

سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴

صنعت بتابانک و نئوبانک

حامیان و همراهان تخصصی صنعت بتابانک و نئوبانک

 بانکینو
نئوبانک خاورمیانه

 bojet

 ویپاد
OOO

حامیان و همراهان سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴

 دایجیپای
mimi digipay

قدردانی از شورای راهبری و حامیان و همراهان گزارش

از اعضای شورای راهبری و مشارکت‌کنندگان این گزارش سپاسگزاریم که با به‌اشتراک‌گذاری تجربه، دانش و زمان خود، نقش مؤثری در پیشبرد این تحقیق ایفا کردند. همچنین از حامیان و همراهان تخصصی صنعت و همچنین سلسله گزارش‌ها سپاسگزاریم که با حمایت خود امکان انجام این تحقیق را فراهم کردند.

شورای راهبری و مشارکت‌کنندگان در تحقیق صنعت بتابانک و نئوبانک

محمد نژاد صداقت	امیرحسین داودیان	حمید نوری	محسن زادمهر
احمد ابراهیمی	لیلا پاکروان	عاطفه فتحی	جواد عزالدین
محمد شیخ‌سفلی	احسان عبدالمهی	پوریا یغمایی	ساسان احمدی

حامیان و همراهان تخصصی صنعت بتابانک و نئوبانک

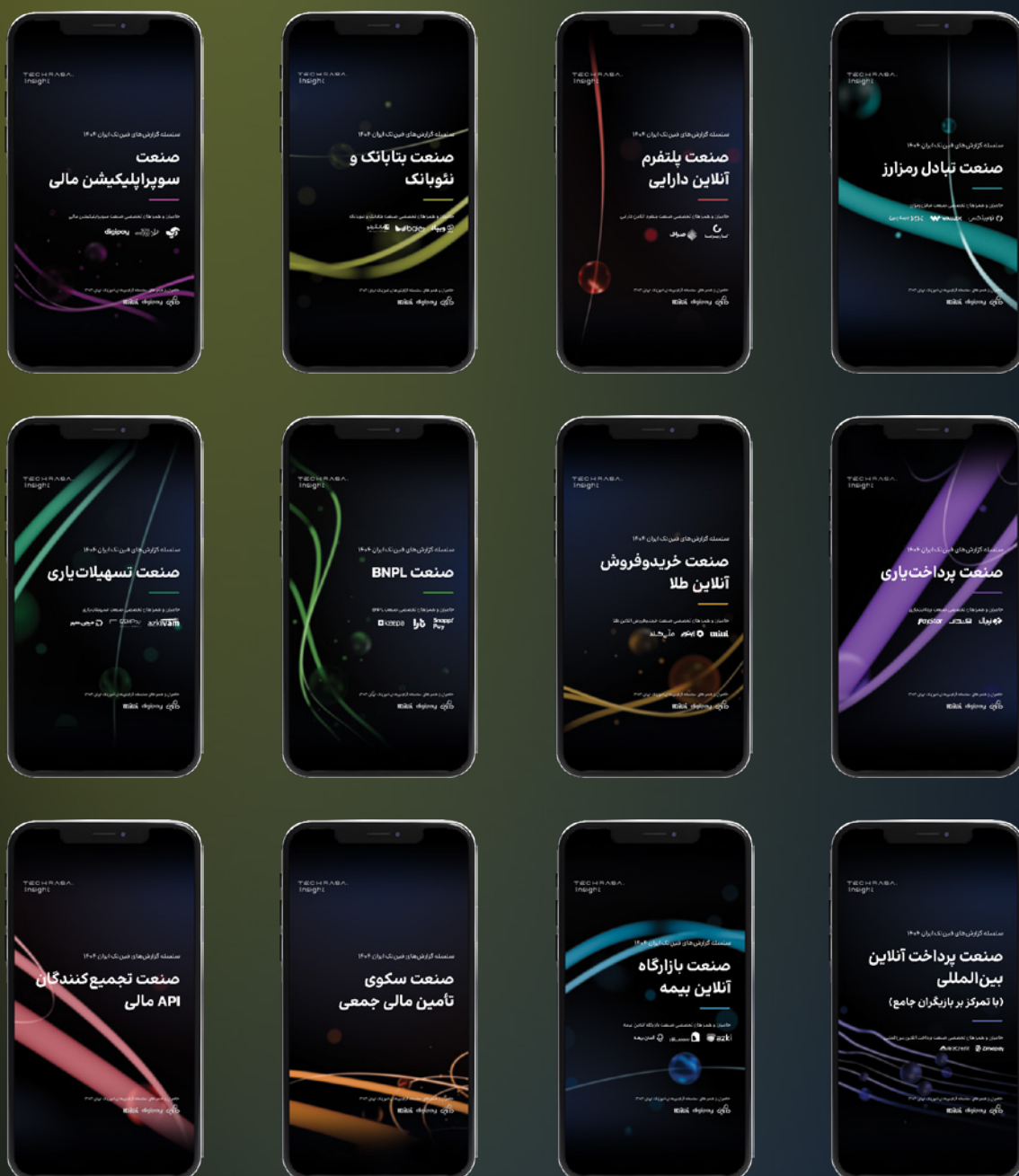


حامیان و همراهان سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴



مشاهده و دانلود سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴

مشاهده و دانلود سلسله گزارش‌های فین‌تک ایران ۱۴۰۴
TechRasalnsight.com



متدلوژی تهیه سلسله گزارش‌های فین تک ایران ۱۴۰۴

گام‌های اجرایی	اقدامات کلیدی و ابزارهای تحلیل	خروجی‌ها و کاربردها
چارچوب و دامنه	- پوشش ۱۲ صنعت کلیدی فین تک ایران - تمرکز بر ارائه‌دهندگان خدمات و فناوری‌های مالی - بازه داده ۱۴۰۳-۱۴۰۴ با افق تحلیل و سناریو ۱۴۰۸ - تدوین چارچوب اولیه هر گزارش (سوالات، شاخص‌ها، سرفصل‌ها)	این گام با مرزبندی صنایع، طبقه‌بندی بازیگران و تعریف شاخص‌ها و سرفصل‌ها، نقشه راه مشترک ۱۲ گزارش را تدوین می‌کند.
جمع‌آوری داده‌ها	- داده‌های ثانویه: رصد رسانه‌ای، آمار رسمی، گزارش‌های کسب و کارها و نهادهای حاکمیتی - داده‌های اولیه: مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۱۱۶ عضو شورای راهبری (مدیران عامل و ارشد، فعالان صنعت و تنظیم‌گران) - بنچمارک بین‌المللی: ادبیات صنعت، گزارش‌ها و الگوهای مدل‌های کسب و کار	ترکیب داده‌های ثانویه و مصاحبه‌های عمیق مدیریتی، ورودی تحلیل را تکمیل می‌کند و خلأهای کلیدی صنعت را برای مراحل بعد پوشش می‌دهد.
تحلیل، کمی‌سازی و سناریوسازی	- تحلیل تم‌محور (Thematic): استخراج پیشران‌ها، موانع، شاخص‌های کلیدی و ساختار رقابتی - کمی‌سازی و برآورد شاخص‌ها: امتیازدهی خبرگان (Modified Delphi) و تخمین‌های کمی با رویکردهای بالاب‌پایین و پایین‌به‌بالا - چارچوب‌ها و آینده‌پژوهی: پورتر، چرخه عمر صنعت، PESTEL، جایگاه رقابتی (کاتلر-کلر)، تدوین ۴ سناریو با ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت	این گام با استخراج عوامل کلیدی، کمی‌سازی نظر خبرگان و تدوین سناریوها، داده‌های خام را به شاخص‌های کمی‌شده و تصویری منسجم از وضعیت فعلی و آینده صنعت تبدیل می‌کند.
اعتبارسنجی و محدودیت‌ها	- اعتبارسنجی متقاطع (Cross-validation): مقایسه نظر خبرگان و تطبیق با داده‌های ثانویه - رفع ناسازگاری‌ها: پرسش تکمیلی و تعدیل یا حذف گزاره‌های کم‌اعتبار - معیار پذیرش یافته‌ها: اجماع و وجود شواهد کافی، پرهیز از تعمیم دیدگاه‌های فردی، استقلال تحلیل نسبت به منافع تجاری	با بازبینی خروجی‌ها در شورای راهبری، گزاره‌ها بر اساس اجماع اکثریت تثبیت می‌شود و گزاره‌های کم‌پشتوانه تعدیل یا حذف می‌گردد و سطح عدم قطعیت یافته‌ها شفاف‌سازی می‌شود.

۲۰ چهره جدید بانکداری؛ بتابانک‌ها و نئوبانک‌های ایرانی - ۱۴۰۴

بتابانک

زیرمجموعه بانک‌های کلاسیک تحت مجوز
بانکداری بانک مادر



باران



سپینو



ویپاد



بلو



امیدبانک



بانکینو



کیوبانک



باجت



فرازبانک



سیابانک



فرا رفاه



توبانک



اُبانک



متابانک

غیرفعال



بازیگران در این لنداسکیپ بر اساس مجموع تعداد نصب اپلیکیشن در کافه بازار و مایکت به ترتیب نزولی جای‌گذاری شده‌اند. بام، آبانک و های‌بانک به دلیل ادغام موبایل‌بانک و بتابانک در یک اپلیکیشن یکپارچه، در این لنداسکیپ به‌عنوان بتابانک شناسایی نشده و نمایش داده نشده‌اند.

۲۰ چهره جدید بانکداری؛ بتابانک‌ها و نئوبانک‌های ایرانی - ۱۴۰۴

نئوبانک

شرکت‌های فناوری محور تحت مجوز
بانکداری شریک تجاری



وی بانک



فردابانک



فوریبکس



جهش



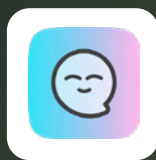
بانکت

نئوبانک کودک و نوجوان

نئوبانک‌های متمرکز بر جامعه هدف کودک و نوجوان



بانکیدو



کیوکیدز



زیپاد



بلو جونیور

غیرفعال



بازیگران در این لنداسکیپ بر اساس مجموع تعداد نصب اپلیکیشن در کافه بازار و مایکت به ترتیب نزولی جای‌گذاری شده‌اند.

سهامداران و شرکای تجاری بتابانک ها و نئوبانک ها - ۱۴۰۴

بتابانک

زیرمجموعه بانک های کلاسیک تحت مجوز
بانکداری بانک مادر



باران



سپینو



ویپاد



بلو



امیدبانک



بانکینو



کیوبانک



باجت



فرازبانک



سیبانک



فرا رفاه



توبانک



اُبانک



متابانک

غیرفعال



بازیگران در این لنداسکیپ بر اساس مجموع تعداد نصب اپلیکیشن در کافه بازار و مایکت به ترتیب نزولی جای گذاری شده اند. بام، آبانک و های بانک به دلیل ادغام موبایل بانک و بتابانک در یک اپلیکیشن یکپارچه، در این لنداسکیپ به عنوان بتابانک شناسایی نشده و نمایش داده نشده اند.

سهامداران و شرکای تجاری بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها – ۱۴۰۴

نئوبانک

شرکت‌های فناوری محور تحت مجوز
بانکداری شریک تجاری



فردابانک



فوربیکس



جهش



بانکت



وی بانک

نئوبانک کودک و نوجوان

نئوبانک‌های متمرکز بر جامعه هدف کودک و نوجوان



بانکیدو



کیوکیدز



زیپاد



بلو جونیور

غیرفعال



بازیگران در این لنداسکیپ بر اساس مجموع تعداد نصب اپلیکیشن در کافه بازار و مایکت به ترتیب نزولی جای‌گذاری شده‌اند.

نئوبانک؛ بانک بدون شعبه و فناوری محور با خدمات نوآورانه و متنوع

منظور از نئوبانک در ایران چیست؟ (Neobank)

نئوبانک (Neobank)، که گاهی با عناوین «بانک چالشگر» (Challenger Bank) یا «بانک فین تکی» (Fintech Bank) نیز شناخته می‌شود، شرکت‌های فناوری محور هستند که خدمات بانکی و مالی را در بستر دیجیتال -عمدتاً اپلیکیشن- و بدون شعبه فیزیکی ارائه می‌دهند.

📌 مشتری محور و خدمات ارزش افزوده، نقطه تمایز نئوبانک‌ها

برخلاف رویکرد محصول محور بانک‌های کلاسیک، نئوبانک‌ها با تأکید بر مشتری محور بودن توانستند سهولت دسترسی، سرعت و کارایی را ارتقا دهند. همچنین با ارائه خدمات متنوع و نوآورانه فراتر از بانکداری کلاسیک، مدل‌های درآمدی متنوعی مبتنی بر خدمات ارزش افزوده خلق کرده‌اند.

📌 هم‌افزایی دوسویه بانک‌ها با هلدینگ‌ها و فین تک‌ها در تولد نئوبانک

به دلیل محدودیت‌های اعمال شده بر فعالیت نئوبانک‌های مستقل، پیاده‌سازی مدل نئوبانک جهانی در ایران محدود مانده است. با این حال، هلدینگ‌ها و استارت‌آپ‌های فین تکی به تازگی با همکاری بانک‌ها در حال راه‌اندازی نئوبانک هستند.

بتابانک، نسخه بومی سازی شده ایرانی نئوبانک

بازتعریف نئوبانک ایرانی در قالب بتابانک

بر اساس ابلاغیه دستورالعمل نحوه فعالیت نئوبانک‌ها از سوی بانک مرکزی (آذر ۱۴۰۲)، فعالیت مستقل نئوبانک‌ها ممنوع و فعالیت آن‌ها منوط به شعب دیجیتال بانک‌های کلاسیک و با دریافت مجوزی خاص از بانک مرکزی شد. در این گزارش، نئوبانک‌های زیرمجموعه بانک‌های کلاسیک را «بتابانک» نامیده‌ایم.

تجربه کاربری متمایز

ادغام خدمات متنوع در یک پلتفرم با رابط و تجربه کاربری نوآور و کاربرپسند



هویت مستقل

فعالیت با نام، برند و اغلب ساختار سازمانی مجزا از بانک مادر



سایت و اپلیکیشن اختصاصی

ارائه خدمات در اپلیکیشن و سایت مستقل از بانک مادر



عدم ادغام با موبایل بانک

عدم ادغام موبایل بانک و بتابانک بانک مادر در یک اپلیکیشن واحد



ویژگی‌های
تعریف بتابانک
در ایران

شکل‌گیری بتابانک‌ها؛ نقطه عطف کنونی در تحول دیجیتال بانک‌های کلاسیک

الکترونیکی‌سازی خدمات بانکی

پیاده‌سازی اینترنت‌بانک و موبایل‌بانک برای دسترسی آنلاین به خدمات پایه بانکی



راه‌اندازی بانک‌های دیجیتال

راه‌اندازی بانک‌ها با شعب محدود یا بدون شعبه فیزیکی و ارائه خدمات کاملاً دیجیتال



راه‌اندازی بتابانک

راه‌اندازی بتابانک با هویت مستقل برای آزمایش و بازطراحی فرایندهای بانکی دیجیتال



عوامل مؤثر بر شکل‌گیری بتابانک‌ها توسط بانک‌ها در اواخر دهه ۱۳۹۰

- گسترش اینترنت پرسرعت و فراگیری گوشی‌های هوشمند
- توسعه بتابانک در کنار موبایل‌بانک در پاسخ به تقاضای خدمات غیرحضوری و کاهش هزینه عملیاتی شعب
- شیوع ویروس کرونا محرک رشد سریع بتابانک‌ها

تحول بانکداری کلاسیک با دیجیتال سازی و بازآفرینی فرایندها

امیرحسین داودیان

معاون مدیرعامل در امور بانکداری شخصی بانک تجارت



بازطراحی فرایندهای بانکداری دیجیتال توسط بتابانکها

بانکها مسیر دیجیتال سازی را در برخی موارد به صورت محدود از طریق موبایل بانک و اینترنت بانک و در برخی موارد تا معماری بانک کاملاً دیجیتال طی کرده اند. بتابانکها با ساختاری مستقل از بانکها در تلاش هستند فرایندها و سفر مشتری را در چارچوب خطوط قرمز نظارتی بازطراحی کنند.

“



لیلا پاکروان

مدیر توسعه محصول ویپاد



بازطراحی فرایند؛ نقطه تمایز بانکداری الکترونیک و دیجیتال

تفاوت بانکداری الکترونیک و دیجیتال در ماهیت فرایندهاست؛ بانکداری الکترونیک خدمات کلاسیک بانکی را آنلاین می کند، اما بانکداری دیجیتال با بازطراحی فرایندها، اتوماسیون و داده محوری تجربه ای مقیاس پذیر و مشتری محور خلق می کند و مدل متفاوتی از ارائه خدمات بانکی ایجاد می کند.

“

مقایسه چهار مدل بانکداری؛ بتابانک، نئوبانک، بانک دیجیتال و بانک کلاسیک

 بانک کلاسیک	 بانک دیجیتال	 نئوبانک	 بتابانک
شعب حضوری شبکه گسترده	شعب حضوری محدود	شعب حضوری ندارد	شعب حضوری ندارد
نوع مجوز • مجوز بانکداری از بانک مرکزی	نوع مجوز • مجوز بانکداری از بانک مرکزی	نوع مجوز • مجوز بانکداری از بانک مرکزی • تحت مجوز بانک شریک • مجوز غیربانکداری	نوع مجوز • تحت مجوز بانک مادر
ساختار مالکیتی • مستقل	ساختار مالکیتی • مستقل	ساختار مالکیتی • استارت‌آپ مستقل • فین‌تکی • گروه مالی	ساختار مالکیتی • زیرمجموعه بانک کلاسیک
گستره خدمات • خدمات بانکی با معماری الکترونیکی	گستره خدمات • خدمات بانکی با معماری دیجیتال	گستره خدمات • خدمات فین‌تکی نوآور و گسترده • خدمات بانکی	گستره خدمات • خدمات بانکی • خدمات فین‌تکی نوآور و محدود



بانک کلاسیک

مدل درآمدی اصلی

- بهره وام
- کارمزد تراکنش و خدمات

شیوه خدمت دهی

- حضوری (گسترده)
- آنلاین
- موبایل بانک و اینترنت بانک

سطح نوآوری

- محدود (در چارچوب های موجود)

نمونه



بانک پاسارگاد بانک ملت

۲۴+



بانک دیجیتال

مدل درآمدی اصلی

- بهره وام
- کارمزد تراکنش و خدمات

شیوه خدمت دهی

- آنلاین (سایت و اپلیکیشن)
- حضوری (محدود)

سطح نوآوری

- دسترسی دیجیتال (بهبود تجربه مشتری)

نمونه



بانک مهر ایران
بانک قرض الحسنه
بانک قرض الحسنه
مهر ایران
قرض الحسنه
رسالت



نئوبانک

مدل درآمدی اصلی

- کارمزد تراکنش و خدمات
- حق اشتراک
- بهره وام

شیوه خدمت دهی

- آنلاین (سایت و اپلیکیشن)

سطح نوآوری

- برهم زننده (تنوع خدمات و مدل درآمدی)

نمونه



بانکت جهش

۵+



بتابانک

مدل درآمدی اصلی

- بهره وام
- کارمزد تراکنش و خدمات (تحت حمایت یا قرارداد بانک مادر)

شیوه خدمت دهی

- آنلاین (سایت و اپلیکیشن)
- حضوری (گاهی زیرساخت بانک مادر)

سطح نوآوری

- محدود (در چارچوب بانک مادر)

نمونه



ویپاد بلو

۱۱+

کدام کسب‌وکارهای دیجیتال در مسیر تکامل به نئوبانک قرار دارند؟

نمونه	توضیحات	نوع کسب‌وکار
  مفید کاریزما	شکل‌گرفته توسط گروه‌های مالی و کارگزاری‌ها با هسته اولیه سرمایه‌گذاری و معامله‌گری کلاس دارایی‌های بازار سرمایه	پلتفرم گروه مالی*
  اوانو دیجی‌پی	سوپراپلیکیشن‌های متمرکز بر ارائه خدمات مالی و برخی خدمات بانکی و بیمه	سوپراپلیکیشن مالی*
   تپسی دیجی‌کالا اسنپ	شکل‌گرفته توسط هلدینگ‌ها و شرکت‌های بزرگ با امکان ارائه خدمات مالی و بانکی به‌عنوان خدمات مکمل به شبکه گسترده مشتریان نهایی	کسب‌وکار اکوسیستمی

فاصله کسب‌وکارهای دیجیتال تا نئوبانک واقعی

ارائه خدمات فین‌تکی و برخی خدمات پایه بانکی وجه مشترک این بازیگران است که برای تکمیل زنجیره ارزش هسته اصلی کسب‌وکارشان در بازار سرمایه، پرداخت، تجارت الکترونیکی و حمل‌ونقل عرضه می‌شود. با تکمیل قابلیت‌هایی مانند سپرده‌پذیری و اعطای وام می‌توانند در نقش نئوبانک ظاهر شوند.

* سوپراپلیکیشن‌های مالی در فصلی جداگانه با همین نام و پلتفرم‌های گروه مالی در فصل پلتفرم آنلاین دارایی به‌تفصیل مورد بحث قرار می‌گیرند.

بهره‌گیری بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها از مجوزهای بانکی و غیربانکی

نوع مجوز	نحوه دریافت مجوز فعالیت	توضیحات	نمونه جهانی	نمونه ایرانی
مجوز بانکداری	مستقیم از بانک مرکزی	مجوز اختصاصی با امکان ارائه تمامی خدمات بانکی	 	
	وابسته به بانک مادر	تحت پوشش و در چارچوب مجوز بانکداری بانک مادر	 	 
	وابسته به شریک بانکی	مجوز بانکداری بانک دیگر به عنوان شریک استراتژیک	 	 
مجوز غیربانکداری	مستقیم از بانک مرکزی	مجوز ارائه خدمات مالی تخصصی (وام، سرمایه‌گذاری و...) بدون سپرده‌پذیری	 	
	مستقیم از بانک مرکزی	مجوز جذب سپرده‌پذیری محدود و خدمات پرداخت بدون ارائه وام و اعتبار		
	مستقیم از بانک مرکزی	مجوز راهکار پرداخت مبتنی بر پول الکترونیکی بدون سپرده‌پذیری	 	
ترکیبی	مستقیم از بانک مرکزی یا وابسته به شریک بانکی	مجوزهای غیربانکی و بانکی مختلف متناسب با منطقه جغرافیایی	 	

نئوبانک ایرانی؛ ایده‌ای که شکل نگرفت



مجوز بانکداری؛ سد سپرده‌پذیری نئوبانک‌ها

نئوبانک‌ها معمولاً در جهان از طریق همکاری استراتژیک با بانک‌های کلاسیک یا دریافت مجوز اختصاصی به مجوز بانکداری دسترسی پیدا می‌کنند. اما در ایران تنها بتابانک‌های زیرمجموعه بانک‌های کلاسیک و تحت مجوز بانک مادر فعالیت دارند.

پوریا یغمایی

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل وی‌بانک



بتابانک‌ها: تکرار خدمات بانک مادر در یک چرخه محدود

با عدم صدور مجوز برای نئوبانک‌های مستقل، نئوبانک‌های ایرانی به شعب دیجیتال بانک‌ها (بتابانک) تبدیل شدند. در نتیجه، به‌جای تجمیع خدمات متنوع بانکی، مالی و بیمه، به ارائه‌کننده خدمات بانک مادر با همان ساختار تبدیل شدند که این چرخه اشتباه به‌دلیل موانع رگولاتوری ادامه دارد.

“

”

ظرفیت‌های پنهان کسب‌وکارهای دیجیتال برای ورود به بانکداری خرد

محسن زادمهر
مدیرعامل فوربیکس



فین‌تک‌های شرق آسیا: پیشگامان ساختار نئوبانکی

در آسیای شرقی، اپراتورهای تلفن همراه و کسب‌وکارهای تجارت الکترونیکی با راه‌اندازی سوپراپلیکیشن‌های مالی، خدمات مالی و بانکی را در مناطق روستایی و دورافتاده در دسترس قرار دادند. به همین دلیل، ساختار نئوبانک‌ها زودتر از اروپا و آمریکا در شرق آسیا پیاده‌سازی شد.



بانکداری نوآورانه از دل تجارت الکترونیکی

کسب‌وکارهای تجارت الکترونیکی با مخاطبان گسترده و تنوع خدمات بالا، ظرفیت بالایی برای صدور کارت بانکی اختصاصی دارند. این کسب‌وکارها با همکاری بانک‌ها می‌توانند سپرده‌کاربران را جذب و گردش مالی قابل توجهی در اکوسیستم خود ایجاد کنند.

ابرنتوبانک‌های جهانی؛ Nubank و Paytm فراتر از ۱۰۰ میلیون کاربر

نام بازیگر	کشور	سال تأسیس	تعداد کاربر ثبت‌نامی (۲۰۲۴)	نوع مجوز	کشورهای تحت پوشش
WeBank 	چین	۲۰۱۴	۴۲۰ میلیون	مجوز بانکداری از بانک مرکزی	۶ کشور
Paytm 	هند	۲۰۱۰	۳۳۰ میلیون	پرداخت‌بانک	هند
Nubank 	برزیل	۲۰۱۳	۱۱۴ میلیون	ترکیبی	برزیل، مکزیک، کلمبیا
Revolut 	انگلیس	۲۰۱۵	۵۲/۵ میلیون	ترکیبی	۳۵ کشور
Easypaisa 	پاکستان	۲۰۰۹	۵۰ میلیون	مجوز بانکداری از بانک مرکزی	پاکستان
KakaoBank 	کره جنوبی	۲۰۱۵	۲۵ میلیون	مجوز بانکداری از بانک مرکزی	کره جنوبی
Chime 	آمریکا	۲۰۱۲	۲۲ میلیون	مجوز بانکداری شریک بانکی	آمریکا
Papara 	ترکیه	۲۰۱۶	۲۱ میلیون	مؤسسه پول الکترونیک	ترکیه
N26 	آلمان	۲۰۱۳	۱۰ میلیون	مجوز بانکداری از بانک مرکزی	۲۴ کشور
BNC 	اندونزی	۲۰۲۰	۳۰ میلیون	مجوز بانکداری از بانک مرکزی	اندونزی
BigPay 	مالزی	۲۰۱۷	۱/۶ میلیون	مؤسسه پول الکترونیک	مالزی
Liv. 	امارات	۲۰۲۱	۵۰۰ هزار	مجوز بانکداری بانک مادر	امارات

بیش از ۱۰۰ همت رسوب مانده حساب بتابانک‌ها - ۱۴۰۳



۱۰۰ تا ۱۱۰
هزار میلیارد تومان
رسوب مانده حساب‌ها



۲۰ بازیگر
تعداد بتابانک‌ها و نئوبانک‌های
شناسایی‌شده



۲۰ تا ۲۲ میلیون نفر
تعداد کل کاربران یکتا
(از ابتدا تا پایان ۱۴۰۳)



۳۰ تا ۳۵ میلیون
تعداد کل افتتاح حساب‌ها
(از ابتدا تا پایان ۱۴۰۳)



۷٪
سهم ریالی از
تسهیلات خرد بانکی



۱۱۵ تا ۱۲۰
هزار میلیارد تومان
حجم تسهیلات اعطایی

تسهیلات تکلیفی و تأمین مالی از بانک مادر؛ دلیل سبقت حجم تسهیلات از مانده حساب



تسهیلات تکلیفی و اعتباری؛ روایت پنهان تناقض سپرده و حجم تسهیلات
اعطای تسهیلات تکلیفی (وام مسکن، وام ازدواج و وام فرزندآوری) با مبالغ بالا توسط بتابانک‌ها یکی از دلایل عدم تناسب میان رسوب مانده حساب و حجم تسهیلات است. همچنین، ارائه اعتبار خرید کالا ارتباط مستقیمی با رسوب مانده حساب ندارد.



مدل متفاوت بتابانک‌ها در تأمین منابع تسهیلاتی
نسبت تسهیلات به مانده حساب در صنعت بانکداری معمولاً بین ۰/۷ تا ۰/۹ است. این نسبت در بتابانک‌ها به بیش از ۱ رسیده که علت اصلی آن تأمین منابع از بانک مادر و نه از سپرده‌های جذب‌شده توسط خود بتابانک است.

محمد شیخ سفلی

مدیر ارشد بازاریابی بلو

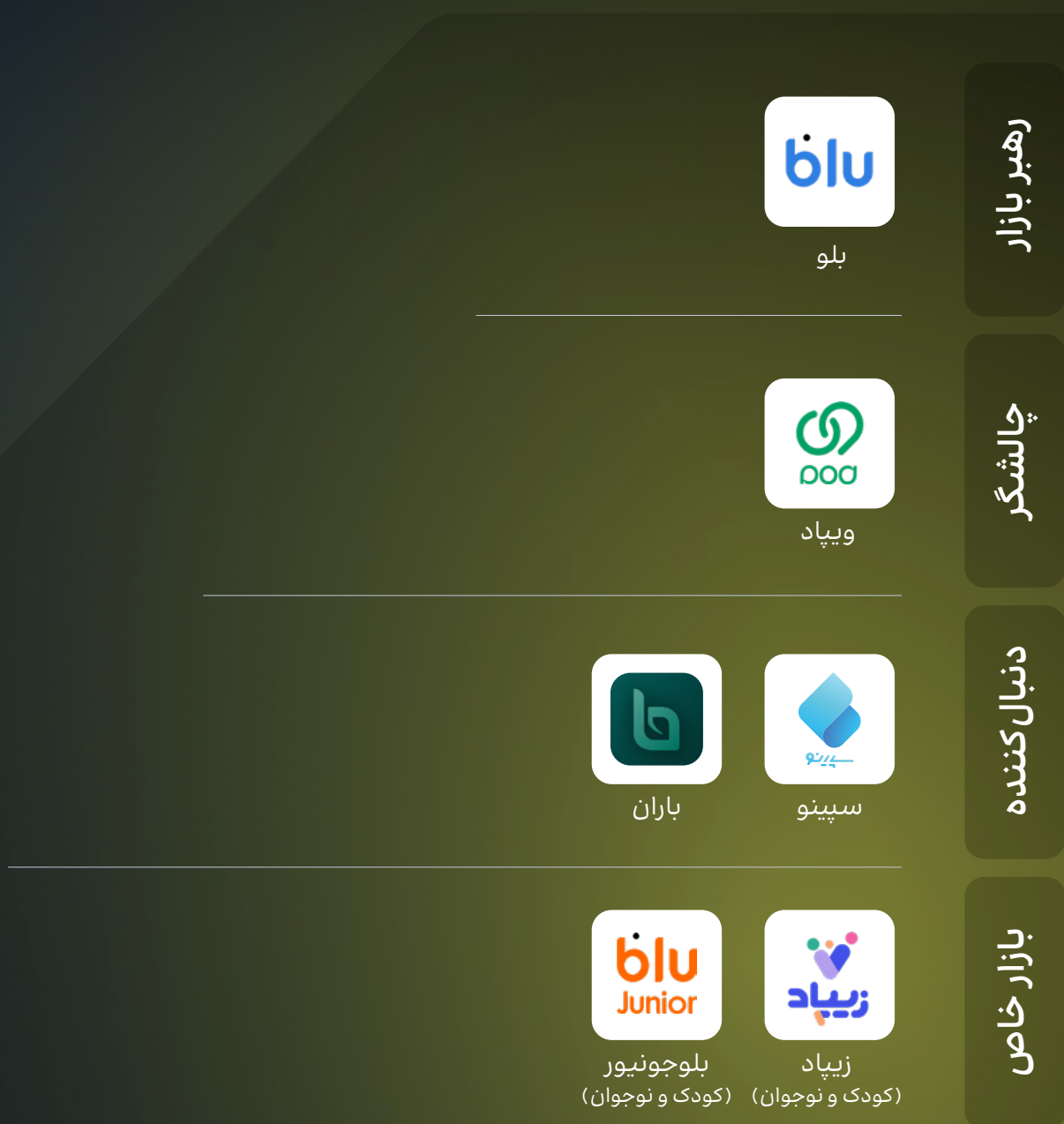


بتابانک‌ها؛ کانال دیجیتال اعطای تسهیلات خرد بانک مادر

بانک‌های کلاسیک با تمرکز بر مشتریان سازمانی و جذب سپرده‌های بلندمدت، بازیگران اصلی اعطای تسهیلات هستند. بهره‌وری ساختار دیجیتال و تمرکز بتابانک‌ها بر خدمات خرد آن‌ها را به یکی از کانال‌های اصلی اعطای تسهیلات خرد بانک‌ها تبدیل کرده است.

پیش‌تازی بلو در تعداد نصب اپلیکیشن اندرویدی - پایان شهریور ۱۴۰۴

📊 معیار تعیین سهم بازار بازیگران: مجموع تعداد نصب اپلیکیشن در کافه بازار و مایکت

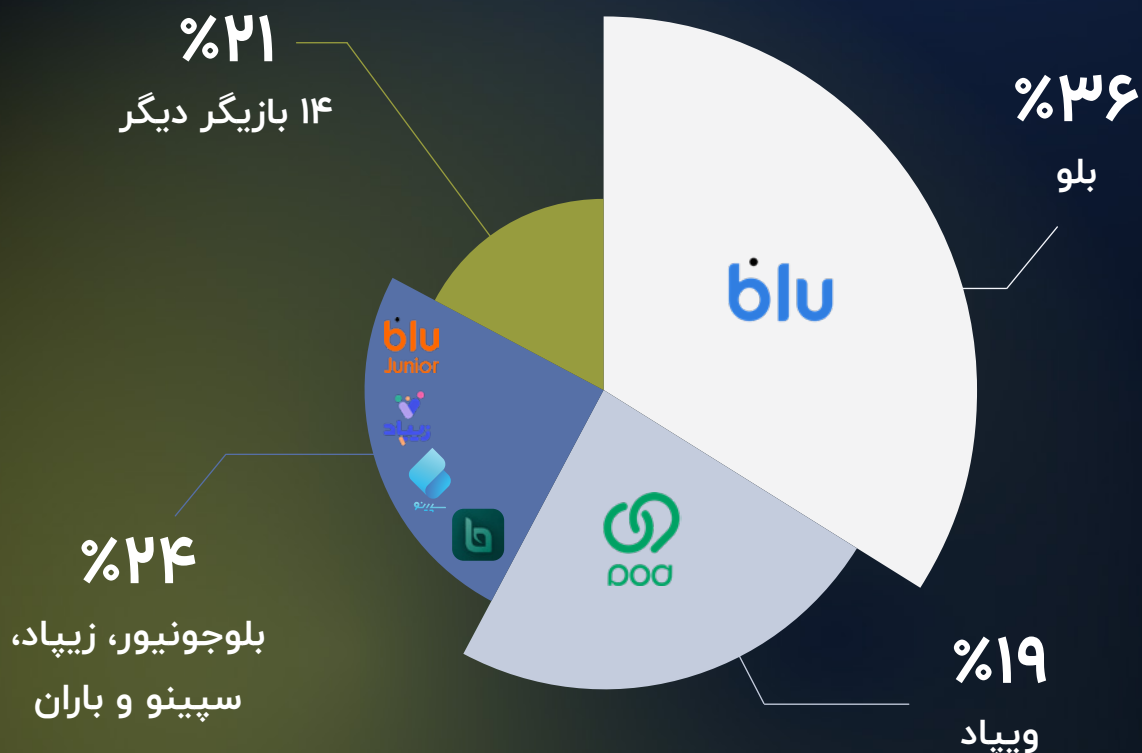


برآورد سهم بازار با اتکا به داده‌های تعداد نصب اپلیکیشن در کافه بازار و مایکت انجام شده است.

بر اساس متد کاتلر-کالر (Kotler-Keller)

۵۵٪ نصب اپلیکیشن بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها در اختیار بلو و ویپاد

توزیع تعداد نصب اپلیکیشن بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها در
کافه بازار و مایکت - پایان شهریور ۱۴۰۴



تعداد نصب اپلیکیشن؛ پنجره‌ای شفاف به سهم بازار نئوبانک‌ها

اپلیکیشن موبایل، اصلی‌ترین بستر ارائه خدمات بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها است. بنابراین،
تعداد نصب اپلیکیشن می‌تواند معیاری معنادار برای شناسایی بازیگران کلیدی و تعیین
سهم بازار آن‌ها باشد.

ویپاد؛ رهبری اعطای وام در بازار بتابانک و نئوبانک - ۱۴۰۳

📊 معیار تعیین سهم بازار بازیگران: حجم تسهیلات اعطایی



ویپاد

رهبر بازار



بلو



باجت

چالشگر

دنبال کننده

بازار خاص

برآورد سهم بازار بر اساس خوداظهاری خبرگان درباره سهم خود و سایر بازیگران انجام شده است. داده‌ها از طریق چندین دور اعتبارسنجی متقاطع، بررسی ناسازگاری‌ها و همگرایی نهایی دیدگاه‌ها پالایش شده‌اند.

بر اساس متد کاتلر-کلر (Kotler-Keller)

۱۳۹۸ آغازگر عصر بتابانک‌ها در فضای بانکداری ایران

شکل‌گیری اولین بتابانک‌ها



- آغاز فعالیت اولین بتابانک‌ها (بانکینو و بلو در ۱۳۹۸)

اواخر دهه

۱۳۹۰

پیشروی بتابانک‌ها در چارچوب‌های محدودکننده نوآوری و محصول



- اعطای تسهیلات غیرحضوری به صورت مستقیم یا همکاری با تسهیلات‌یاران
- همکاری با هلدینگ‌ها و شرکت‌های بزرگ تولیدی برای اعطای تسهیلات خرید کالا
- ارائه خدمات برگشت پول، مدیریت مالی شخصی و انتقال خودکار
- ارائه خدمات سرمایه‌گذاری در صندوق‌های درآمد ثابت و خرید و فروش آنلاین طلا

اوایل دهه

۱۴۰۰

توسعه بازار:

- شروع به کار اولین نئوبانک‌های کودک و نوجوان
- شروع به کار اولین نئوبانک کسب‌وکاری (فووربیکس)

تنظیم‌گری و مقررات:

- تصویب احراز هویت غیرحضوری توسط بانک مرکزی
- ممنوعیت فعالیت مستقل نئوبانک‌ها با ابلاغ دستورالعمل نحوه فعالیت نئوبانک‌ها توسط بانک مرکزی

سال

۱۴۰۴

کاربران حقیقی؛ اولویت اصلی بتابانک‌های ایرانی

کاربران حقیقی

نسل Z و Y

ترجیح دریافت خدمات کاملاً آنلاین و گریز از بوروکراسی سنتی، این دو نسل را به هدف اصلی بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها تبدیل کرده است.

کم‌برخورداران بانکی
(Underbanked)

ضعف دسترسی به خدمات بانکی یا رتبه اعتباری پایین، فرصتی برای بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها است تا فراگیری مالی را گسترش دهند.

کودکان و نوجوانان

سازگاری دیجیتال بالا و امکان نظارت والدین همراه با آموزش مالی، زمینه ایجاد رابطه طولانی‌مدت با این گروه را فراهم می‌کند.

ارائه خدمت به صورت
گسترده در ایران ☐

ارائه خدمت به صورت
محدود و جزئی در ایران ☐

عدم ارائه خدمت در ایران ☐

جواد عزالدین

مدیر ارشد محصول سابق آبانک



فراگیری مالی و جذب ناگزیر نسل دیجیتال

بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها در ابتدا با هدف تمرکز بر نسل Y و Z وارد بازار نشدند؛ بلکه فراگیری مالی هدف اصلی آن‌ها بود. آشنایی دیجیتال بالاتر و سهم جمعیتی قابل توجه این دو نسل، آن‌ها را به بخش عمده کاربران این پلتفرم‌ها تبدیل کرد.

خلأ بانکداری شرکتی برای کسب‌وکارهای کوچک و خرد؛ فرصت توسعه بازار نئوبانک‌ها

گردش حساب پایین و عدم تناسب خدمات بانک‌های کلاسیک موجب کم‌توجهی به این کسب‌وکارها شده است؛ نئوبانک‌ها با هزینه کمتر و سرعت بیشتر می‌توانند آن‌ها را به‌طور مؤثرتری جذب کنند.

کسب‌وکارهای کوچک
و متوسط (SMB)

کسب‌وکارها

نئوبانک‌ها با مزیت افتتاح حساب آنلاین سریع و ارائه خدمات ارزش‌افزوده، خلأ ناشی از پیچیدگی و هزینه بانکداری شرکتی کلاسیک را هدف گرفته‌اند و در پی جذب این کسب‌وکارها هستند.

کسب‌وکارهای خرد و
فریلنسرها (IBO)

ارائه خدمت به‌صورت
گسترده در ایران ☒

ارائه خدمت به‌صورت
محدود و جزئی در ایران ☐

عدم ارائه خدمت در ایران ☐

محسن زادمهر
مدیرعامل فوربیکس



نسل Z و نئوبانک‌ها؛ دروازه‌ای به بانکداری کسب‌وکارهای کوچک

خدمات نوآورانه، سریع و ساده نئوبانک‌ها موجب جذب نسل Z شد؛ نسلی که با فرایندهای پیچیده و زمان‌بر بانکداری سنتی سازگار نیست. با توجه به موبایل‌محور بودن و نقش این نسل در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک، فرصت جذابی برای ارائه خدمات بانکداری شرکتی به آن‌ها فراهم شده است.

“

از افتتاح حساب تا مدیریت ثروت، طیف گسترده خدمات بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها

خدمات بانکی پایه



افتتاح حساب
غیرحضوری*

مدیریت حساب
و کارت

شارژ حساب

کارت نقدی

کارت اعتباری

کارت هدیه

انتقال وجه
بانکی

تبدیل بانکی

ضمانت‌نامه
الکترونیکی

سفته الکترونیکی

خدمات چک

بانکداری ویدئویی

خدمات پرداخت



پرداخت خرد (قبض،
تاکسی، مترو و...)

پرداخت بدون
کارت (QR Code)

پرداخت مستقیم
(Direct Debit)

انتقال وجه
همتابه‌همتا (P2P)

پرداخت سریع

کیف پول دیجیتال

خدمات پرداخت آنلاین بین‌المللی



پرداخت هزینه کالا
و خدمت بین‌المللی

افتتاح و شارژ
حساب بین‌المللی

حواله ارزی

کارت بین‌المللی

عدم ارائه
خدمت در ایران



ارائه‌شده به صورت
محدود و جزئی در ایران



ارائه‌شده به صورت
گسترده در ایران



* حساب کودک و نوجوان، حساب وکالتی، حساب قرض‌الحسنه، سپرده سرمایه‌گذاری، حساب ارزی

ادامه در صفحه بعد



وام و اعتبار

اعتبارسنجی آنلاین

اعتبار پس از خرید

BNPL

تسهیلات حقیقی
و سازمانی

مدیریت ثروت

مدیریت مالی
شخصی

صندوق
سرمایه‌گذاری

پس‌انداز خودکار
(SNBL)

سپرده سرمایه‌گذاری

ربات مشاوره مالی

سرمایه‌گذاری در
رمزارز

سرمایه‌گذاری در
سهام بورس

خرید و فروش
آنلاین طلا

سایر خدمات

بازگشت وجه
(Cashback)

امضای دیجیتال

بیمه

باشگاه مشتریان

آموزش مالی

مشاوره مالیاتی

B2C

وام و اعتبار

مدیریت جریان
نقدی

راهکار پرداخت

حساب تجاری

تأمین مالی

مدیریت حقوق و
مزایای کارکنان

صدور صورتحساب
و فاکتور

خدمات ارزی

B2B

ارائه‌شده به صورت
گسترده در ایران ☐

ارائه‌شده به صورت
محدود و جزئی در ایران ☐

عدم ارائه
خدمت در ایران ☐

سبد خدمات بتابانک‌های ایرانی؛ خدمات پایه و تسهیلات در اوج، خلأ در مدیریت ثروت

مقایسه بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها بر اساس تنوع محصولات (B2C) – پایان شهریور ۱۴۰۴

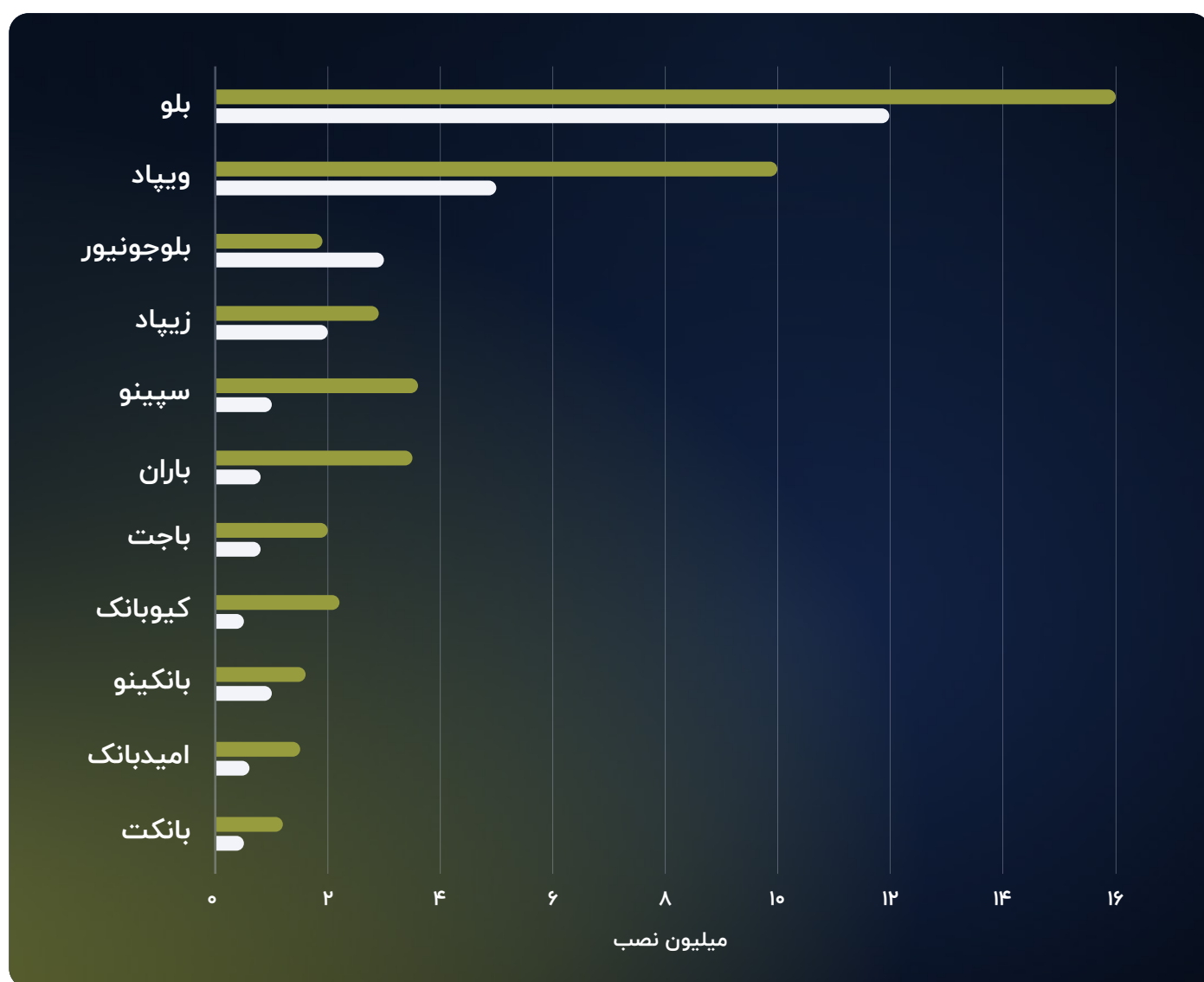
نام بازیگر	خدمات بانکی پایه	خدمات پرداخت	وام و اعتبار	مدیریت ثروت	خدمات بین‌المللی	تنوع کلی خدمات
بلو 						
ویپاد 						
سپینو 						
باران 						
باجت 						
کیوبانک 						
بانکینو 						
امیدبانک 						
بانکت 						
راهنما	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	

این جدول تنها بتابانک‌ها با حداقل ۱ میلیون نصب در یکی از فروشگاه‌های اپلیکیشن اندرویدی را شامل می‌شود.

صدرنشینی بلو و ویپاد در تعداد نصب اپلیکیشن اندرویدی

نمودار زیر صرفاً تعداد نصب اپلیکیشن را نشان می‌دهد و نشان‌دهنده تعداد کاربر ثبت‌نامی یا فعال نیست.

مقایسه بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها بر اساس تعداد نصب اپلیکیشن در فروشگاه‌های اندرویدی - پایان شهریور ۱۴۰۴



مایکت



کافه بازار



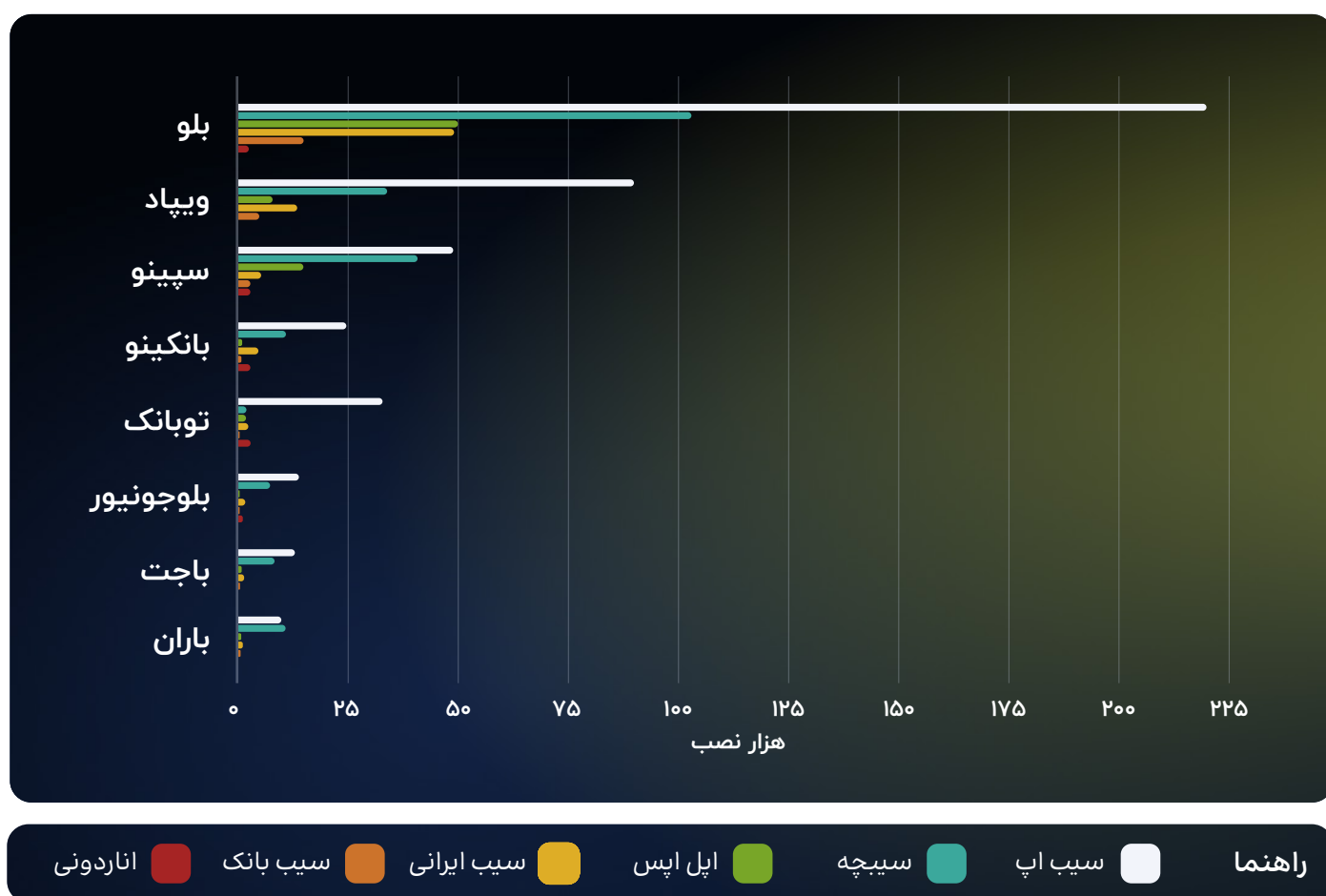
راهنما

این نمودار تنها بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها با حداقل ۱ میلیون نصب در یکی از فروشگاه‌های اپلیکیشن اندرویدی را شامل می‌شود.

کوچ انبوه آیفونی‌ها به PWA، افت تعداد نصب در فروشگاه‌های اپلیکیشن

نمودار زیر صرفاً تعداد نصب اپلیکیشن را نشان می‌دهد و نشان‌دهنده تعداد کاربر ثبت‌نامی یا فعال نیست.

مقایسه بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها بر اساس تعداد نصب اپلیکیشن در فروشگاه‌های iOS - پایان شهریور ۱۴۰۴



نقش پنهان PWA در محاسبه تعداد نصب iOS

عدم دسترسی کاربران آیفون به اپ‌استور باعث مهاجرت به نسخه PWA شده است که آمار عمومی معتبری از آن وجود ندارد. در نمودار بالا آمار PWA لحاظ نشده و ممکن است جایگاه دقیق بازیگران را نشان ندهد.

این نمودار تنها بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها با حداقل ۱۰ هزار نصب در یکی از فروشگاه‌های اپلیکیشن iOS را شامل می‌شود.

وقتی نصب میلیونی با رضایت بالا تقارن می‌یابد، بلو و ویپاد

مقایسه بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها بر اساس تعداد کاربر و میزان رضایت کاربران - پایان شهریور ۱۴۰۴



این نمودار تنها بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها با حداقل ۱ میلیون نصب در یکی از فروشگاه‌های اپلیکیشن اندرویدی را شامل می‌شود.
* محور افقی صرفاً مجموع تعداد نصب اپلیکیشن را نمایش می‌دهد و نشان‌دهنده تعداد کاربر ثبت‌نامی یا فعال نیست.

نبرد شدید بتابانک‌ها در جذب کاربر؛ تسهیلات جذاب به عنوان سلاح رقابت

بررسی شدت رقابت در بازار بتابانک و نئوبانک - ۱۴۰۳



بر اساس متد پنج نیروی پورتر (Porter's Five Forces)

تحلیل تفصیلی ساختار رقابت بازار بتابانک و نئوبانک

محدودیت‌های بانک مرکزی ورود بازیگران غیربانکی را دشوار کرده؛ گرچه بانک‌های کلاسیک مانع جدی نمی‌بینند. هزینه بالای جذب کاربر و حضور ۲ بازیگر بزرگ تهدید ورود را تضعیف می‌کند.

تهدید ورود
بازیگر جدید
کم

تهدید زیاد بانک‌های دیجیتال، سوپراپلیکیشن‌های مالی، سوپراپلیکیشن‌های تجارت الکترونیکی در صورت صدور کارت، و تهدید کم بانک‌های کلاسیک (موبایل‌بانک) تهدید راهکارهای جایگزین را زیاد کرده است.

تهدید
راهکارهای
جایگزین
زیاد

وابستگی بتابانک‌ها به مجوز بانکداری و منابع مالی، قدرت چانه‌زنی بانک مادر را خیلی زیاد کرده است؛ گروه‌های مالی در حوزه خدمات مدیریت ثروت، قدرت چانه‌زنی متوسطی دارند.

قدرت چانه‌زنی
تأمین‌کنندگان
خیلی زیاد

کاهش چسبندگی مشتریان به سبب فقدان تمایز خدمات، وجود گزینه‌های متعدد و افتتاح حساب سریع و آسان، قدرت چانه‌زنی مشتریان را در سطح زیادی نگه داشته است.

قدرت چانه‌زنی
مشتریان
زیاد

بازیگران برای جذب کاربران به‌ویژه از طریق پیشنهادات جذاب اعطای تسهیلات و اجرای کمپین‌های پرهزینه، شدت رقابت بازار را به مراتب افزایش داده‌اند.

شدت رقابت
بین بازیگران
زیاد

نفوذ بیش از ۵۰٪ در بانکداری خرد، بانکداری شرکتی گام بعدی توسعه بازار

بررسی عوامل اثرگذار بر چرخه عمر صنعت بتابانک و نئوبانک - ۱۴۰۳



جذب کاربر بالا، سپرده‌پذیری پایین؛ چالش اصلی رشد بتابانک‌ها

با وجود جذب ۲۰ تا ۲۳ میلیون کاربر یکتا، میانگین رسوب مانده حساب کمتر از ۵ میلیون تومان به‌ازای هر کاربر در مجموع بتابانک‌ها، نشان‌دهنده پایین بودن سطح استفاده و سپرده‌پذیری است که فاصله قابل توجهی با بانک‌های کلاسیک دارد.

چسبندگی پایین، آگاهی بالا اما اعتماد ناکافی؛ مانع رشد و فراگیری بتابانک‌ها

محمد شیخ سفلی

مدیر ارشد بازاریابی بلو



چالش امروز بتابانک‌ها: چسبندگی پایین، رقابت شدید

شباهت خدمات و سادگی فرایند افتتاح حساب، باعث کاهش چسبندگی و جابه‌جایی سریع کاربران بین بتابانک‌ها شده است. فضای رقابتی برای جذب کاربران از طریق ارائه پیشنهادهای جذاب تسهیلاتی، حفظ آن‌ها را بیش‌ازپیش دشوار کرده است.

جواد عزالدین

مدیر ارشد محصول سابق آبانک



آگاهی بالا، اعتماد نه‌چندان؛ چالش فراگیری بتابانک‌ها

جامعه هدف بتابانک‌ها با مزایا و کاربردهای این خدمات آشنایی خوبی دارد. با این حال، گروهی از کاربران بالقوه به خدمات حضوری تمایل بیشتری دارند، زیرا اعتماد و اطمینان آن‌ها به این شیوه بیشتر است.

فاز گذار از رشد کاربران به رشد درآمدزایی؛ افق پیش روی بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها

بررسی چرخه عمر صنعت بتابانک و نئوبانک - ۱۴۰۳

صنعت بتابانک و نئوبانک
(از نظر درآمدزایی)



صنعت بتابانک و نئوبانک
(از نظر تعداد کاربران حقیقی)



دوره جنینی



دوره رشد



دوره بلوغ



دوره افول

آستانه بلوغ بتابانک‌ها؛ ۲۰ میلیون کاربر و فتح نیمی از بازار خرد

بتابانک‌ها با جذب بیش از ۲۰ میلیون کاربر منحصربه‌فرد، بیش از ۵۰٪ بازار بالقوه بانکداری خرد را بالفعل کرده‌اند. این میزان رشد، نشان‌دهنده نزدیک‌شدن به مرحله بلوغ از نظر تعداد کاربران حقیقی جذب شده است.

گذار از جذب به سوی رشد درآمدزایی

با توجه به رسوب پایین مانده حساب در بتابانک‌ها و سپرده‌گذاری عمده مردم در بانک‌های کلاسیک، پتانسیل درآمدزایی بتابانک‌ها فعال نشده است. انتظار می‌رود بتابانک‌ها با جذب منابع مالی بیشتر در آینده وارد دوره رشد درآمدی شوند.

شکاف میان رشد و عمق بازار، گلوگاه رشد بتابانک‌ها

احمد ابراهیمی

قائم‌مقام مدیرعامل بلو



رشد کمی بازیگران و کاربران، ضعف در عمق بازار

با وجود حدود ۲۰ بازیگر، بازار از نظر تعداد عرضه‌کننده اشباع شده است؛ اما از منظر جذب و عمق استفاده کاربر هنوز در میانه مسیر قرار دارد. در حوزه‌های سرمایه‌گذاری، پرداخت بین‌المللی و بانکداری شرکتی، ظرفیت دست‌نخورده با پتانسیل بالای عمق درآمدی و مقیاس‌پذیری وجود دارد.

“



احسان عبدالمهی

معاون فنی بانک



نئوبانک‌ها جایگزین ساختارهای جزیره‌ای مالی

کاربران خدمات مالی مرزبندی‌های نهادی میان بانک، بازار سرمایه و پرداخت را در تجربه خود نمی‌پذیرند و به دنبال خدمات ساده و یکپارچه‌اند. نئوبانک‌ها با شکستن این گسست‌های تجربه‌ای، می‌توانند پاسخ عملی به این انتظار روبه‌افزایش باشند.

“

وام خرد، مدیریت ثروت و بانکداری شرکتی؛ مسیر تحول بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها



معماری نوین بانکداری با محوریت پلتفرم‌ها و تخصص‌گرایی عمودی

عاطفه فتحی

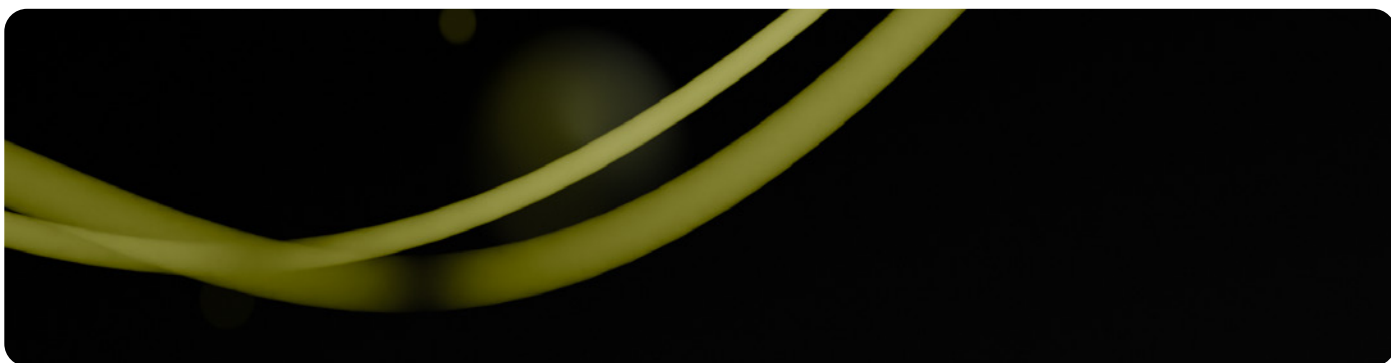
معاون توسعه کسب‌وکار سیموتک



یکپارچه‌سازی خدمات؛ نقطه آغاز معماری جدید بانکداری

افزایش تعداد پلتفرم‌ها و ابزارهای مالی، تقاضا برای تجمیع خدمات و نیاز کاربران به تجربه یکپارچه را تقویت می‌کند. در این ساختار، بانک‌ها نقش ارائه‌دهنده زیرساخت بانکداری را می‌پذیرند و پلتفرم‌های کاربرمحور مانند اسنپ، دیجی‌کالا، آپ و... نقش ارائه‌دهنده خدمت و مالک تجربه مشتری را می‌گیرند.

“



حمید نوری

مدیر ارشد بانکداری دیجیتال بانک خاورمیانه



تمرکز عمودی؛ مسیر پایدار خلق ارزش برای کسب‌وکارها

ارائه خدمات به کسب‌وکارها توسط بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها از دو مسیر ممکن است: ارائه خدمات پایه به طیف گسترده‌ای از کسب‌وکارها یا توسعه پلتفرم تخصصی برای یک بازار خاص. مسیر ایجاد پلتفرم تخصصی با توجه به پیچیدگی عملیاتی و تفاوت نیازها در صنایع مختلف، ارزش افزوده، چسبندگی و مزیت رقابتی بیشتری ایجاد می‌کند.

“

محدودیت‌های تنظیم‌گری؛ گلوگاه توسعه بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها

عوامل محدودکننده بازار بتابانک و نئوبانک - ۱۴۰۴

نام عامل	میزان اثرگذاری	میزان عدم قطعیت
چارچوب قانونی محدودکننده فعالیت نئوبانک‌ها 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
ضعف سیستم اعتبارسنجی 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
نرخ سود سپرده و بهره دستوری 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
کمبود نیروی انسانی متخصص 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم
لختی و ریسک‌گریزی بانک‌ها 	خیلی زیاد خیلی کم	خیلی زیاد خیلی کم

ساسان احمدی

هم‌بنیانگذار و مدیر عملیات TouristPay



تنظیم‌گری، عامل تمایز تعاریف نئوبانک

برخلاف اروپا که نئوبانک‌ها در چارچوب نظارتی شفاف و مجوزهای رسمی فعالیت می‌کنند، در ترکیه نئوبانک به‌عنوان یک ماهیت حقوقی به رسمیت شناخته نشده؛ با این حال، برخی بازیگران فین‌تکی از طریق مجوزهای موجود، خدماتی هم‌سطح نئوبانک‌ها ارائه می‌دهند.



بتابانک‌ها زیر سایه بانک‌ها؛ تداوم محدودیت‌ها و چالش درآمدی

محمد نژاد صداقت

مدیرعامل داتین



از بانک به بتابانک؛ ساختاری نو در سایه محدودیت‌های نظام بانکی

با توجه به الزام فعالیت بتابانک‌ها ذیل بانک‌های دارای مجوز، تمامی عوامل مؤثر بر بانک‌های کلاسیک نیز بر بتابانک‌ها اثر می‌گذارد. عواملی مانند نرخ‌های دستوری، محدودیت در مدیریت دارایی و نبود ابزارهای نظارتی کارآمد در نظام پولی و بانکی، همان‌طور که بر بانک‌ها اثرگذار بوده‌اند، بتابانک‌ها هم تحت‌تأثیر قرار خواهند داد.

نرخ سود سپرده و بهره دستوری



نرخ سود پایین و دستوری، مردم را به بازارهای موازی (دلار، طلا، رمزارز) سوق داده و موجب کاهش سپرده‌گذاری شده است. کاهش منابع مالی در دسترس و نرخ بهره دستوری پایین، مدل درآمدی بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها را با چالش روبه‌رو کرده است.

چارچوب قانونی محدودکننده فعالیت نئوبانک‌ها



چارچوب‌های محدودکننده، فعالیت نئوبانک‌های مستقل را ممنوع و بتابانک‌ها را زیر چتر بانک‌های کلاسیک نگه می‌دارد. این محدودیت‌ها استفاده از سامانه‌های بانکداری متمرکز اختصاصی، سپرده‌پذیری و توسعه خدمات نوآورانه را مسدود کرده‌اند.

رشد تقاضای تسهیلات و گرایش آنلاین؛ نیروی محرکه بتابانک‌ها و نئوبانک‌ها

عوامل پیشران بازار بتابانک و نئوبانک – ۱۴۰۴



تقاضای روبه‌رشد دریافت تسهیلات



تغییر سبک زندگی مالی از خرید نقدی به خرید اعتباری و تورم بالا تمایل به سپرده‌گذاری را کاهش داده و تقاضای وام را افزایش داده است. سهولت دریافت وام و اعتبار در بتابانک‌ها در مقایسه با راهکارهای جایگزین، عامل مهمی در رشد و افزایش تعداد کاربران بوده است.

توانمندسازی بیش از ۵ میلیون روستایی در راستای فراگیری مالی

عدالت مالی

- ارائه خدمات بانکی بر پایه استانداردهای شفاف و ضابطه‌محور
- فراهم‌سازی شرایط برابر برای بهره‌مندی اقشار کم‌درآمد و افراد با اعتبار بانکی پایین



فراگیری مالی

- افزایش دسترسی به خدمات بانکی و مالی در مناطق دورافتاده
- توانمندسازی بیش از ۵ میلیون روستایی و کم‌برخوردار با تسهیل دسترسی به خدمات بانکی
- اعطای بیش از ۱۷۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات خرد از ۱۴۰۰
- افزایش سواد مالی و بهبود الگوی هزینه‌کرد و سرمایه‌گذاری خانوار



ارتقای بهره‌وری بانک‌ها

- کاهش هزینه‌های عملیاتی شبکه شعب حضوری
- جذب منابع ارزان‌قیمت
- کاهش ریسک و نرخ نکول با تحلیل رفتار کاربران و توسعه مدل‌های اعتبارسنجی دقیق‌تر



فراگیری و عدالت مالی؛ دستاورد ضابطه محوری و دسترسی دیجیتال

محمد نژاد صداقت

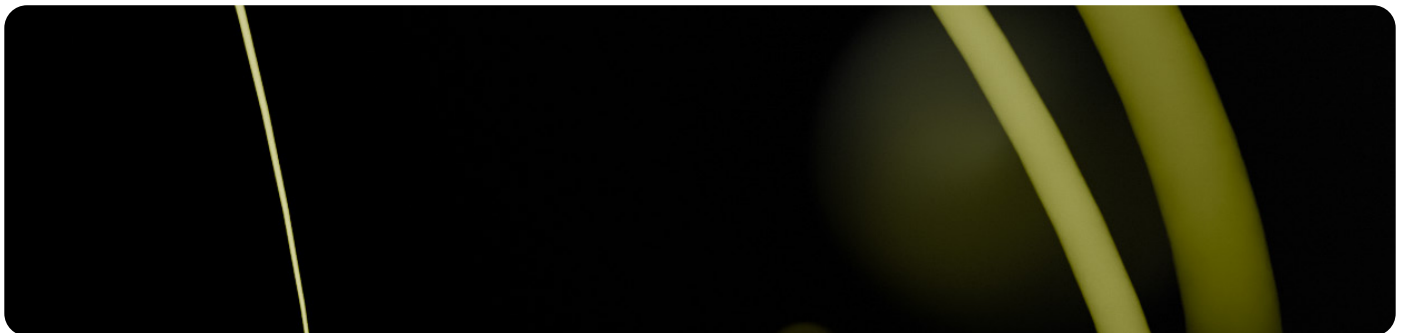
مدیرعامل داتین



توسعه خدمات و تسهیل دسترسی؛ آینده بتابانکها در فراگیری مالی

یکی از اثرات مثبت بتابانکها در سالهای گذشته، ایجاد و تسهیل دسترسی افراد کمبرخوردار با اعتبار پایین بانکی به خدمات مالی بوده است. انتظار می‌رود با توسعه خدماتی مانند تسهیلات هدفمند، بیمه و مدیریت ثروت نقش بتابانکها در توسعه فراگیری مالی پررنگ‌تر شود.

“



عاطفه فتحی

معاون توسعه کسب و کار سیموتک



عدالت مالی با تکیه بر ضابطه محوری، فرایندهای استاندارد و اعتبارسنجی

یکی از دستاوردهای کلیدی بتابانکها، ارتقای عدالت مالی از طریق تأکید بر ضوابط در ارائه خدمات بوده است. این موضوع با استانداردسازی فرایندها، اعتبارسنجی دقیق و تحلیل داده‌های رفتاری کاربران محقق شده و نقش تأثیر نظر و سلیقه افراد را به حداقل رسانده است.

“

آینده نئوبانک‌ها در نحوه ورود بازیگران غیربانکی و مالکیت کاربران



بازتعریف بانکداری خرد با ورود بازیگران غیربانکی

ورود بازیگران غیربانکی به بانکداری خرد اجتناب‌ناپذیر است. این تحول از دو طریق محقق خواهد شد:

- تسهیل رگولاتوری از طریق اعطای مجوز نئوبانک و ارائه زیرساخت توسط بانک‌ها ظرف ۳ تا ۵ سال آینده
- در صورت تداوم محدودیت‌ها، شکل‌گیری مدل‌های شبه‌بانکی با کمی تأخیر در هر دو مسیر، ورود بازیگران جدید قطعی بوده و زمین بازی بانکداری خرد تغییر خواهد کرد.



مالکیت کاربر، خط تمایز بانک و نئوبانک

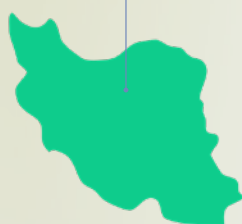
مسئله کلیدی، مالکیت کاربر است. اگر بازیگر غیربانکی بتواند با تغییر هسته بانکداری کاربران را جابه‌جا کند، مالک کاربر خواهد بود؛ در غیر این صورت، مالکیت با بانک بوده و نقش بازیگر غیربانکی به کانال جذب و توزیع محدود می‌شود.

حامیان و همراهان تخصصی

صنعت بتابانک و نئوبانک

پوشش جغرافیایی

۲۵+ هزار شهر و روستا



اعتماد و رضایت کاربران

امتیاز کاربران در کافه بازار (۱۴۰۳)



۳۸۶+ هزار

تعداد رأی کاربران در کافه بازار (۱۴۰۳)

عملکرد اعطای تسهیلات (۱۴۰۳ به ۱۴۰۲)

۳,۳ برابر

رشد تعداد
تسهیلات اعطایی



۴,۳۳ برابر

رشد مبلغ
تسهیلات اعطایی

تنوع محصولات تسهیلاتی

تسهیلات پیمان

- ۷۵ تا ۴۰۰ میلیون
- بازپرداخت ۱۸ ماه
- بدون ضامن یا با ارائه چک دیجیتال
- مبتنی بر کارکرد حساب

تسهیلات برآیند

- ۱۰ تا ۵۰ میلیون
- بازپرداخت ۱۲ ماه
- بدون ضامن و وثیقه
- مبتنی بر کارکرد حساب

تسهیلات پشتوانه

- ۴۰ میلیون تومان
- بازپرداخت ۱ تا ۱۲ ماه
- بدون ضامن و وثیقه
- پلکانی و مبتنی بر رفتار بازپرداخت

مقیاس اعطای وام و اعتبار



۴۰۰

هزار

تعداد کل وام و اعتبار اعطایی -
از ابتدای ۱۴۰۲ تا پایان آبان ۱۴۰۴



۶۰+

هزار میلیارد تومان

حجم کل وام و اعتبار اعطایی -
از ابتدای ۱۴۰۲ تا پایان آبان ۱۴۰۴

شمول مالی و پوشش جغرافیایی

۱۱۴۸

شهرهای تحت پوشش



%۱۵

وامهای اعطایی کالانو به افراد
فاقد رتبه اعتباری

پایگاه کاربران

۴+ میلیون

تعداد کل کاربران ثبتنامی - تا پایان آبان ۱۴۰۴



%۱۰۰

رشد تعداد کاربران ثبتنامی - ۸ ماهه اول
۱۴۰۴ به بازه مشابه ۱۴۰۳

۱۰+ هزار فروشگاه همکار (آنلاین و آفلاین) - تا پایان آبان ۱۴۰۴

رشد و عملکرد



%۱۰۷

رشد حجم تراکنش‌ها
(۱۴۰۲ به ۱۴۰۳)



%۵۸

رشد تعداد تراکنش‌ها
(۱۴۰۲ به ۱۴۰۳)



%۸۰

رشد حجم تسهیلات
اعطایی (۱۴۰۲ به ۱۴۰۳)



%۶۰

رشد تعداد کاربر
(۱۴۰۲ به ۱۴۰۳)

توزیع جغرافیایی کاربران



شورای راهبری، مشارکت کنندگان و تیم تهیه گزارش

صنعت بتابانک و نئوبانک

شورای راهبری و مشارکت‌کنندگان در تحقیق صنعت بتابانک و نئوبانک



محسن زادمهر

مدیرعامل فوربیکس



حمید نوری

مدیر ارشد بانکداری
دیجیتال بانک خاورمیانه



امیرحسین داودیان

معاون مدیرعامل در امور
بانکداری شخصی بانک تجارت



محمد نژادصدقت

مدیرعامل داتین



جواد عزالدین

مدیر ارشد محصول
سابق آبانک



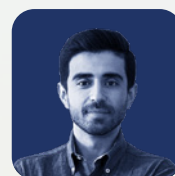
عاطفه فتحی

معاون توسعه کسب و کار
سیموتک



لیلا پاکروان

مدیر توسعه محصول
ویپاد



احمد ابراهیمی

قائم مقام مدیرعامل
بلو



ساسان احمدی

هم‌بنیانگذار و مدیر عملیات
TouristPay



پوریا یغمایی

هم‌بنیان‌گذار و مدیرعامل
وی بانک



احسان عبدالحی

معاون فنی بانکت



محمد شیخ سفلی

مدیر ارشد بازاریابی

تیم تهیه گزارش صنعت بتابانک و نئوبانک



حسین آزادپور

طراح محتوای بصری



آیسان عقیلی

مدیر طراحی سلسله
گزارش‌های فین‌تک ایران



رضا بهلولی

مدیر پروژه سلسله گزارش‌های
فین‌تک ایران و گزارش صنعت
بتابانک و نئوبانک



محمدرضا ازلی صفت

مؤسس تکراسا اینسایت

TECHRASA. Insight

