

# فین تک و بازاریابی دیجیتال در لیزینگ

Journal of Equipment Lease Financing • SPRING 2018 • Vol. 36/No. 2

ترجمه و تلخیص: محمد غیائی فرد - کارشناس تحقیق و توسعه

## مقدمه و تعریف

فین تک (FinTech) ترکیبی از دو واژه Financial «امور مالی» و Technology «فناوری» است در واقع صنعت فناوری مالی یا فین تک، به گروهی از شرکت ها گفته می شود که با استفاده از فناوری های مدرن، نوآوری را به حوزه خدمات مالی می آورند. برخی از فین تک ها مستقیماً با بانک ها رقابت می کنند و برخی دیگر با آن ها همکاری کرده و خدمات و کالا در اختیار بانک ها قرار می دهند. در واقع دنیای خدمات مالی توسط ایده های نوآورانه، ایجاد امکان ارائه محصول و افزایش رقابت از طریق فین تک ها در حال توسعه می باشد.

فناوری، پایه های کسب و کار های سنتی از جمله خدمات مالی را تکان می دهد. با ظهور فین تک ها نوعی جدیدی از رقابت در فناوری های مالی ایجاد شده است. پدید آمدن فین تک ها تحت تاثیر روندی جهانی برای رسیدن به توسعه اقتصادی در حال رشد می باشد.

توسعه دهندگان فین تک در حال گسترش وام های آنلاین، جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده های جایگزین سیستم سنتی، تحلیل اعتبار، سپرده های دیجیتال، پرداخت موبایل، مدیریت سرمایه، روبات های مشاور و دیگر حوزه های صنعت خدمات مالی هستند. همچنین تکنولوژی هایی پدیدار شده مانند تکنولوژی رایانش شناختی<sup>1</sup> که با استفاده از علوم شناختی و علوم رایانه رفتار و تفکرات انسان را در یک مدل کامپیوتری شبیه سازی می کند، یادگیری ماشین به عنوان یکی از شاخه های هوش مصنوعی دنبال کشف الگوریتم هایی است که رایانه ها توانایی تعلم و یادگیری را پیدا کنند. هوش مصنوعی باعث می شود سیستم رفتاری مشابه رفتار هوشمند انسان قدرت درک و استدلال داشته باشد، این تکنولوژی های نامبرده پتانسیل تغییر صنعت خدمات مالی را دارند که حتی می توان از فین تک ها بعنوان متصدی برای موسسات مالی استفاده نمود.

## فاکتور های تکامل فین تک

تحولات تکنولوژی در مقیاس وسیعی در بسیاری از صنایع از جمله صنعت خدمات مالی در حال وقوع است. پیشرفت های اخیر در تکنولوژی رمز نگاری آنلاین مثل امنیت سایبری، امضای الکترونیک، تراکنش های الکترونیک، پرداخت های الکترونیکی یا همراه، فین تک را توانمند کرده تا ریسک های مالی و عملیاتی را بصورت خودکار مدیریت نماید.

از عوامل موفقیت در تکامل فین تک ها توانایی آن ها در جمع آوری و پردازش داده ها از منابع مبتنی بر نت، اطلاعات شبکه های اجتماعی و آژانس های رتبه بندی اعتباری است. فین تک ها همچنین از الگوریتم های پیچیده برای تصمیمات اعتباری سریع نسبت به شرکت های امتیاز دهی سنتی متکی به تعهد نامه های دستی؛ استفاده می کنند.

در ادامه برخی از مهم ترین عوامل و گرایش ها را که به تکامل موفقیت آمیز فین تک و نفوذ آن به صنعت خدمات مالی کمک کرده است را بیان میکنیم:

### محیط اقتصادی مطلوب

با توجه به امکان شناخت صحیح نیاز بازار، کار تیمی، تأمین و جذب سرمایه کافی، انطباق با قواعد رگلاتوری و همچنین اثرگذاری و فراگیری بودن؛ فین تک محیط اقتصادی مناسبی جهت بهبود شرایط اقتصادی مخصوصاً در شرایط بحران ایجاد میکند.

<sup>1</sup>cognitive computing

## تغییر جمعیت‌شناسی و رفتار مشتریان با نفوذ پرشتاب اینترنت

تأثیر اینترنت در نسل جدید و چگونگی تغییر رفتار مشتریان در عصر حاضر نشان‌دهنده نیاز فضای مالی و بانکداری به ورود تکنولوژی‌های نوین می‌باشد. به وضوح میتوان این نیاز را از روند تغییرات بوجود آمده حس کرد؛ ارائه خدمات بانکداری اینترنتی از طریق وب‌سایت، ایجاد فضای امن برای پرداخت‌کنندگان با تغییر سیاست‌ها و قوانین بانکی، عرضه ارزهای دیجیتال، ارائه خدمات مالی بر روی گوشی‌های هوشمند که حتی دیگر میتوان گفت امروزه تعداد کاربران خدمات بانکداری از طریق موبایل از تعداد افراد مراجعه‌کننده به شعب بانکی بیشتر شده است.

کلان داده، تکنولوژی ابری (رایانش ابری)، خودکار سازی (اتوماسیون)

این عوامل به صرفه‌جویی در هزینه‌ها، سهولت استفاده، اعتبارسنجی مناسب و تصمیم‌گیری سریع‌تر در خصوص منابع مالی کمک می‌کند. امکان بهره‌جستن از شبکه‌های اجتماعی، تجزیه و تحلیل‌های پیشرفته، آنالیز داده‌های کلان، تکنولوژی ابری، ارتباط از طریق تلفن همراه و اپلیکیشن‌ها، مدل‌های متنوع تأمین مالی بازارها، امضا الکترونیک، سند الکترونیک و الگوریتم‌های اعتبارسنجی بکمک فین‌تک‌ها فراهم شده است.

تأمین‌کنندگان مالی اغلب از الگوریتم‌های مناسبی جهت امضا قرارداد‌های اعتباری و تصمیم‌گیری‌های خود استفاده می‌کنند که اطلاعات آن برخلاف بانک‌های سنتی از منابعی همچون اطلاعات شبکه‌های اجتماعی بدست آمده است. برخی از این تأمین‌کنندگان مالی بکمک فین‌تک توانسته‌اند با توسعه سیستم پلت‌فرم‌های آنلاین خود از داده‌های کلان در الگوریتم‌ها اختصاصی خودشان و در راستای ارزیابی ریسک اعتباری مشتریان خود استفاده می‌کنند.

### اکوسیستم فین‌تک

ارائه خدمات پولی و مالی آنلاین در دهه اخیر به سرعت تکامل یافته است و مسیر خود ادامه می‌دهد. در حال حاضر فین‌تک‌ها با ارائه خدمات مالی مبتنی بر اطلاعات و تجربیات مشتریان در بستر تکنولوژی روز؛ بیشتر بر روی پرداخت‌ها تمرکز کرده‌اند در حالی که اکوسیستم‌های دیجیتال بازارها بدلیل تمرکز بیشتر بر روی تراکنش‌های مالی داخل خود بازارها در فضا‌های غیرپرداختی نیاز به پلت‌فرم‌هایی برای مشتریان خود در این فضا دارند از اینرو این شرکت‌ها فرآیند اعطای تسهیلات را با فراهم کردن دسترسی به منابع داده‌ای جدید و جمع‌آوری داده‌های مربوط بصورت آنلاین تسهیل می‌کنند.

### تنوع حوزه‌های فعالیتی

ارائه خدمات بصورت پشتیبان و ارائه راه‌حل‌های مناسب جهت بهبود فرم‌های تعاملی کسب‌وکار با کسب‌وکار (B2B)، کسب‌وکار با فرد (B2C)، مشتری با مشتری (C2C)، فعالیت گسترده در حوزه بیمه و بانکداری، ارائه خدمات مشاوره‌ای و میانجی‌گر همچون سیستم‌های مدیریت مالی شخص (PFM) و قرض‌دهی نفر به نفر<sup>۳</sup> و همچنین تمرکز ویژه بر بخشی از مشتریان در حوزه‌هایی مانند بانکداری خرد، اختصاصی، شرکتی و بیمه‌های عمر و ارائه محصول کلیدی و نوآورانه برای تأمین مالی (SME) ها

### پرداخت‌ها / پلت‌فرم‌های تجارت الکترونیکی

ارائه پلت‌فرم‌های تجارت الکترونیک در خصوص اعطای تسهیلات آنلاین با هدف تأمین مالی مشتریان کسب و کارهای کوچک و متوسط

### ارائه دهندگان داده

پلت‌فرم‌های اعطای تسهیلات با جایگزینی منابع داده‌ای جدیدی که توسط بانک‌های سنتی استفاده نمی‌شوند و همچنین اعمال الگوریتم‌های موجود در فین‌تک تصمیمات اعتباری سریع‌تری می‌گیرند. با توجه به اینکه در بسیاری از موارد داده‌های اطلاعاتی مشتریان جهت ارائه

خدمات مالی ناکافی بوده، نوع جدیدی از ارائه دهندگان داده بوجود آمده که با سرمایه گذاری و سازماندهی پلت فرم های ویژه، داده ها را جمع آوری، تدوین و استانداردسازی می کنند تا تصمیم گیری بر مبنای آنها براحتی صورت بگیرد.

### ریسک های فین تک

در واقع حوزه اعطای تسهیلات آنلاین به سرعت در حال تکامل و رشد هستند و پیش بینی وضعیت آتی آن کامل دشوار است. همانند هر بازار جدید و آزمایش نشده مسائلی مانند فقدان تجربیات عملکردی در چرخه اقتصادی، ثبات مالی، ریسک های عملیاتی و توانایی مطابقت قوانین و مقررات جدید وجود دارد. در ادامه به چند شکل از ریسک های موجود را توصیف می کنیم:

#### ریسک عملیاتی

مفاهیم ریسک اعتباری بالقوه باید در نظر گرفته شود: خطرات خرابی پلت فرم ها، ورشکستگی ناشی از ضرر و زیان مالی یا احتمال شکست عملیاتی.

#### قوانین و مقررات

هرچند هدف قوانین و مقررات موجود اطمینان از نظارت مناسب با توجه به در نظر گرفتن نوآوری های مالی است ولی عدم قطعیت در مورد مقررات آینده یا عدم رعایت برخی از آنها به دلایل سیاسی ممکن است به تحولات بازار صدمه بزند.

#### ریسک امنیت سایبری

ریسک جرایم مجازی همیشه برای خدمات مالی بسیار بالا است و حملات سایبری موضوع را پیچیده تر از همیشه می کند. اگر چه فین تک راندمان و مزایای واقعی افراد و کسب و کار های کوچک را بخوبی نشان می دهد، اما بالا بودن حساسیت اطلاعات تبادلات مالی برای طرفین به دلیل ارزش افزوده بالا توجه به آسیب پذیری های امنیتی و خطرات امنیت سایبری برای مشتریان خدمات مالی دیجیتال را بیشتر نمایان میکند. تقلب، امنیت سایبری، عملیات پولشویی سه مبحث مهمی است که نیاز به آمادگی بازار برای جلوگیری از چنین اقدامات مطابق با آیین نامه ها را دارد.

### جایگاه فین تک در لیزینگ و اجاره تجهیزات

در سال ۲۰۱۵، از مجموع ۱،۵ تریلیون دلار سرمایه گذاری های عمومی و خصوصی در زمینه تجهیزات و نرم افزار مجموعاً ۶۸ درصد یعنی حدود ۱،۰۲ تریلیون دلار از طریق منابع مالی تامین شده است. طبق تخمین های بدست آمده براساس داده از تحلیل اقتصادی شرکت HIS Markit و دفتر وزارت بازرگانی ایالات متحده حدود ۶۸ درصد تجهیزات که در سال ۲۰۱۵ تامین مالی شده اند، ۳۹ درصد بصورت اجاره و لیزینگ، ۱۶ درصد وام های بانکی با ارائه وثیقه و ۱۳ درصد نیز از خطوط و کارت های اعتباری استفاده شده است. براساس برآورد های مربوط از ELFA (انجمن تامین مالی و لیزینگ تجهیزات ایالات متحده) مربوط به بازار تامین مالی تجهیزات در سال ۲۰۱۶-۲۰۱۷، مجموع سرمایه گذاری ها در بخش تجهیزات و نرم افزارها رشد ۱،۸ تریلیون دلاری در سال ۲۰۲۰ دارد و انتظار می رود که حدود ۱،۲ تریلیون دلار آنها از طریق تامین مالی تهیه شوند. با توجه به نسبت کم تامین مالی بانک ها، شرکت ها تابع و مستقل از جمله شرکت های لیزینگ فرصت های تازه ای برای ورود و نفوذ به بازار فین تک جهت تسخیر سهم بازار تجهیزات را برای خود دارند. وجود بازار های ثانویه بسیار وسیع جهت اجاره تجهیزات کار کرده نیز از دیگر فرصت های ورود فین تک ها با توجه به نرخ بالای استفاده از لیزینگ در این حوزه می باشد.

### تکنولوژی های مورد استفاده در لیزینگ

دیگر تکنولوژی های مربوطه به بازار تجهیزات نوین / خرید / تامین مالی را باید در آنالیز آنلاین و نوین فین تک در بازار اعطای تسهیلات برای تجهیزات در نظر گرفت. امروزه شرکت های جدید در حال توسعه و پیاده سازی تکنولوژی نوآورانه در فرآیندهای کسب و کار جدید خود هستند تا عملیات فرآیندها بهتر و تجربه موفقیت آمیز مشتری را بالا ببرند.

شرکت های جدید تامین کننده مالی خرید و اجاره تجهیزات در راستای استفاده از تکنولوژی های نو در حال دیجیتالی شدن در تمام زمینه ها از جمله جنبه های مختلف تدارکات شامل حمل و نقل و مکانیابی انبارهای خود هستند . برخی از فین تک ها پلت فرم هایی ایجاد می کنند تا خریدار را بدون واسطه به فروشنده و شرکت های تامین مالی متصل کند و علاوه بر آن سازماندهی سیستم، اعتبارسنجی مشتریان، قیمت گذاری، تصمیم گیری ، مستندسازی و غیره را تسهیل نماید. برخی دیگر از این شرکت ها صرفاً بر روی تکنولوژی خرید آنلاین، تامین مالی و مستندات الکترونیک تمرکز می کنند تا تجربه مشتری را با سرعت بخشیدن به روند خرید و تامین مالی آنها بهبود بخشند .

تحول فین تک هم چنین تاثیر به سزایی در پردازش کسب و کار دارد ارائه خدماتی مانند تحویل و ذخیره اسناد ، دیجیتالی کردن فرآیندها ، تسریع فرآیند پرداخت و تصمیم گیری های اعتباری موجب بهبود بهره وری عملیات در شرکت ها تامین مالی تجهیزات می شود .

شرکت های دارای فن آوری یا فین تک به طور جدی برای ورود به بازار لیزینگ تجهیزات برنامه دارند و با هدف قراردادن تمامی حوزه های مختلف این بخش تلاش میکنند تا از تکنولوژی در تمامی مراحل خرید ، تامین مالی، شناسایی و حتی ایجاد بازار تجهیزات استفاده کنند . از این رو ، مناطقی وجود دارد که فین تک می تواند در آن ها نفوذ کنند و مناطقی هم وجود دارد که برای نفوذ فین تک هنوز مناسب و آماده بهره برداری نیست .

### بازاریابی دیجیتال به کمک تکنولوژی در صنعت لیزینگ

استفاده از تکنولوژی و فناوری های روز در راستای دیجیتالی کردن بازاریابی صنعت لیزینگ با سرعت بالایی در حال ارائه روش های ارتباطی بهتر برای جذب مشتریان است. در حال حاضر مهمترین کلید واژه های بازاریابی دیجیتال که باید بیشتر در این حوزه مورد توجه قرار گیرند، عبارتند از:

- ❖ داده های بزرگ: صنعت لیزینگ بعنوان یک صنعت بسیار رقابتی با انتظارات بسیار زیاد مشتریان خود در خصوص ارائه متنوع خدمات، به عنوان یک چالش کلیدی روبرو می باشد. در واقع مشتریان اگر احساس کنند از خدمات ارائه شده راضی نیستند، گزینه های دیگری را مد نظر قرار خواهند داد. از اینرو با توجه به اطلاعات زیادی که مشتریان بواسطه خواسته هایشان تولید می کنند، داده های بزرگی برای شرکت های لیزینگ ایجاد می شود. شرکت های لیزینگ می توانند از این داده ها برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان خود، مانند ارائه یک بسته پیشنهادی مناسب برای خرید یا اجاره تجهیزات مد نظرشان استفاده کنند. آنها همچنین می توانند از این داده ها جهت برنامه ریزی مناسب تر فرآیند های خود بهره ببرند.
- ❖ هوش مصنوعی و یادگیری ماشین: یک شرکت لیزینگ شاید نیازی به دانش عمیق تکنولوژی نداشته باشد، اما درک تکنولوژی های آینده قطعاً او را در صنعت لیزینگ پیشتاز خواهد نمود . یادگیری ماشین، امکانی است که تکنولوژی هوش مصنوعی به کسب و کارهای مالی می دهد و قصد دارد تا همه چیز را در بازاریابی، نحوه عملیات، خدمات و قیمت تمام شده تغییر دهد. تمامی شرکت های لیزینگ نیازمند یک پلت فرم آنلاین و یکپارچه بوده که دائماً در حال کسب اطلاعات، پردازش و تجزیه و تحلیل داده های مشتریان و تبدیل آن به استراتژی عملی و پیش بینی شده بر اساس رفتار مشتریان جهت تعامل بهتر با آنها می باشند.
- ❖ هدف گذاری محتوایی: ورود تکنولوژی نوع و نحوه تمرکز در بازاریابی های جدید را متفاوت کرده است در واقع دیگر با هدف گذاری متنی بر ویژگی های شخصی کاربران و محتواهایی که با آن درگیر می شوند، تمرکز میشود. مثلاً شرکت های لیزینگ می دانند که هرکسی که قصد خرید خودرو و یا سایر تجهیزات دارد به سایت های ارائه دهنده خدمات مالی جهت دریافت وام یا خرید اقساطی کالا سرکشی می کند؛ بنابراین تبلیغات در وبسایت های مرتبط بسیار برای آنها مفید خواهد بود.
- ❖ نسل Z (نسل اینترنت): بازاریابی امروز باید بر روی نسلی که بیشترین استفاده را از رسانه های دیجیتال میبرند تمرکز داشته باشد. در چنین شرایطی شرکت های لیزینگ نیاز دارند استراتژی های بازاریابی خود را بکمک تکنولوژی های پیچیده تر دنیای ارتباطات با نیازهای نسل Z و آن دسته از نسل Y (نسل گوگل) که در سنین میانسالی قرار دارند، تطبیق دهند.

❖ بازاریابی محتوا: استراتژی بازاریابی محتوایی بعنوان یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های سال ۲۰۱۸ در واقع با تکیه بر تولید، انتشار و توزیع محتوای ارزشمند، مرتبط و سازگار با خواسته‌های مشتریان مانند اخبار تحلیلی، ویدئو، کتاب الکترونیکی، اینفوگرافی، مطالعه موردی، راهنما و دستورالعمل‌ها، سوالات و پاسخ، مقالات و تصاویر و... در صدد حفظ مشتریان قبلی و به‌دست آوردن مشتریان جدید است. مشتریان آینده‌نگر صنعت لیزینگ همواره سوالات زیادی در مورد نحوه و شرایط خرید اقساطی یا اجاره احتمالی دارند، اما آنها همیشه نمی‌توانند به پیام‌های مستقیم بازاریابی سنتی و تبلیغات چاپ شده پاسخ و اعتماد کنند. مثلاً وقتی که یک شرکت لیزینگ محتوایی را ارائه می‌دهد که در آنها به امتیازات ویژه برای مشتریان خوش حساب یا ارائه خدمات با نرخ سود کمتر اشاره کرده، باید واقعا آنها را ارائه دهد. تولید مرتب محتوای با کیفیت موجب بالا رفتن رتبه وبسایت شرکت و کاهش هزینه‌های غیرقابل پیش‌بینی بازاریابی و تبلیغات خواهد شد.

### نتیجه‌گیری

در صنعت لیزینگ شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات خرید و اجاره تجهیزات، دیجیتالی شدن را به‌عنوان پایه‌ای برای کسب‌وکار خود می‌دانند و فین‌تک‌ها هم اکنون آنها را در دیجیتالی شدن خدماتشان کمک می‌کنند. سیستم‌های مالی سنتی در این شرکت‌ها، اغلب به‌صورت فیزیکی و با حضور اشخاص خدمت‌دهنده و خدمت‌پذیر انجام می‌پذیرد که باعث ایجاد محدودیت و مشکلات فراوانی در خصوص تأمین نیازهای مشتریان و سودآوری مالی می‌گردد. در حالی که شرکت‌هایی که از فین‌تک بهره‌میرند فرآیندهای مالی خود را با سهولت، سرعت‌بالا، قابلیت شخصی‌سازی، نرخ و کارمزد پایین‌تر و دسترسی به خدمات متنوع‌تر ارائه می‌دهند و همه این مزایا از طریق تلفن همراه هوشمند، داده‌های بزرگ و رایانش ابری و تغییر در روش‌های بازاریابی گذشته و بهره‌بردن از بازاریابی دیجیتال قابل‌دستیابی است.