

امیدواری بانکها به دستاوردهای فناوری مالی

اگر بخواهیم خاطرات گذشته را در عرصه فناوری مرور کنیم بهتر است به زمان فارغ التحصیلی خود از دانشگاه برگردیم؛ زمانی که تولد بسیاری از ما با اولین تیزرهای تبلیغاتی جنگ ستارگان از رسانه مصادف شده بود. در دوره ی بعد که بیشتر از ۹ سال نداشتیم شرکت اپل انقلابی در عرصه ی گوشیهای هوشمند ایجاد کرده بود. در آن زمان دو سوم مردم تمایل داشتند به جای تماس تلفنی، با ارسال پیام با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. زمانی که میخواستیم به شبکههای اجتماعی همچون فیس بوک بپیوندیم، بالغ بر ۷۵۰ میلیون کاربر مشغول فعالیت بودند و بالاخره زمانی فرا رسید که ارزش مسکن سقوط کرد و بازار مسکن رو به نابودی و اضمحلال گذاشت و به تبع آن بازارهای مختلف را تحت تأثیر خود قرار داد.

نسل ما- نسل رسانه و اینترنت- حاصل پیشرفتهای چشمگیر در صنعت فناوری خدمات آنلاین و دیجیتال، گوشی همراه و اینترنت بدون سیم و در عین حال تقریباً یک دهه رکود اقتصادی است. اگرچه رسانه ها، انقلاب دیجیتالی را متعلق به نسل جوان می دانند اما باید گفت بی شک کلیه ی اقشار جامعه متأثر از این رخداد مهم هستند. آمارهای اداره خزانه داری آمریکا حاکی از آن است که حتی نسلهای گذشته نیز خود را به گونه ای با بانکداری همراه به سرعت تطبیق داده اند. شرکتهای صاحب فناوری مالی- بانکها و یا غیر از آن- با شتاب فزایندهای برنامههای جدیدی را در حوزه فناوری مالی در بخش بیمه، تسهیلات و تجهیز منابع بهبود داده و یا راه اندازی نموده اند.

جای امیدواریست که صنعت بانکداری با پشتوانه یک قرن نوآوری در این عرصه بتواند در تأمین نیازهای مشتریان آتی از طریق بکارگیری فناوریهای نوین موفق باشد؛ هرچند که به نظر می رسد این تغییرات در لایه های اجتماعی و گسترش خدمات مالی از طریق فناوریهای نوین از سوی برخی از شرکتهای غیر بانکی تهدیدی جدی فراروی صنعت بانکداری بوده و لازم است تا چاره ای برای آن اندیشیده شود.

انجمن بانکداران آمریکا به عنوان طلایه دار حمایت از بانکها با هدف هدایت تغییرات در جهت صحیح، گستره ی تعهدات خود را نسبت به اعضا بیشتر کرده است. پیرو این اقدام اخیراً ۲ گروه از کارشناسان حوزه ی فناوری مالی و رهبران آینده در این صنعت گردهم آمدند تا با بررسی موضوعات مهم و چالشی و بازتعریف نقش انجمن، راهکارهای جامع تر و عملی تری را برای کل صنعت به ارمغان آورند. آنچه می توان از رفتار نسل رسانه و اینترنت در قبال مسایل مالی و بانکی برداشت نمود عدم آمادگی آنها در پذیرش خدمات سنتی بانکها نظیر قراردادهای رهنی، وامهای شخصی و به طور کلی مدیریت ثروت می باشد. این نسل به دلایل مختلف از جمله بدهی دانشجویی، ازدواج دیرهنگام و عدم توفیق در دستیابی به شغل مورد علاقه، گزینه خانه دار شدن را از اولویتهای خود خارج نموده است؛ اگرچه بیش از نیمی از آنها جهت خرید خانه به صورت حضوری و یا آنلاین از بانکها مشاوره می گیرند.

امروزه بانکها خدمات مدیریت مالی فردی و ابزارهای بودجه بندی مالی را همسو با ساختار موبایل بانک و بانکداری آنلاین ارائه نموده و اطلاعات و داده های مالی را در حسابهای مختلف قرار می دهند. از هر ۳ نفر یک نفر از این خدمات استفاده می کنند و دو سوم جمعیت جوانان هزاره ی سوم از بانکها جز این توقعی ندارند. در این دنیای سراسر چالش مالی، بیش از نیمی از جوانان از بانکها انتظار دارند تا ضمن اتخاذ یک موضع کنشگرا، داراییها و هزینه هایشان را مدیریت کند.

واضح است که بانکها از دیرباز در تلاش برای تصاحب سهم خود از بازار به فناوریهای متنوع مالی روی آورده بودند به طور مثال، ایستربانک در بوستون آمریکا با ارائه خدمات موبایل بانک به ویژه در بخش حسابهای جاری و یا در حوزه ارائه تسهیلات تجاری و بازرگانی در ۵ دقیقه، به طور فراگیر در صدد بوده است تا با حفظ امنیت اطلاعات مشتریان، خدمات و محصولات بانکی را در کمترین زمان ممکن واز هر شعبه ای در اختیار صاحبان حساب قرار دهد. بسیاری از شرکتهای مالی غیر بانکی با استفاده از فناوریهای مالی و الگوریتمهای ویژه، سامانه ای را جهت تقاضای وام و اخذ مجوز مربوطه در کمترین زمان ممکن ایجاد نموده اند.

به طور کلی موفقیت بانکها در گرو پیشی گرفتن از نیازهای فعلی مشتریان، هم افزایی بانکها و مؤسسات مالی غیر بانکی در حوزه ی فناوری مالی، رویارویی جسورانه با تغییرات احتمالی و قراردادن مشتریان در کانون توجهات سازمانی است.