



استراتژی‌های پیاده‌سازی بانکداری باز در صنعت بانکداری

شهرام خلیل نژاد^{۱*}، محمود محمدیان^۲، سامان اعظمی^۳

۱- عضو هیئت علمی، میدان المپیک، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت

۲- عضو هیئت علمی، میدان المپیک، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد، میدان المپیک، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت

بانکداری باز با امکان شکل‌گیری اکوسیستم‌های دیجیتالی و کاهش موانع ورود ارائه‌دهندگان خدمات پرداخت از بخش فینتک و غیر بانکی به‌عنوان محرک قدرتمندی برای انقلاب در صنعت خدمات مالی مطرح می‌باشد، از این رو تازه‌واردان و شرکت‌های فناوری مالی، فینتک‌ها و نئوبانک‌ها، صنعت بانکداری را با چالشی جدی روبه‌رو کرده است. امروزه مشتریان خواهان کالای عالی، متنوع و باکیفیت هستند و بانک قادر به پاسخگویی به تمام نیازهای مشتریان و بهبود تجربه مشتری نمی‌باشند. از این رو بانک‌ها بایستی به بازآفرینی نوآوری‌های کسب‌وکار خودروی آورند، اما بانک‌ها جهت ورود به بانکداری باز با چالش‌های متعددی اعم از نشت داده‌ها و دست‌کاری، افشای حریم خصوصی، تفکر سنتی مدیران، نبود زیرساخت لازم جهت پیاده‌سازی بانکداری باز مواجه هستند، بنابراین تحقیق حاضر در نظر دارد با جست‌وجوی ادبیات مقالات مختلف علاوه بر تشریح مفهوم بانکداری باز به استراتژی‌های متناسب با ساختار هر بانک جهت پیاده‌سازی بانکداری باز بپردازد، طی تحقیقات صورت گرفته برای پیاده‌سازی بانکداری باز چهار رویکرد تبعیت از یک قاعده، رقابت کردن، بسط دادن و تحول به‌عنوان استراتژی‌های متناسب با ساختار و فرهنگ هر بانک جهت ورود و پیاده‌سازی بانکداری باز مطرح می‌باشد.

کلمات کلیدی: بانکداری باز، اکوسیستم دیجیتال، نئوبانک، فناوری مالی، استراتژی‌های بانکداری باز

مقدمه

رقابت، تغییرات قانونی، اجتماعی، تکنولوژیکی، ورود طیف وسیعی از بازیگران جدیدی چون نئوبانک‌ها، فینتک‌ها، کسب‌وکارهای کوچک و اپراتورها در حال ظهور به حوزه صنعت خدمات مالی بانکی، تغییر در تقاضا و نیازهای مشتری از جمله عوامل کلیدی خارجی برای تغییر فعالیت در صنعت خدمات مالی می‌باشد. از طرفی کاربران دنبال تجارب بهتر هستند و وظیفه مدیران در صنعت بانکی ایجاد تجربه مشتری بهتر برای

*Corresponding author: توضیحات مربوط به نویسنده اول

Email: