدمات الاستثمار الرقمي والتداول الإلكتروني وإدارة النقد عبر الإنترنت) ؛ بينما يتعاون آخرون أيضاً مع FinTech لتحسين عروض المستهلكين. هذا هو حال JPMorgan مع OnDeck - وهي منصة إقراض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة القادرة على معالجة القروض في يوم واحد فقط - ؛ Roostify - وهو مزود لعمليات الرهن العقاري يجعل عملية الإقراض عبر الإنترنت أسرع وأقل تكلفة وأكثر شفافية لجميع المعنيين - ؛ و Symphony - وهو مزود حلول للمبيعات والتداول والعمليات وما إلى ذلك.

هناك العديد من البنوك الرائدة الأخرى ، من بين أكثر البنوك مرتبة في المرحلة العليا من التحول الرقمي ، وتشمل القائمة Banco Santander و Bank of America و Barclays و BBVA و BNP

Paribas و Citi و HSBC و RBS و Société Générale و UniCredit و Wells Fargo .
أخيراً ، من المثير للاهتمام تحديد التوقعات المشتركة التالية¹²:

بحلول عام 2018 ، من المتوقع أن تحصل البنوك في الدول الاسكندنافية والمملكة المتحدة وأوروبا الغربية على نصف أو أكثر من عائدات التدفقات الجديدة في معظم المنتجات من المبيعات الرقمية. من المتوقع أن يتتبعهم أولئك الموجودون في الولايات المتحدة ولكن لا يزال من المتوقع أن يشهدوا تدفقات جديدة كبيرة تأتي من الرقمية. من بين المنتجات المصرفية ، من المتوقع أن تشهد المدخرات والودائع لأجل ، فضلاً عن الخدمات المصرفية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم ، أكثر من نصف إيرادات التدفقات الجديدة القادمة من الرقمية بحلول عام 2018. (انظر الشكل 3)

الشكل 3 - الابتكار الرقمي في الخدمات المصرفية يقدم مكافآت وخسائر محتملة.



المصدر: Sheriff A (2017)

يبدو أن كل هذا أعلاه يحول كل شيء إلى سلطة شاغلي المناصب ، الذين يحتاجون إلى البحث عن استجابة ، سواء على المستوى الفردي أو كنظام. الإصابة ، مهمة بالنسبة لهم لمواجهة الثورة الرقمية لأن الطريقة التي يقوم بها العملاء بعملهم المصرفي قد تغيرت بشكل كبير:

يتوقع عملاء التجزئة الآن أن يكونوا قادرين على دمج التجارة الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي ومدفوعات التجزئة. يتوقعون أيضًا أن يكونوا قادرين على التبديل بسلاسة عبر المنصات الرقمية. هذه ليست مجالات قوة للعديد من البنوك. نظرًا لالتزامات الامتثال الثقيلة ، استثمرت البنوك تقليديًا أكثر في أمن ومرونة أنظمتها بدلاً من تحسين تجربة المستخدم¹³.

على الرغم من أن كل شيء يبدو أنه أصبح رقميًا ، إلا أنه يجب القول إن أي مبادرة تكون فيها التكنولوجيا هي العنصر الأول في جدول أعمال المديرين لن تكون مصدر اضطراب ما لم تغير التقنيات الجديدة أعمالهم ؛ سيكون مجرد ترقية للطرق الموجودة.

تعثر معظم البنوك في مستنقع التكنولوجيا القديمة والأعمال المنعزلة ، مما يجعل من الصعب عليها التحرك بسرعة وخفة حركة. لكن سلوك المستهلكين يتغير بشكل كبير ، وكل هذا له تأثيرات مهمة بشكل أساسي على استراتيجيات التوزيع والمبيعات بالبنك. على وجه الخصوص ، تتعلق هذه الآثار بما يلي:

1. تحول كبير من الاعتماد على الفروع إلى التفضيل الرقمي ؛

2. إعادة تحديد العوامل المحركة للمقابل المصرفي وال شراء .

3. زيادة الطلب على فتح الحسابات الرقمية¹⁴.

في ظل هذه الظروف ، تظل المبادئ الأساسية للاستراتيجية ثابتة ، بغض النظر عن التكنولوجيا أو وتيرة التغيير ، لذلك يجب على كل بنك أن يبدأ عملية تغيير بالنظر إلى نموذج العمل أولاً ، والعودة إلى العملاء "كأفراد و كإنسان" كخطوة ثانية¹⁵.

بالنظر إلى ذلك ، هناك تحديات متعددة في دمج الابتكار في مؤسسات البنوك ، بما في ذلك مواءمة الابتكار مع الأولويات الإستراتيجية ، وبناء القدرات لضمان التطوير السريع والنماذج الأولية ، بالإضافة إلى تسويق الحلول.

2. التحول الرقمي: طريقة إعادة تشكيل الأعمال المصرفية

التحول الرقمي ليس في الحقيقة ثورة تكنولوجية خالصة. في الواقع ، إن القوة الدافعة للثورة الصناعية الثالثة هي التي تتعلق بتطوير تقنيات معلومات واتصالات جديدة ، حيث يؤدي الاستخدام المتزايد للأجهزة الرقمية والمنصات الرقمية إلى تغيير الطريقة التي يقوم بها العملاء بالعمليات المصرفية ، وتغيير توقعات السوق ، وتحويل نموذج الوساطة المالية كذلك.

تسمح رقمنة المنتجات والخدمات والعمليات التجارية للممثلين المخربين بتقديم نفس القيمة التي يوفرها المنافس التقليدي - بل وزيادتها - دون الحاجة إلى إعادة إنتاج سلسلة القيمة التقليدية. في الواقع ، هذا هو الهدف من الاضطراب الرقمي: تقديم قيمة أعلى للعميل النهائي - سواء كان مستهلكًا أو نشاطًا تجاريًا آخر - مع تجنب الاستثمارات الرأسمالية والمتطلبات التنظيمية والعوائق الأخرى التي يواجهها شاغلو الوظائف المرهونة بنموذج أعمال جديد ومختلف.

ونرى أيضًا هذه الديناميكية في الطريقة التي تعمل بها الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية على تعطيل البنوك من خلال تفكيك منتجاتها وخدماتها - والاستيلاء على حصة من أعمالها الأكثر ربحية ، مع تجنب العوائق التي تحول دون الدخول التي تأتي مع كونها بنكًا متكامل الخدمات.

وهذا يؤكد أن تطور المنصات غير المكلفة نسبيًا ، والتي يمكنها نشر المحتوى على مستوى أوسع ، تجعل المحتوى ذا قيمة كما كان دائمًا. وهذا يحدث مقابل أي فكرة عن زيادة نطاق الخدمات المالية السلعية. على الرغم من أن المنافسة تدفع بالأسعار إلى أسفل إلى مستوى معين يقارب الصفر ، إلا أن هذا ليس شيئًا يتبناه منتجو المحتوى بالضرورة ، لكنهم مجبرون على الانخراط فيه بسبب طبيعة التغيير التكنولوجي ، وبشكل عام بسبب الكثيرين. المعاملات بوساطة الكمبيوتر. وهذا يعني أنه يتعين على البنوك استيعاب الآثار الاقتصادية المترتبة على المعلومات الرخيصة والمنشرة في كل مكان حول أعمالها الأساسية وحولها. يجب أن يبدأوا في اكتساب فهم أعمق لإمكانات التكنولوجيا لإعادة تشكيل صناعتهم.

في رأينا ، كل هذا يبدأ من نهج الخدمة المهيمنة ، لأن البنوك يجب أن تنافس من خلال الخدمة وليس مع الخدمات. البيان الأخير يدور حول أكثر من مجرد إضافة قيمة للمنتجات المصرفية. يتعلق الأمر بالمؤسسة بأكملها التي ترى نفسها وتتعامل مع السوق بمنطق الخدمة المهيمن ، وإيلاء المزيد من الاهتمام لحقيقة أن الناس لا يشترون ما تبعه ؛ إنهم يشترون ما تمثله ، ولهذا السبب فإن كل بنك وشركة FinTech "في مجال الاختيار"¹⁶.

يقال إن العوامل الرئيسية المفيدة للبدء في تطوير فكرة عن مصرفية الغد هي ما يلي:

- تتبع البنوك خدماتها ، ويتسم معظمها بمصادقية عالية وهي مرتبطة بالسياق بدرجة كبيرة ؛
- قد تتضمن بعض هذه الخدمات مواجهات متصورة عالية المخاطر ؛
- يعتمدون في الغالب على القدرة المهنية ؛
- في سياق الخدمات المهنية ، يكون المهنيون مسؤولين عن تقديم هذه الخدمات ، وهو التزامهم الأساسي تجاه العميل.

في هذه المرحلة ، هناك ثلاثة عوامل رئيسية يجب أن يأخذها البنك في الاعتبار في رؤيته واستراتيجيته ، وهي: التكنولوجيا والمحتوى والثقة.

يبدو أن الإنترنت وتطوره يجعل البنوك حتمًا ضحايا عدم الوساطة مع توفر المزيد من الأنشطة عبر الإنترنت. بدأت التكنولوجيا أيضًا في تفكيك سلاسل القيمة ، ولم يعد بإمكان الاستراتيجيين أخذ سلاسل القيمة الخاصة بهم كأمر مسلم به: كان عليهم اتخاذ خيارات صعبة بشأن القطع التي يجب حمايتها ، والتي

يجب التخلي عنها. لكن من ناحية أخرى ، فإن الصورة ليست قاتمة تمامًا بالنسبة للبنوك. يؤدون العديد من الوظائف ، ولن يتأثروا جميعًا بشبكات الكمبيوتر (أي أعمال الإيداع الآمنة ، حيث كان الوافدون الجدد أقل اهتمامًا بتقديمها في البداية).

المحتوى هو القيمة التي يجب نقلها وحمايتها من حيث الكفاءات التي تم تطويرها حتى الآن والمتجذرة في العلاقات طويلة الأمد بين البنك والعمل أيضًا.

أخيرًا ، هناك ثقة ، وهي المادة اللاصقة لكل علاقة ، خاصة بالنسبة للعديد من الخدمات المالية ، والتي هي سلع اعتماد وقائمة على الائتمان (مثل الخدمة الاستشارية والتأمين وما إلى ذلك).

سيكون مستقبل الخدمات المصرفية بين مجموعة من الممثلين الرقميين الجدد ، حيث القيمة المضافة - التي يقدمونها - فيما يتعلق بالعملية المدفوعة بالتكنولوجيا التي تجعل تقديم العديد من الخدمات المالية أسرع وأكثر كفاءة وشفافية (الدفع والإقراض والتأمين ، إلخ). وفي هذه المجموعة هناك شركات - تكنولوجيا FinTech - لها أسماء مثل Zopa و Smartypig و MoneyFarm و Nutmeg و Betterment وما إلى ذلك. ومن ناحية أخرى ، هناك بنوك جديدة ولدت من الصفر ، مثل Atom و Starling و Monzo في المملكة المتحدة. هناك أيضًا عدد قليل من البنوك الكبيرة التي تجد صعوبة في التغيير ، ولكنها تتكيف بأسرع ما يمكن مع تحولها الرقمي. وأخيرًا ، هناك بنوك صغيرة وبنوك تعاونية لا تزال تعمل على التعافي من الأزمة المالية قبل مواجهة التحدي المتمثل في تحول أعمالها الرقمية.

خاتمة

في الختام، مستقبل البنوك في الجزائر، كما في العديد من أجزاء أخرى من العالم، سيتأثر بشكل كبير بالقرارات التي تتخذها البنوك اليوم. أظهرت الأحداث الأخيرة في السنوات القليلة الماضية التكلفة التي يمكن أن يتعين عليهم تحملها بسبب القرارات الاستراتيجية السيئة أو اعتماد نماذج أعمال مماثلة في صناعة الخدمات المصرفية للتجزئة. الابتكار، عامل حاسم في هذا المشهد الذي يتطور بسرعة، لا يمكن التنبؤ به من حيث التوقيت أو النطاق أو العواقب. من المتوقع أن يتم تشكيل مستقبل الخدمات المالية بشكل قوي على يد التكنولوجيا الرقمية والمنافسين غير التقليديين.

الفرق الكبير بين تطور الإنترنت في التسعينيات والتحول الرقمي الحالي هو أن الترقيم قام بإعادة تشكيل الشكل العام للبنوك منذ ظهور الهواتف المحمولة في السوق، حيث أصبح البرمجيات والاتصال بالإنترنت أسس منصات وبيئات رقمية. هذه المنصات هي نوع من نموذج الأعمال للتوصيل والتشغيل يتيح للمشاركين المتعددين (المنتجين والمستهلكين) الاتصال والتفاعل وإنشاء وتبادل القيمة.

مع توفير هذه المنصات ميزات أكثر ودية للمستخدم، يتسارع تطورها في السوق، خاصة إذا كان بإمكانها تعزيز التفاعل والتخصيص المطلوب من السوق. هذا التحول يغير النموذج التقليدي للتفاعل وجهاً لوجه مع تأثير كبير على التوثيق، والمساعدة، والمحتوى المطلوب، والدور الجديد في خدمات الاستشارة. من ناحية أخرى، هناك نهج جديد تماماً للبيانات، نظراً للنموذج الجديد للتفاعل بين مقدمي الخدمات والمستهلكين. على سبيل المثال، الآيفون هو منصة أساسية لهذا النظام البيئي للتطبيقات. هناك كل الأسباب للتوقع أن الخدمات المالية ستتحول بنفس القدر إلى عالم رقمي متصل بشكل متزايد.

من المؤكد أنه مع تضمين التكنولوجيا الرقمية في منتجات وخدمات تزيد بشكل متزايد عن التكنولوجيا الرقمية المضمنة، أصبح من الصعب فصل العمليات التجارية عن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات الأساسية.

تمكن منصات الكترونية من الاختراق عابر الحدود في الصناعة، مما يشجع على أشكال جديدة من استراتيجيات الأعمال.

شركات التكنولوجيا المالية لديها أيضًا إمكانات هائلة لتحويل الوصول إلى الخدمات المالية، وتحسين أداء النظام المالي، وزيادة النمو الاقتصادي. ومع ذلك، حاليًا، فإنهم بعيدون عن تسبب "في اضطراب". هذا يرجع إلى أن منظمة مصرفية في مكان ما غالبًا ما تكون جزءًا من نظام تكنولوجيا المال. كما يجدر بالذكر أنه في عام 2016:

في الولايات المتحدة وأوروبا، تم تقديم نسبة صغيرة جدًا من محفظة البنوك للمستهلك الحالية بواسطة تكنولوجيا المال حتى الآن. ومع ذلك، من المرجح أن يزداد هذا. يشير جريج با كستر، الرئيس التنفيذي للاستراتيجية الرقمية في Citi، إلى أننا لم نصل حتى إلى "نهاية البداية" لدورة الاضطراب للمستهلك في غرب أوروبا والولايات المتحدة. يقدر فريق جريج أن نسبة حوالي 1% فقط من عائدات خدمات البنوك للمستهلك في أمريكا الشمالية قد انتقلت حاليًا إلى نماذج أعمال رقمية جديدة (سواء كانت من الجهات الجديدة أو الشركات القائمة)، ولكن سترتفع هذه النسبة إلى حوالي 10% بحلول عام 2020 و 17% بحلول عام 2023. نحن في مراحل مبكرة من دورة الاضطراب في خدمات البنوك للمستهلك في الولايات المتحدة وأوروبا، لذا هذا التقدير معرض لمخاطر متوقعة بشكل كبير. ومع ذلك، هناك ما زال سؤال مفتوح حول ما إذا كانت البنوك الحالية في الولايات المتحدة وأوروبا يمكن أن تتبنى الابتكار قبل أن يحصل منافسو التكنولوجيا المالية على حجم وتوزيع.

كل هذا يدفع البنوك إلى النظر في التحول من مواجهة منافسة جديدة إلى تطوير أشكال تعاون جديدة. هذا لأنه، بما أن مطوري التطبيقات الخارجيين يعتمدون على أجهزة الهواتف الذكية والمعالجات والواجهات، يحتاج مطورو التكنولوجيا المالية إلى البنوك في مكان ما للحصول على:

(أ) الوصول إلى الودائع الاستهلاكية أو البيانات ذات الصلة بالحساب.

(ب) الوصول إلى أنظمة الدفع.

(ج) تكوين الائتمان.

(د) إدارة الامتثال.

وبناءً على ذلك، فإن القضية الرئيسية للمشاركة في شبكة القيمة المحددة تكمن دينامياً في نقاط التحكم في السلاسل، حيث يوجد قيمة و/أو سلطة أعلى. البنوك أو الشركات التي تحتل هذه المواقع تمتلك درجة كبيرة من التحكم في كيفية عمل الشبكة وكيفية إعادة توزيع الفوائد.

أخيراً، نعتقد أن البنوك قد تحتاج إلى إعادة النظر في ممارساتها القياسية لتقديم مجموعة كاملة من منتجات البنك. لأن التكنولوجيا نفسها لن تكون سبباً في الاضطراب، ولكن كيفية تنفيذ الشركة للتكنولوجيا ستؤدي إلى الاضطراب.

5- المراجع:

- 1 Alessandri and Haldane (2009), 'Banking on the state', BIS Review, Vol.139, pp.1–20;
- Wehinger (2008), 'Lessons from the Financial Market Turmoil – Challenges ahead for the Financial Industry and Policy Makers', OECD Journal: Financial Market Trends, No. 95.
- 2 يشجع التشريع المقترح على زيادة انفتاح بنية نظام البنك ، ويلزم البنوك بجعل أنظمتها وبيانات معاملات الحساب قابلة للوصول إلى أنظمة الدفع بدون بطاقة ، وأنظمة الدفع من حساب إلى حساب (مثل PayPal) وخدمات تجميع الحسابات ، مثل تطبيقات إدارة التمويل الشخصي.
- 3 Varian, H. R. (2001). High-technology industries and market structure. University of California, Berkeley, 33.
- 4 CapGemini (2016), p.21
- 5 CapGemini (2016), p.18.
- 6 PwC (2016) Blurred lines: How FinTech is shaping Financial Services. Global Fintech Report, March, p.3.
- 7 <http://www.investopedia.com/terms/f/fintech.asp#ixzz4hExZAfkC>
- 8 Coeuré (2016) From challenges to opportunities: rebooting the European financial sector, Speech at SZ (Süddeutsche Zeitung) Finance Day 2016, Frankfurt am Main, March 2nd.
- 9 Gardener, Howcroft, Williams (1999), p.88.
- 10 Lautenschläger (2017).
- 11 Oliver Wyman (2015).
- 12 Broeders and Khanna (2015), p.2.
- 13 Mersch (2015).
- 14 Novantas (2017), pp.3.
- 15 Omarini (2015), p.61.
- 16 Omarini (2015), p.82 and p.107.