

بانکداری موبایل و بانکداری شعبه‌ای

منبع: مجله بنکر
نویسنده: کریس اسکینر
مترجم: سیدحسین علوی لنگرودی



به شعب بانک‌ها نخواهیم داشت و به زودی شاهد محو شدن آنها در سراسر نقاط دنیا خواهیم بود، اما اگر بخواهیم وارد عمق قضیه بشویم و با دیدی موشکافانه به این مسأله بنگریم، می‌بایستی عوامل و متغیرهای دیگری را هم مورد سنجش و تحلیل قرار دهیم.

در بسیاری از کشورهای کمتر توسعه یافته و فقیر، به دلیل فقدان زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی بانک‌ها و ضعف مالی آنها، تمایل کمتری برای تداوم بخشیدن به حیات شعب، به ویژه در شهرهای کوچک و روستاها، وجود خواهد داشت و شاید در آینده‌ای دور، فقط در شهرهای بزرگ و مناطق تجاری و ثروتمند این کشورها، تعدادی شعب بانک به چشم بخورند. رشد خیره‌کننده و چشمگیر بانکداری موبایل در بسیاری از کشورهای فقیر و کم‌درآمد جهان و توجه ویژه بانک‌ها و مؤسسات مالی فعال در این کشورها به خدمات رسانی بانکی از طریق موبایل و اینترنت و مهم‌تر از همه، سیاستگذاری‌های کلان دولت‌های حاکم بر این کشورها در زمینه "شعبه‌گریزی" و بانکداری چند رسانه‌ای، بر این

آیا گسترش خدمات بانکداری موبایل، به معنای محو شدن شعب بانک‌ها در آینده خواهد بود؟

از سالیان دور، هنگامی که صحبت از بانک و بانکداری به میان می‌آمد، نخستین تصویری که به ذهن‌ها متبادر می‌شد، تصویر شعب بانک‌ها با دکوراسیونی خاص و کارمندانی با پوشش متفاوت بود، اما در دهه‌های اخیر و با متنوع شدن کانال‌های ارائه خدمات بانکی و ورود تکنولوژی‌های جدید به دنیای بانکداری، تصویر کلی از این سیستم پیچیده و حیاتی دگرگون شده است. امروزه مشتریان بانک‌ها می‌توانند بدون مراجعه به شعب بانک‌ها و از طریق اینترنت، موبایل، تلفن و تلویزیون (و حتی ساعت‌های مچی جدید) بسیاری از عملیات بانکی خودشان را انجام دهند و در وقت و هزینه‌های خود صرفه‌جویی نمایند. حال سوال اینجاست که آیا با فراگیر شدن این کانال‌های جدید برخورداری از خدمات بانکی، باز هم به شعب کوچک و بزرگ و پرهزینه کنونی نیاز هست؟

اگر بخواهیم به این پرسش، پاسخی ساده‌انگارانه و سطحی بدهیم، می‌توانیم بگوییم که تا چند سال دیگر، نیازی

در حال حاضر،
شعب مجلل و زیبای
بانک‌ها در شهرهای
کوچک و بزرگ
چین، به نمادی از
شهرنشینی جدید
چینی‌ها تبدیل شده
است.

واقعیت دلالت دارد که بهترین راه برای کاستن از هزینه‌های سنگین خدمات‌رسانی مالی و در عین حال، گسترش پوشش خدمات‌رسانی بانک‌ها در کشورهای غیر ثروتمند و عقب‌مانده، همانا دست‌یازیدن به بانکداری موبایل و اینترنتی است و این، یعنی متروک و مطرود شدن شعب بانک‌ها.

اما حکایت آینده شعب بانک‌ها در کشورهای رو به رشد و متری، حکایتی متفاوت و متنوع است. بسیاری از این کشورها در سال‌های اخیر شاهد گسترش شهرنشینی و به وجود آمدن طبقه جدیدی از شهروندان و به تبع آن، مشتریان جدید بانک‌ها بوده‌اند. به عنوان مثال، در چین، نسبت جمعیت شهرنشین به روستا نشین‌ها که در سال ۱۹۹۰ معادل ۲۶ درصد



به ۷۴ درصد بود، در سال ۲۰۰۹ به ۴۷ درصد در برابر ۵۳ درصد تغییر پیدا کرده و این روند سریع شهرنشینی در چین موجب بروز دگرگونی‌های شگرفی در کمیت و کیفیت خدمات‌رسانی بانک‌ها در این کشور شده‌است. هم‌اکنون در جای جای شهرهای کوچک و بزرگ چین، می‌توان شعب مجلل و زیبایی را مشاهده کرد که به نوعی، آبرو و نماد شهرها و شهرنشینی جدید در چین محسوب می‌شوند. با این همه، بانکداری موبایل و اینترنتی نیز در چین رشد فزاینده‌ای داشته و در حال حاضر، می‌توان از ساده‌ترین عملیات بانکی تا پیچیده‌ترین و حساس‌ترین آنها را از طریق خدمات بانکداری نوین بانک‌ها و مؤسسات مالی چین انجام داد. در بسیاری از کشورهای رو به رشد جهان، از جمله در هند، برزیل، بیره‌ای آسیای جنوب شرقی و خاورمیانه نیز می‌توان شبیه همین وضعیت را مشاهده نمود. به عبارت بهتر، آینده شعب در کشورهای رو به رشد و متری جهان، تابعی از ویژگی‌های جمعیتی و تحولات اجتماعی و اقتصادی و تکنولوژیکی آنهاست و از کشوری به کشور دیگر متفاوت است.

کشورهای توسعه یافته و ثروتمند جهان، به دلایل برخورداری از زیرساخت‌های قوی و غنی در زمینه بانکداری و پیشگام بودن در استفاده از ATM، اینترنت و موبایل برای خدمات‌رسانی به مشتریان خود، کمترین تلاطم و دگرگونی را در صنعت بانکی خود شاهد هستند و در بسیاری از این کشورها، شعب بانک‌ها با همان سبک و سیاق قدیمی و همیشگی خود مشغول فعالیت و خدمات‌رسانی می‌باشند. در کشورهای توسعه یافته، شعب بانک‌ها به عنوان مهم‌ترین و شناخته شده‌ترین دارایی‌ها و اعتبار بانک‌ها و بهترین تبلیغ برای آنها، نقش آفرینی می‌کنند و خدماتی که از طریق اینترنت، موبایل و تلفن در اختیار مشتریان بانک‌ها و مؤسسات مالی قرار می‌گیرد، یک نوع مکمل و عامل تنوع بخشی به ویتترین خدمات و محصولات بانک‌ها به حساب می‌آیند و نه کانالی جدید و حیاتی برای رشد و گسترش صنعت بانکداری و سودآوری بانک‌ها.

علاوه بر این، عواملی چون زبان و فرهنگ نیز در این زمینه تأثیرگذار و تعیین کننده هستند. به عنوان نمونه، اسپانیایی‌ها بیش از انگلیسی‌ها مایل به مراجعه به شعب بانک‌ها و انجام کارهای مختلف بانکی خود به صورت حضوری هستند، حال آنکه شهروندان کشورهایی چون آلمان، انگلستان و دانمارک بیشتر از تلفن یا موبایل برای انجام عملیات ساده بانکی استفاده می‌کنند.

پنج دوره بانکداری موبایل

بانکداری موبایل از آغاز پیدایش در اواخر دهه ۱۹۹۰، پنج مرحله متفاوت را تجربه کرده است: مرحله اول بانکداری موبایل در انجام عملیات ساده بانکی، به ویژه پرداخت قبوض و ارسال پیام کوتاه از طرف بانک برای مشتریان و برعکس خلاصه می‌شد. در مرحله دوم، برخی از عملیات و خدمات مرتبط با حساب‌های سپرده‌گذاران، به خدمات بانکداری موبایل اضافه می‌شود و در مرحله سوم خدمات‌رسانی بانکی از طریق شبکه موبایل، رسانه‌های دیگری چون اینترنت و تلفن نیز به کار گرفته شدند که این مرحله با ظهور تلفن‌های همراه هوشمند تکمیل شد. تا این مرحله، استفاده از خدمات بانکداری موبایل فقط با استفاده از اپراتورهای خاص و گوشی‌های مجهز به تکنولوژی‌های ویژه میسر بود، اما در مرحله چهارم که تاکنون ادامه پیدا کرده است، پیشرفت‌هایی چون گسترش IP Phone و Android صورت گرفته و همین پیشرفت‌ها موجب فراهم آمدن امکان استفاده از خدماتی چون اینترنت همراه و اتصال آن به سیستم‌های عملیاتی بانک‌ها شده است. در مرحله پنجم که در حال آغاز شدن است، تکنولوژی‌هایی چون چیپ‌های تشخیص فرکانس‌های رادیویی مخصوص پرداخت‌های موبایل و اتصال شبکه‌های بانکداری موبایل به سیستم‌های ویزا کارت و مستر کارت به کار گرفته شده‌اند. با گسترش کیفی و کمی این تکنولوژی‌ها، می‌توان چیپ‌های مخصوص بانکداری موبایل را به وسایلی چون تلفن، ساعت مچی، تلویزیون و Ipad و حتی عینک‌های آفتابی! متصل کرد.

آینده شعب بانک‌ها
در کشورهای
رو به رشد و متری
جهان، تابعی از
ویژگی‌های جمعیتی
و تحولات اجتماعی
و اقتصادی و
تکنولوژیکی
آنهاست.