

نقش فرهنگ سازی در بانکداری الکترونیکی

تدوین و تهیه: حسن صالحی کیا، کارشناس ارشد علوم اقتصادی و کارمند بانک سامان



بانکداری الکترونیکی، صرفاً توسعه خدمات نوین بانکی با تکیه بر توسعه ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات نیست، بلکه سیاستگذاران نظام بانکی، وظیفه‌ای سنگین‌تر از توسعه فیزیکی دارند.

مقدمه

برای توسعه تجارت الکترونیکی در کشور و ورود به بازارهای جهانی و عضویت در سازمان جهانی تجارت، برخورداری از یک نظام بانکی کارآمد الزامی است. یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیکی هم وجود سیستم بانکداری الکترونیکی است که به عنوان شاخص جدید توسعه کشورها در نظر گرفته شده است.

بانکداری الکترونیکی به عنوان یکی از زیرساخت‌های حیاتی تجارت الکترونیکی، نقش کلیدی در توزیع مناسب خدمات بانکی در میان مردم دارد. این نوع بانکداری صرفاً توسعه خدمات نوین بانکی با تکیه بر توسعه ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات نیست، بلکه سیاستگذاران نظام بانکی وظیفه‌ای سنگین‌تر از توسعه فیزیکی دارند و اتخاذ سیاست‌ها، دستورالعمل‌های شتاب بخش و یکسان از وظایف بزرگ آنان می‌باشد. از طرفی دیگر، انتظار مردم از بانکداری الکترونیکی، دریافت خدمات امن، سریع و کم هزینه است و فقدان یکی از این عوامل در دریافت خدمات، مردم را به این خدمات بد بین و بی‌اعتماد می‌کند.

هم‌اکنون در ایران با وجود هزینه‌های غیرقابل اجتنابی که در اثر استفاده از پول نقد بر جامعه تحمیل می‌شود، هنوز استفاده از ابزارهای الکترونیکی به منظور کاستن پول نقد رواج پیدا نکرده و بخش عمده معاملات با استفاده از سکه و اسکناس و چک پول انجام می‌شود. هر چند که در سال‌های اخیر در امر توسعه بانکداری الکترونیکی کارهایی انجام شده، ولی متناسب با نیازهای جامعه و نرخ رشد جمعیت کشور نبوده است. به عنوان مثال، با اینکه در امر افزایش کارت‌های بدهی رشد خوبی داشته‌ایم، اما عملاً مشاهده می‌گردد که این کارت‌ها جانشین پول نبوده‌اند، بلکه بیشتر واسطه گرفتن پول از بانک‌ها و از طریق دستگاه‌های خودپرداز می‌باشند.

هر ایرانی ۱۰۳ قطعه بوده که هفت برابر استانداردهای جهانی است. و با وجود تورم دو رقمی در کشور، نیاز مردم به حمل پول نقد بیشتر و در نتیجه، فرسودگی اسکناس رایج نیز بیشتر می‌شود و هزینه‌های دولت نیز افزایش می‌یابد، در حالی که استفاده از سیستم جدید بانکداری الکترونیکی، می‌تواند از این بابت بسیار راهگشا باشد و هزینه‌ها را کاهش دهد.

با توجه به نامگذاری سال ۱۳۸۸ به نام سال "اصلاح الگوی مصرف" می‌بایست با برنامه‌ریزی، حرکت هماهنگ و همه‌جانبه در جهت افزایش کارایی و بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها قدم برداشت. در این رهگذر، سهم بانکداری الکترونیکی نیز بسیار مهم است و با توجه به تأثیر آن به صورت مستقیم و غیرمستقیم در چرخه اقتصادی جامعه، از کارآمدترین ابزارهای اصلاح الگوی مصرف بشمار می‌رود. کافی است به یاد بیاوریم که چند سال پیش برای پرداخت یک قبض خدمات شهری، چه مراحل از تأمین پول، ایاب و ذهاب، مراجعه و حضور در صف بانک‌ها، اتلاف وقت و انرژی، ترافیک و ... را باید پشت سر می‌گذاشتیم، ولی هم‌اکنون با سازوکارهای بانکداری الکترونیکی به راحتی با صرف کمترین زمان ممکن و با استفاده از رایانه شخصی، می‌توان این کار را بدون اتلاف هزینه و انرژی انجام داد. با توجه به اینکه سهم پرداخت قبوض از طریق این سیستم نوین بانکی پنج درصد از کل قبوض می‌باشد و از طرفی، با رشد نفوذ رایانه در بین خانواده‌ها، بیش از ۸۰ درصد از افراد توانایی استفاده از رایانه را دارند و بیش از ۹۰ درصد از افراد جامعه هم از تلفن همراه برخوردارند، این منطقی نیست که بیش از ۹۵ درصد افراد از روش سنتی در پرداخت قبوض خود استفاده نمایند.

ضرورت بسترسازی فرهنگی در بانکداری الکترونیکی

با وجود توسعه کمی و کیفی در امر فناوری نوین بانکداری، هنوز هم فاصله زیادی با آرایه خدمات نوین بانکی دنیا داریم، زیرا جامعه در کنار توسعه ابزارها و فناوری‌ها، با مشکل بزرگی به نام ضعف بستر فرهنگی مواجه است که مهمترین مانع تحقق و پیاده‌سازی این

تغییر الگوی مصرف با سیستم نوین بانکداری الکترونیکی

هر ساله میلیاردها ریال از دارایی‌های کشور به خاطر اسکناس‌های فرسوده از بین می‌رود و سرانه اسکناس برای



به مشتری این فرصت را می‌دهد تا براساس امکانات و موقعیت‌های مختلفی که در آن قرار دارد، بتواند از خدمات بانکی با پرداخت هزینه و زمان کمتر بهره‌مند گردد.

درآمد از دست رفته ناشی از بانکداری سنتی

امروزه در نظام بانکی به علت استفاده از روش پرداخت‌های سنتی، میزان استفاده از اسکناس و ایران چک، روند افزایشی به خود گرفته، بدین معنی که بانک‌ها مجبورند به دلیل تقاضای بازار برای اسکناس و ایران چک، بخش زیادی از منابع خود را به این ابزارها تبدیل کنند که در نتیجه، قدرت وام‌دهی آنها کاهش می‌یابد. براساس آمار بانک مرکزی طی سال‌های ۸۳ تا ۸۷ (جدول شماره یک) مقدار اسکناس در جریان (اسکناس در دست اشخاص و موجودی بانک‌ها) روند افزایشی داشته و در نتیجه، درآمد از دست رفته بانک‌ها براساس نرخ ۱۵ درصد روند افزایشی به خود گرفته که در صورت جایگزین نمودن خدمات بانکداری الکترونیکی، منافع زیادی عاید بانک‌ها و مشتریان می‌شد و بانک‌ها می‌توانستند قدرت وام‌دهی بیشتری داشته باشند و اقتصاد کشور هم می‌توانست با استفاده از این تسهیلات، رشد و شکوفایی بیشتری داشته باشند.

جدول شماره یک

حجم اسکناس در جریان

(میلیارد ریال)

سال	اسکناس در جریان	درآمد از دست رفته با نرخ ۱۵ درصد
۱۳۸۳	۴۸۴۹۹	۷۲۷۵
۱۳۸۴	۵۵۹۵۱	۸۳۹۲
۱۳۸۵	۶۷۴۹۶	۱۰۱۲۴
۱۳۸۶	۸۸۴۸۹	۱۳۲۷۳
۱۳۸۷	۱۵۵۶۴۵	۱۷۵۱۰

در حال حاضر، هزینه نیمه مکانیزه خدمات بانکی در شعبه به طور متوسط ۴۳۴۶ ریال برای بانک است، در صورتی که این خدمات از طریق دستگاه خودپرداز و POS به ازای هر تراکنش ۱۱۲۶ ریال و از طریق اینترنت ۴۰ ریال می‌باشد، یعنی اگر پرداخت یک قبض خدمات شهری در شعبه انجام شود و همان قبض از طریق اینترنت صورت گیرد، اختلافی حدود ۴۰۰۰ ریال ایجاد می‌نماید. این اختلاف زمانی مشهودتر می‌گردد که با آمار بیش از ۷۰۰ میلیون قبض خدمات شهری در کل کشور سنجیده شود. این امر نشان می‌دهد که با استفاده از ابزارهای خدمات بانکداری الکترونیکی می‌توان هزینه‌ها را به مراتب کاهش داد که این اقدام در راستای افزایش منافع ملی و اصلاح الگوی مصرف می‌باشد.

شبهه جدید می‌باشد. نظام بانکی علاوه بر سرمایه‌گذاری در امر زیرساخت‌ها و منابع انسانی، می‌بایست توجه زیادی به ایجاد آمادگی فرهنگی در جامعه برای پذیرش و استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی داشته باشد.

بدون تردید، بانکداری الکترونیکی برای رسیدن به اهداف راهبردی کلان کشور مانند تحقق دولت الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و خدمات الکترونیکی، نقش بسیار مؤثری دارد و ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی و سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، بدون تحول نظام بانکی و کارآمدی آن امکان پذیر نمی‌باشد و این مهم با گسترش فرهنگ بانکداری الکترونیکی محقق می‌گردد. ایجاد زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی لازم با توجه به تجربه کشورهای پیشرو در این زمینه و ایجاد زیرساخت‌های فنی، از جمله اقداماتی می‌باشند که می‌توانند به توسعه این نوع بانکداری در کشور کمک کنند.

تسلط فضای کسب و کار خصوصی در کشورهای پیشرو، وجود رقابت بین تولیدکنندگان کالا و خدمات و عدم حضور دولت به عنوان رقیب بخش خصوصی در بسیاری از زمینه‌ها، باعث ایجاد انگیزه قوی در صاحبان کسب و کارهای مختلف برای مدیریت هزینه‌ها و کسب سود بیشتر می‌شود تا از رقابتی خود پیشی بگیرند. بنابراین، وجود فرصتی مانند بانکداری الکترونیکی که سبب کاهش هزینه‌های پولی و زمانی کسب و کار آنان شود، مورد توجه خاص آنان می‌باشد و سبب استقبال زیاد این بنگاه‌ها می‌گردد و از طرفی دیگر، موجب پذیرش آن از طرف مردم و گسترش آن می‌گردد.

مزایای خدمات بانکداری الکترونیکی

مزایای خدمات بانکداری الکترونیکی را می‌توان از دو جنبه مشتریان و مؤسسات مالی مورد توجه قرار داد: از دید مشتریان: الف) صرفه‌جویی در هزینه‌ها، ب) صرفه‌جویی در زمان، پ) افزایش رفاه عمومی. و از دید مؤسسات مالی: الف) ایجاد فرصت برای مشتریان جدید در بازارهای هدف، ب) ایجاد و افزایش شهرت بانک‌ها در ارایه نوآوری، پ) گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت، ت) استفاده از راهبردهای تجارت الکترونیکی و ث) کاهش هزینه‌ها.

در واقع، بانکداری الکترونیکی یک مرکز درآمد برای بانک‌ها می‌باشد نه هزینه و استفاده از آن برای بانک‌ها و مشتریانانشان ایجاد ارزش افزوده تصاعدی خواهد نمود، زیرا به میلیون‌ها مشتری در سراسر کشور و حتی در خارج از مرزهای جغرافیایی، خدماتی متنوع با کمترین هزینه و زمان ممکن با حداکثر کیفیت و بهره‌وری و امنیت ارایه می‌گردد و در نتیجه، موجب رضایت‌مندی مشتریان و استقبال بیش از پیش از این خدمات می‌گردد.

راه‌اندازی خدماتی چون مراکز تماس، وب کیوسک‌های چند منظوره، سایت‌های اینترنتی، پایانه‌های فروش، خودپردازها، تلفن بانک، اینترنت بانک، موبایل بانک و ...

اگرچه در سال‌های اخیر در امر توسعه بانکداری الکترونیکی کارهایی انجام شده، ولی متناسب با نیازهای جامعه و نرخ رشد جمعیت کشور نبوده است.

جدول شماره دو
روند رشد ابزارهای بانکداری الکترونیکی

سال فعالیت	تعداد در سال ۸۳	تعداد در سال ۸۴	مقدار رشد	تعداد در سال ۸۵	مقدار رشد	تعداد در سال ۸۶	مقدار رشد	تعداد در سال ۸۷	مقدار رشد
کارت های بدهی	۷۸۳۷۰۰۰	۱۳۵۱۱۰۰۰	%۷۳	۲۳۴۲۷۰۰۰	%۷۳	۳۸۵۹۳۰۰۰	%۶۵	۶۰۰۷۸۰۰۰	%۵۶
پایانه فروشگاه	۱۸۲۲۷	۶۸۵۲۲	۲/۷۵ برابر	۱۹۲۲۶۵	۱/۸۰ برابر	۴۲۷۰۸۲	۱/۲ برابر	۷۶۳۹۳۸	%۷۹
خودپرداز	۲۲۸۹	۴۴۵۸	%۹۵	۷۴۶۸	%۶۸	۹۹۱۷	%۳۳	۱۳۹۵۹	%۳۱
پایانه شعب	۷۵۲۲	۱۱۲۶۸	%۵۰	۱۵۶۹۳	%۳۹	۲۱۷۰۷	%۲۸	۴۸۲۷۰	۱/۲ برابر

وضعیت ابزارهای خدمات بانکداری الکترونیکی در کشور

در سالهای اخیر برای کاهش هزینه‌های مشتریان و بانک‌ها و حذف پول فیزیکی، در امر توسعه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در ارایه خدمات بانکداری الکترونیکی فعالیت‌هایی صورت گرفته و اطلاعات آماری بانک مرکزی طبق جدول شماره دو و براساس نمودارهای شماره یک تا چهار حاکی از آن است که طی سال‌های ۸۳ تا ۸۷ رشد قابل توجهی در صدور کارت، دستگاه‌های خودپرداز، پایانه‌های فروشگاه‌های (کارت خوان) و پایانه‌های شعب داشته‌ایم، ولی با وجود این، هنوز با استانداردهای جهانی فاصله زیادی داریم.

شایان ذکر است که سرانه دستگاه‌های خودپرداز در کشورهای توسعه یافته، به ازای هر ۹۰۰ نفر یک دستگاه بوده، ولی در ایران به ازای هر ۵۵۰۰ نفر یک دستگاه می‌باشد، در حالی که بررسی‌ها حاکی از آن است که سرانه پرداخت در ایران چندین برابر کشورهای دیگر می‌باشد. در بخش دستگاه‌های کارت‌خوان تا دو سال پیش دو درصد از کل تراکنش‌های کارت‌های بانکی را به خود اختصاص داده و در آخرین آمار، حدود ۱۴ درصد از کل تراکنش‌ها را دربردارد که این امر رو به بهبود بوده، ولی کافی نمی‌باشد. در بخش سایر خدمات الکترونیکی، از جمله اینترنت بانک و تلفن بانک و... که در کاهش هزینه‌های بانکی و مشتریان نقش مؤثری دارند، هنوز در مراحل ابتدایی به سر می‌بریم، در صورتی که در اروپا هم‌اکنون بیش از نیمی از بانک‌ها به بانکداری الکترونیکی روی آورده‌اند. به عنوان نمونه، در بانک ING هلند تنها شش درصد مشتریان به بانک مراجعه می‌کنند و بقیه از اینترنت و سایر خدمات الکترونیکی استفاده می‌نمایند.

اصلاح زیرساخت‌های مؤثر در فرهنگ بانکداری الکترونیکی

حذف پول فیزیکی و رسیدن به پول الکترونیکی، مستلزم نهادینه شدن فرهنگ استفاده از خدمات بانکداری

الکترونیکی می‌باشد. با وجود این که ابزارها و وسایل بانکداری نوین کما بیش وارد کشور شده، اما در سطح یک فرهنگ مالی و شیوه مبادلاتی مدرن مورد توجه عموم قرار نگرفته است. این واقعیت حاکی از آن است که برای ترویج و گسترش فرهنگ بانکداری الکترونیکی در ایران، ورود فناوری‌های مربوطه کفایت نمی‌کند. امروزه بانکداری الکترونیک برای اقتصاد ایران یک نیاز حیاتی محسوب می‌شود که اساساً ناشی از ادغام و تأثیرپذیری آن از اقتصاد جهانی است. بنابراین، چاره‌ای نیست جز آنکه به تدریج اما پرشتاب به سمت جایگزینی شیوه‌های سنتی مبادلات اقتصادی با استفاده از بانکداری الکترونیکی حرکت کنیم. برای اینکه این شیوه نوین در جامعه جا بیفتد، می‌بایست زیرساخت‌های اجتماعی و اقتصادی را تغییر دهیم که اهم این زیرساخت‌ها عبارتند از:

- الف) شبکه‌های اینترنتی و مخابراتی کارآمد و روزآمد.
- ب) امنیت تبادل اطلاعات.
- پ) آموزش کاربران و آماده سازی فرهنگی جامعه.
- ت) تنظیم و تصویب مقررات حقوقی در ارتباط با این خدمات.
- ث) پیاده سازی و پشتیبانی از سیستم‌های مورد نظر.

ضعف بستر فرهنگی، مهمترین مانع تحقق و پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی است.



اثرات ترویج فرهنگ بانکداری الکترونیکی در جامعه

گسترش ابزارهای بانکداری الکترونیکی و تحقق فرهنگ استفاده از این نوع خدمات، عواید زیادی برای افراد جامعه در کلیه سطوح خواهد داشت که می‌توان به مهمترین آن‌ها به شرح زیر اشاره نمود که همگی در راستای منافع ملی و کاهش هزینه‌های مشتریان و بانک‌ها می‌باشند:

- ۱) کاهش مراجعات مشتریان به شعب بانک‌ها.
- ۲) کاهش توسعه فیزیکی بانک‌ها از لحاظ ساختمان‌ها
- و ...
- ۳) کاهش ترافیک شهری.
- ۴) کاهش مصرف سوخت (بنزین، گاز و ...) به عنوان یک سرمایه ملی.
- ۵) کاهش آلاینده‌های محیطی در سطح شهر.
- ۶) کاهش هزینه‌های عملیاتی بانک‌ها.
- ۷) گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت مشتریان.
- ۸) ایجاد فرصت برای مشتریان جدید بانک.
- ۹) کاهش هزینه چاپ اسکناس و ایران چک و امحای اسکناس‌های فرسوده.

- ۱۰) کاهش زمان فعالیت مشتریان.
- ۱۱) افزایش امنیت و در نتیجه، کاهش سوء استفاده‌ها و جرم و جنایت.
- ۱۲) تقویت شاخص سلامت و بهداشت عمومی.
- ۱۳) صرفه‌جویی بسیار زیاد در مصرف کاغذ.
- ۱۴) حضور بیشتر افراد در منزل و در کنار خانواده.
- ۱۵) امکان انتقال سریع‌تر اطلاعات به نقاط مختلف کشور.
- ۱۶) سوق پیدا کردن بانک‌ها به سوی فعالیت‌های جدید در امر مشاوره برای سرمایه‌گذاری‌های کلان اقتصادی.
- ۱۷) شفاف‌شدن فعالیت‌های اقتصادی.
- ۱۸) افزایش تعداد معاملات.
- ۱۹) کاهش حجم بایگانی فیزیکی.
- ۲۰) کاهش مراسلات و نامه‌نگاری‌های بین بانک‌ها

و ...

عوامل بازدارنده در فرهنگ بانکداری الکترونیکی

آمارها حکایت از آن دارند که هم‌اکنون بیش از نیمی از جابجایی‌های درون شهری مردم برای مراجعه به بانک‌ها می‌باشد که با حذف و یا کاهش آن‌ها به واسطه جایگزینی خدمات بانکداری الکترونیکی، حجم بزرگی از این سفرها و به دنبال آن ترافیک شهری، آلودگی هوا، مصرف سوخت و دیگر هزینه‌ها را می‌توان کاهش داد. با وجود مزایای بسیار فراوانی که این پدیده نوین دارد و می‌تواند در راستای منافع ملی و ایجاد صرفه‌جویی‌های اقتصادی

باشد و به عنوان الگوی مصرف مشتریان مورد توجه قرار گیرد، عوامل بازدارنده و موانع فرهنگی قابل توجهی در جهت توسعه خدمات بانکداری الکترونیکی وجود دارند که مختصراً می‌توان به اهم آن‌ها به شرح زیر پرداخت:

- ۱) احتمال لورفتن اطلاعات و اسرار شخصی مشتریان در اینترنت و عدم اطمینان عده زیادی از جامعه به این سیستم نوین.

- ۲) مقاومت اغلب افراد در برابر استقرار سیستم بانکداری الکترونیکی به دلیل لزوم تغییر رفتار در کارکنان و مشتریان، چون تغییر عادت (الگوی مصرف) برای این افراد خیلی سخت می‌باشد.

- ۳) هزینه‌زا بودن بسترسازی فرهنگ بانکداری الکترونیکی برای بانک‌ها و مؤسسات مالی.

- ۴) احساس بی‌نیازی بیشتر مشتریان سیستم بانکی به بانکداری الکترونیک به علت عدم آشنایی با مزایای خدمات بانکداری الکترونیکی و نداشتن وقت کافی برای آموزش این خدمات.

- ۵) بدبینی نسبی به خدمات بانکی الکترونیکی به علت آنکه در روابط سنتی، اغلب مراودات از طریق تماس رو در رو انجام می‌گیرد و از این کار احساس رضایت و آرامش بیشتری خواهند داشت، در حالیکه در استفاده از خدمات بانکی نوین این تماس نزدیک حذف می‌گردد و به جای آن، یک نوع ابهام و تردید ایجاد می‌شود.
- ۶) پیچیده بودن درک روش استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی برای افراد زیادی از جامعه که موجب بی‌توجهی به این خدمات می‌گردد.

در بانک ING هلند تنها شش درصد از مشتریان به بانک مراجعه می‌کنند و بقیه از اینترنت و سایر خدمات الکترونیکی استفاده می‌نمایند.



یکی از علل عقب افتادگی در برخی از امور، از جمله در بانکداری الکترونیکی، غفلت از امر آموزش می باشد.

انسانی متخصص مورد نیاز در شبکه بانکی کشور در بخش بانکداری الکترونیکی یکی از عوامل مهم در افزایش اطمینان نسبت به سیستم الکترونیکی در بین کارکنان می باشد. در واقع، یکی از علل عقب افتادگی کشورها در برخی امور، از جمله در بانکداری الکترونیکی، غفلت از امر آموزش می باشد. آشناسازی و آموزش مشتریان با نحوه استفاده از خدمات نوین بانکداری، در رفع نگرانی و ترس آنان از این سیستم بسیار مؤثر می باشد. هنوز خیلی از افراد جامعه از خدمات نوین بانکی آگاهی ندارند و به آن اطمینان ندارند. مردم می خواهند از این خدمات استفاده نمایند، ولی به علت عدم آموزش عمومی در این زمینه، با مشکل مواجه می گردند.

۲) تشویق و یا ایجاد انگیزه لازم برای سیستم بانکی جهت تولید خدمات بانکداری الکترونیکی. تشویق و ایجاد انگیزه بانکها در صدور انواع کارت ها، نصب پایانه های فروشگاه، بانکی و ارائه خدمات اینترنت، تلفن و موبایل بانک و... همچنین تشویق فروشگاه ها و سایر مؤسسات خدماتی برای پذیرش کارت های الکترونیکی جهت ارائه خدمات به مردم همراه با تخفیف و جایزه برای استفاده کنندگان از POS که در تغییر نگرش افراد به سوی این خدمات جدید مؤثر می باشد.

۳) وضع قوانین و مقررات مؤثر به منظور جلب اعتماد عمومی نسبت به امنیت خدمات الکترونیکی بانکها و حمایت از مشتریان در مقابل بروز خطا و تقلب.

۴) تشویق سازمان های حمایتی مثل سازمان تأمین اجتماعی و بسیج اقتصادی در صدور کارت های خرید الکترونیکی به جای پرداخت های نقدی و غیر نقدی. همچنین گرایش دیگر سازمان های دولتی و خصوصی مثل جایگزینی پرداخت نقدی کارت سوخت در پایانه های سوخت کشور.

۵) گرایش بانکها از حالت دوگانگی سیستم (سنتی و الکترونیکی) به سمت سیستم الکترونیکی. تجربه کشورهای شرق و جنوب شرق آسیا نشان می دهد که پرداخت قبوض هزینه های خدماتی در این کشورها کاملاً الکترونیکی می باشد و راه سنتی وجود ندارد و همین امر موجب افزایش گرایش به ابزارهای نوین شده است.

۶) افزایش کارمزد پرداخت حضوری قبوض و دیگر خدمات بانکی و همچنین حذف چک های تضمینی و بین بانکی در سطح بانکها می تواند به عنوان یکی از ابزارهای تأثیرگذار در گرایش مردم به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی و در نتیجه، کاهش هزینه های مشتریان و بانک، مورد توجه قرار گیرد.

۷) از آنجایی که مشتریان می توانند واسطه مهمی در انتقال فرهنگ استفاده از بانکداری الکترونیکی باشند و فرهنگ غالب مردم کشور نیز فرهنگ شفاهی می باشد، لذا با آموزش مشتریان و متصدیان بانکی به صورت همایش و... می توان سرعت رسیدن به گرایش مردم به این پدیده نوین را بیشتر نمود.

۷) عدم آشنایی مدیران و کارکنان قدیمی بانکها با فناوری روز و مدرن و آموزش کم کارکنان سیستم بانکی در زمینه خدمات بانکداری الکترونیکی و نحوه استفاده از آن. ۸) پایین بودن هزینه های بانکی برای مردم که موجب افزایش دفعات مراجعه به شعب بانکها و بی نیازی نسبت به استفاده از خدمات الکترونیکی کمتر می گردد. ۹) نبود امکانات و تجهیزات قابل استفاده از کارت های الکترونیکی در سایر ادارات و لزوم حضور فیزیکی ارباب رجوع ادارات به بانکها و به دنبال آن افزایش هزینه ها. ۱۰) استفاده از دو سیستم سنتی و الکترونیکی به صورت موازی در بانکها که باعث شده است کارکنان به دلخواه از روش سنتی استفاده کنند و به تبع آن، اغلب مشتریان نیز از همین روش پیروی خواهند کرد.

عوامل مؤثر در پیاده سازی فرهنگ بانکداری الکترونیکی

چون فرهنگ سازی امری تدریجی و مستمر است، لذا باید با روش ها و ابزارهای گوناگون و متنوع نسبت به تغییر نگرش افراد جامعه به خدمات بانکداری اقدام نمود. در حال حاضر، بسیاری از مردم نسبت به این خدمات نوین، اطلاعات و آگاهی کافی ندارند و در نتیجه، نظر مساعدی به استفاده از آن ندارند. از این رو، می بایست راهکارهای مناسب و سریع جهت ارتقای فرهنگی استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی اتخاذ شود. در زیر به مهمترین راهکارهای مزبور اشاره می شود:

۱) آموزش کارکنان و مشتریان بانک؛ تربیت نیروی

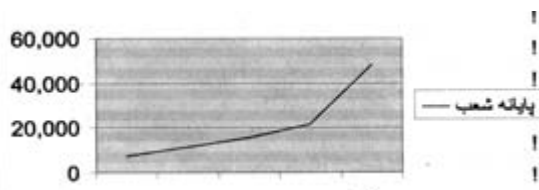


امنیت خدمات الکترونیکی و حمایت از مشتریان در مقابل بروز خطا و تقلب، موجب جلب اعتماد آنان می‌شود.

و این مدیریت براساس آگاهی و دانایی و اصول علمی و فارغ از مدیریت سنتی باشد، نتیجتاً کارایی و بهره‌وری لازم در راستای منافع مالی و رسیدن به چشم‌انداز ۲۰ ساله اقتصاد کشور را خواهیم داشت. در نظام بانکی هم پیاده‌سازی این سیستم نوین بانکی، صرفه‌جویی اقتصادی در هزینه‌های بانکی، کاهش ترافیک، آلودگی هوا، سوخت، چاپ اسکناس، ایاب و ذهاب، و همچنین گسترش محدوده جغرافیایی عملیات بانکی، افزایش امنیت و ... را در بر خواهد داشت.

در حال حاضر، حدود ۲۰ بانک دولتی و خصوصی به طور مستقیم طرح‌های بانکداری الکترونیکی را اجرا می‌کنند و در این سال‌ها بحث خدمات بانکداری الکترونیکی کمابیش مطرح بوده است، ولی هنوز مردم به سیستم بانکی نگاهی یکسان و هماهنگ با بانکداری الکترونیکی ندارند. سطح اطلاعات پایین اغلب مردم و عدم اعتماد آنان به خدمات نوین، نشان می‌دهد که شبکه بانکی و آحاد مردم نیاز به آموزش و فرهنگ‌سازی عمومی دارند و مهمترین عامل عدم تحقق بانکداری الکترونیک در کشور نیز همین ضعف بستر فرهنگی می‌باشد. جهت پیاده‌سازی فرهنگ بانکداری الکترونیکی در کشور می‌بایست در کلیه حوزه‌ها، از جمله در آموزش، قوانین و مقررات، نرم‌افزار و سخت‌افزار و شبکه ارتباطات و امنیت اطلاعات و ... اقدامات مؤثر و پرشتاب صورت پذیرد تا بتوان نگرش آحاد مردم را به طرف استفاده از این خدمات سوق داد. با تغییر نگرش و اصلاح الگوی مصرف، آثار آن که همانا صرفه‌جویی‌های اقتصادی و ملی است، به دنبال خواهد آمد.

نمودار شماره یک



۸) بسته مخابراتی پرسرعت برای ارتباطات اینترنتی و نرم افزارهای کارآمد می‌تواند در انگیزش مشتریان برای استفاده از این خدمات مؤثر باشد.

۹) بانک‌ها به کمک دولت و سازمان صداوسیما و سایر رسانه‌ها، به جای افزایش تبلیغات تجاری خود، اقدام به آموزش عمومی و اطلاع‌رسانی در خصوص امکانات خدمات بانکداری الکترونیکی خود بنمایند تا ضمن آموزش مردم، امکانات جدید نیز به جامعه معرفی گردد.

۱۰) اضافه نمودن درس بانکداری الکترونیکی در واحدهای دانشگاهی و همچنین ترویج استفاده از این خدمات در مراکز آموزش و پرورش که می‌تواند نقش مؤثر و کارآمدی در ترویج فرهنگ این نوع خدمات در کشور داشته باشد.

۱۱) با توجه به اینکه بیشتر افراد جامعه از تلفن همراه استفاده می‌نمایند، لذا با نصب نرم‌افزار مربوطه در گوشی تلفن می‌توان از آن به عنوان یک پایانه فروش کالا جهت پرداخت‌های الکترونیکی استفاده نمود. به عبارت دیگر، با وجود بیش از سی میلیون سیم‌کارت در سطح کشور، به همان تعداد می‌توان پایانه‌های پرداخت الکترونیک در جامعه راه‌اندازی کرد که این عمل می‌تواند در توسعه فرهنگ خدمات الکترونیکی و صرفه‌جویی اقتصادی نقش بسیار مؤثری داشته باشد.

۱۲) مرکز فرهنگ‌سازی و آموزش بانکداری الکترونیکی کشور (فابا) با نقش محوریت و مدیریت خود با همکاری سیستم بانکی می‌تواند ترویج گفتمان بانکداری الکترونیکی و به تبع آن فرهنگ‌سازی در جامعه را پیاده‌سازی نماید.

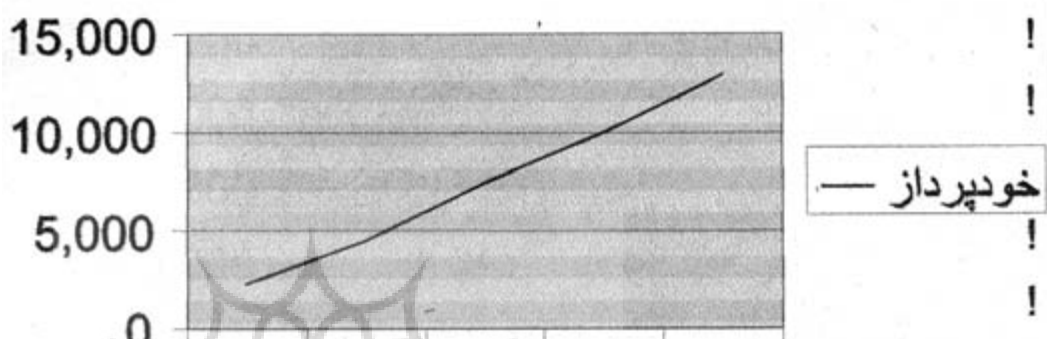
نتیجه‌گیری

اصلاح الگوی مصرف، یک راهبرد اساسی برای کشور است که تحقق آن آثار و برکات فراوانی را در پی خواهد داشت. اگر با نگرش مدرن به الگوی مصرف نگاه کنیم، یعنی در حوزه مدیریتی به مفهوم نوین آن پرداخته شود

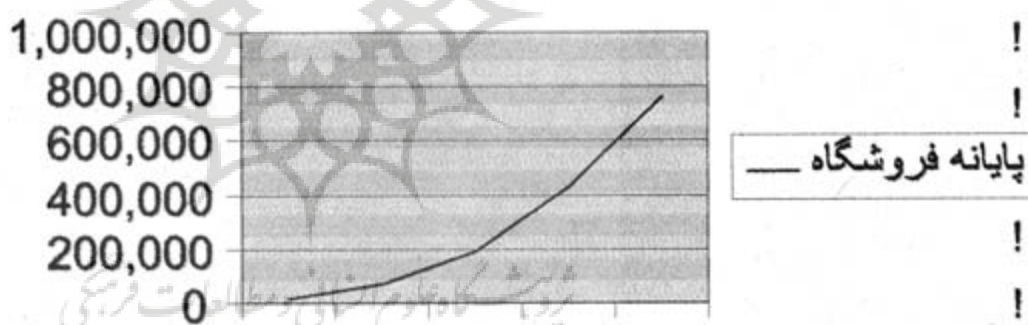
تفاوت هزینه پرداخت یک قبض خدمات شهری از طریق شعبه و از طریق اینترنت، حدود ۴۰۰۰ ریال است.



نمودار شماره دو



نمودار شماره سه



نمودار شماره چهار



منابع

- (۱) یاشار بهمند/ حیات نو/ چالش بانکداری الکترونیک/ سایت اینترنت.
- (۲) رضا سید جوادین، مریم سقطچی/ بانکداری الکترونیک و سیر تحول آن در ایران/ سایت اینترنت.
- (۳) مرکز فرهنگ سازی و آموزش بانکداری (فابا)/ مجله بانکداری الکترونیک/ از شماره ۱۰ تا ۱۵/ ۸۸-۱۳۸۷.
- (۴) بانکداری الکترونیک و پول الکترونیک/ سایت اینترنتی دولت.

5) Panait Nicoleta/ Modern Solution for the Banking Distribution Channel: E- Banking Strategy/ Cost and Benefits'.

6) Olga Lustsik/Can E-Banking Services be Profitable?/ University of Tartu/2004.