

تحول محصولات بانکی در هندوستان*

قرار می‌گیرند و هر روز تعداد بیشتری از بانک‌های هندوستان، خدماتی چون انجام هزینه‌های بانکی وام‌های مصرفی و کارت اعتباری را به خارج از بانک می‌سپارند. ماموران فروش بانک‌ها نیز مستقیماً به بیرون می‌روند و محصولات را به فروش می‌رسانند. آنها به منازل مشتریان تلفن می‌زنند و فرم‌های تقاضا را گردآوری می‌کنند و عکس اندازه گذرنامه‌ای از مشتریان می‌گیرند. اکنون بانکداری خانگی هم متداول شده و از طریق آن، می‌توان توسط تلفن یا اینترنت، پول نقد یا حواله را به منازل رساند.

بانک ICICI از نخستین بانک‌های خصوصی بود که خدمات شبکه‌ای خود را به نام Infinity (بیکران) ارائه نمود. این شبکه، به کاربر امکان می‌دهد تا از خطی مطمئن برای انتقال اطلاعات، تقاضای دسته‌چک، دستور توقف پرداخت و حتی نقل و انتقال وجه میان حساب‌های این بانک استفاده نماید. سیتی بانک نیز شبکه بانکی را به مشتریان خود ارائه نموده است.

محصولاتی چون کارت‌های بدهکار، سپرده‌های انعطاف‌پذیر، کارت‌های دستگاه‌های خودپرداز، وام‌های شخصی، از جمله وام‌های مصرفی، وام مسکن و خرید خودرو نیز توسط برخی از بانک‌ها ارائه می‌گردد.

شرکت‌ها نیز از تنوع محصولات و رقابت بانک‌ها بهره‌مند می‌شوند. گواهی سپرده، اوراق تجاری، اوراق قرضه و حواله‌های غیرقابل تبدیل که قابل فروش در بازار ثانویه است نیز از محبوبیت برخوردار می‌شود. اخیراً خدمات عمده مشاوره‌ای اوراق خزانه نیز وارد بازار شده است. با ارائه نرخ‌های شناور رویه برای سپرده و پیش پرداخت‌ها، محصولاتی مانند سوپا نرخ بهره و توافق‌های آتی نرخ ارز، محصولات مدیریت ریسک همچون قراردادهای آتی، اختیار خرید و فروش و سوپا ارزی نیز توسط بیشتر بانک‌های معامله‌گر صورت می‌گیرد و همه روزه بر تنوع این محصولات اضافه می‌شود.

بانک‌های بخش دولتی نیز توجه به این زمینه‌ها را شروع نموده‌اند. بانک دولتی SBI قرار است ۱۰۰ شعبه جدید را به نام "شعب بانکداری خصوصی" دایر نماید. این شعب، طیف وسیعی از محصولات وامی برای مسکن، خرید خودرو، مصارف خصوصی، خرید کالاهای با دوام مصرفی، تحصیل، وام با تضمین سهام و طلا را ارائه می‌نمایند.

زیرنویس‌ها

* Banknet India (<http://www.banknetindia.com/banking/bproducts.htm>).

1) Primal Lending Rate (PLR)

2) Standard General Ledger Account Software.

3) Mutual Fund.

بانک‌های هندوستان به طور سنتی، محصولات زیادی را ارائه می‌دادند. متداول‌ترین محصولات از نوع سپرده آنها، عبارت بود از پس‌انداز بانکی، حساب جاری، حساب مدت‌دار، و محصولات وام آنها نیز شامل اعتبار نقدی و وام‌های مدت‌دار بود. به علاوه، طبق دستورالعمل‌های بانک مرکزی آن کشور، بانک‌ها نمی‌توانستند کار چندانی غیر از قبول سپرده با نرخ تعیین شده توسط بانک مرکزی هندوستان و دادن وام طبق فرمول از پیش تعیین شده آن بانک انجام دهند. نرخ بهره پایه^(۱)، اساس محاسبات انواع وام پرداختی بود و آنها اغلب توسط بانک مرکزی دیکته می‌شد. محصولات انتقالی نیز محدود به انتشار برات، انتقال تلگرافی، چک‌های بانکی و نقل و انتقال منابع در داخل بانک بود.

اما به واسطه تحولات مختلف در دهه ۱۹۹۰، ساختار تمام محصولات بانکی هندوستان تغییر نمود. به عنوان بخشی از اصلاحات اقتصادی، مقررات زاید بانکی حذف شدند و بانک‌ها در شرایط رقابتی قرار گرفتند و بازیگران جدیدی وارد این بازار رقابتی شدند. انقلاب فناوری هم امکان ایجاد انعطاف در عملیات بانکی مشتریان را بوجود آورد. در واقع، برداشتن گام‌های بلند در زمینه فناوری اطلاعات، نقش و ساختار بانکداری هندوستان را تغییر داد. به علاوه، با انفجار اطلاعات به واسطه اینترنت، اکنون مشتریان فردی و شرکتی، خواهان محصولات متنوع‌تری از بانک‌ها هستند، بازار مالی، مشتری محور شده و بانک‌ها نیز در حال تغییر هستند و سعی می‌کنند تا به "سوپرمارکت مالی" بدل شوند.

برخی از بانک‌های خصوصی و خارجی در هندوستان، محصولات بانکی طراحی شده مطابق دلخواه مشتری را ارائه داده‌اند، از جمله خدمات مشورتی در زمینه سرمایه‌گذاری، حساب‌های SGL^(۲)، کارت‌های اعتباری عکس‌دار، خدمات مدیریت پول نقد، خدمات سرمایه‌گذاری و مشاوره در زمینه مالیات. برخی از بانک‌ها نیز وارد طرح‌های بازارهای مشترک^(۳) شده‌اند و رفته رفته بانک‌ها می‌خواهند در حد مجاز وارد بازار اوراق بهادار گردند. به زودی تضمین سپرده نیز جزو خدمات بانکی خواهد شد. سیاست جدید اعلام شده توسط فدرال رزرو هندوستان، این امکان را فراهم نموده است. همچنین بانک‌ها خدمات مشورتی تحت عنوان "بانکداری خصوصی" را به مشتریان دارای روابط با ارزش با بانک ارائه می‌نمایند.

بدیهی است که بانک‌های آینده باید اساساً به سازمان‌های بازاریابی تبدیل شوند که محصولات بانکی را نیز می‌فروشند. کانال‌های توزیع جدیدی نیز مورد استفاده