

قسمت دوم و پایانی

مزیت‌های بانکداری الکترونیک

دکتر نوروز کهزادی

رئیس هیأت مدیره و مدیر عامل بانک توسعه صادرات ایران

اشاره:

در قسمت اول این مقاله، در ابتدا به تعریفی از بانکداری الکترونیک پرداختیم و کانال‌های ارائه خدمات بانکداری الکترونیک را برشمردیم. سپس به قابلیت کاهش هزینه از طریق بکارگیری سیستم‌های بانکداری الکترونیک اشاره شد و آمارهایی را در این خصوص آوردیم. در قسمت پایانی این مقاله مزیت‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت بانکداری الکترونیک تشریح می‌شود و همچنین مسائل و مشکلاتی که در سر راه این سیستم در ایران وجود دارد بررسی شده و راه‌حلی را به عنوان پیشنهاد مطرح می‌سازیم.

بانکداری الکترونیک به عنوان یک "اجبار" برای بانک‌های خرد در سرتاسر اروپا مطرح شده است و با توجه به افزایش مداوم خدمات به هنگام بانک‌ها فرصت‌های بالقوه‌ای را برای ارائه خدمات یافته‌اند. اصولاً بانکداری الکترونیک مزیت‌های

است:

زیادی برای بانک‌ها دارد و طبق تحقیقات انجام شده DM اهم مزیت‌های بانکداری الکترونیک را به شرح زیر عنوان کرده است:

- تمرکز بر کانال‌های توزیع جدید
- ارائه خدمات اصلاح شده به مشتریان
- استفاده از استراتژی‌های تجارت الکترونیک

بانک‌ها به منظور اصلاح خدماتشان تمایل به استفاده از سیستم‌های بانکداری الکترونیک دارند و به منظور دستیابی به این مهم باید آنها درصدد جمع‌آوری و مدیریت اطلاعات باشند. همچنین بانک‌های پیشرو به بانکداری الکترونیک به عنوان زیربنایی برای پیاده‌سازی استراتژی‌های تجارت الکترونیک می‌نگرند و عقیده دارند که تنها در صورت وجود بانکداری الکترونیک است که شرکت‌ها می‌توانند استراتژی‌های تجارت الکترونیک خود به اجرا در بیاورند مضافاً اینکه بانکداری الکترونیک از دیدگاه کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت دارای مزیت‌های بالقوه‌ای است که این مزیت‌ها از دیدگاه DM به شرح زیر

مزیت‌های کوتاه‌مدت بانکداری الکترونیک

در اینجا عبارت کوتاه مدت به دوره زمانی یکساله پس از آغاز بانکداری الکترونیک اطلاق می‌شود که اهم ویژگی‌های این دوره عبارتند از:

- رقابت یکسان
- نگهداری مشتری
- جذب مشتری

هنگامی که بانک‌ها وارد بازارهای الکترونیک و ارائه خدمات به هنگام می‌شوند با افزایش فشار رقابتی از طرف رقبا روبرو می‌شوند. در این شرایط رقابتی سنتی و تازه وارد، خدمات متنوعی را بر اساس دستیابی به مزیت‌های رقابتی ارائه می‌دهند و لذا بانک‌ها مجبورند به منظور دستیابی به مزیت‌های رقابتی خدمات متنوعی را همانند رقبا به مشتریان ارائه دهد و هدف بانک‌ها، در این مقطع زمانی (کوتاه مدت) شناساندن خود به مشتریان و برطرف

کردن نیازهای آنها است. علاوه بر این، در این مقطع زمانی بانکها باید اطمینان حاصل کنند که مشتریان آنها به سمت رقبا کشیده نخواهند شد و سؤالی که در اینجا مطرح می شود این است که آیا بانکها در صورت ارائه خدمات الکترونیک با ریسک تغییر بانک توسط مشتریان روبرو خواهند شد؟

نتایج بدست آمده از تحقیقاتی که DM بر روی خدمات بانکداری الکترونیک انجام داده حاکی از آن است که مشتریان هیچگونه تمایلی برای تغییر بانکها و حسابهایشان ندارند. در برخی از کشورهای اروپایی بویژه انگلستان مشتریان برای استفاده از خدمات

بانکداری الکترونیک حساب دیگری را باز کرده اند و بدون اینکه حسابهایشان را تغییر دهند با افتتاح حساب از این خدمات بهره می برند. یا به زبانی دیگر مشتریان با توجه به سهولت گشایش حساب جدید حتی به خود زحمت بستن حساب قبلی را نمی دهند که عملاً در نتیجه بانکها نمی توانند به صورت ملموس دریابند که مشتریان خود را از دست داده اند و لذا در درازمدت شاید امکان جلوگیری از خسارت های وارده به راحتی میسر نباشد.

مزیت های میان مدت بانکداری الکترونیک

اهم ویژگی این دوره عبارتست از:

- یکپارچه سازی کانال های مختلف
- مدیریت اطلاعات
- گستردگی طیف مشتریان
- هدایت مشتریان به سوی کانال های مناسب با ویژگی های مطلوب
- کاهش هزینه

یکی از پیامدهای مهم پیاده سازی و اجراء سیستم های بانکداری الکترونیک ادغام کانال های مختلف

توزیع خدمات است و اصولاً ادغام این کانالها، بانکها را در ارائه خدمات مناسب به مشتریان توانا ساخته و در نتیجه بانکها می توانند از طریق این کانالها خدمات متنوعی را به مشتریان ارائه دهند. علیرغم این، مشکلی که بانکها در حال حاضر به منظور ارائه خدمات مناسب به مشتریان مختلف با آن روبرو هستند

مشتریان با توجه به سهولت گشایش حساب جدید حتی به خود زحمت بستن حساب قبلی را نمی دهند که عملاً در نتیجه بانکها نمی توانند به صورت ملموس دریابند که مشتریان خود را از دست داده اند

وجود پایگاه های اطلاعاتی مختلف است، به طوری که یک شعبه دارای پایگاه اطلاعاتی خاص خود است و بانکداری تلفنی نیز دارای یک پایگاه اطلاعاتی دیگر که باعث می شود بانکها نتوانند خدمات مناسبی را به مشتریان مختلف ارائه دهند.

راه برطرف کردن این مشکل، ادغام و یکپارچه سازی پایگاه های اطلاعاتی مختلف است که از مزیت های این ادغام اصلاح مدیریت اطلاعات و مدیریت ارتباط با مشتری^۲ (CRM) است. بانکها از طریق این پایگاه اطلاعاتی قادر به جمع آوری و پردازش بهینه اطلاعات در مورد مشتریان سودآور خود هستند و می توانند خدمات ویژه ای را به آنها ارائه دهند.

مزیت های بلندمدت بانکداری الکترونیک

در اینجا عبارت بلندمدت به دوره زمانی ۱۸ ماه پس از شروع بانکداری الکترونیک اطلاق می شود

که در این دوره بانکها از طریق کاهش هزینه و صرفه جویی نسبت به مقیاس، درآمدهایشان افزایش می یابد. اهم این ویژگی ها به شرح زیر است:

- کاهش هزینه پردازش معاملات
- ارائه کالاها و خدمات به مشتریان بازار هدف
- ایجاد درآمد

همانطوری که بانکها در جهت پردازش معاملات از طریق اینترنت و ابزار الکترونیک حرکت می کنند، با افزایش حجم معاملات، آنها به صرفه جویی نسبت به مقیاس دست خواهند یافت و در نتیجه این صرفه جویی هزینه پردازش معاملات را کاهش خواهد داد.

علاوه بر این مشتریان نیز می توانند با استفاده از کانال های تعاملی با بانکها ارتباط برقرار کرده و اطلاعات مورد نیازشان را دریافت کنند.

ایران و چالش جدید بانکداری الکترونیک:

برای استفاده از هر پدیده جدید ارتباط برقرار کردن با متخصصان امری ضروری است، علاوه بر این، برای اینکه پدیده ای بتواند به نحو مطلوب پیاده و اجراء شود نیاز است که آموزش های لازم به کاربران آن داده شده و مقاومت هایی که بر سر استفاده از این پدیده ها وجود دارد از میان برداشته شود.

استفاده از این نوآوری ها وابسته به گرایشات افراد به منظور اتخاذ آن و ایجاد تطابق بین نوآوری و مسائل اقتصادی، اجتماعی و ویژگی های آن است. در حقیقت تئوری کلاسیک بر نقش ارتباطات در فرآیند پراکندگی نوآوری تکیه می کند: فرآیند اتخاذ یک نوآوری

بازارهای امروزی نیاز به اتخاذ این فرآیندها دارند. مطالعات اخیر بیانگر این واقعیت است که پیچیدگی از بکاربردن نوآوری‌های جدید در صنایع بانکداری اثرات منفی بر اتخاذ این روش‌ها گذاشته است. بنابراین موفقیت در استفاده از مکانیزم‌های بانکداری الکترونیک بر ساده‌سازی فرآیند ارتباطات و کاهش پیچیدگی‌ها وابسته است و بانک‌ها باید تا می‌توانند این پیچیدگی‌ها را به حداقل برسانند.

با توجه به اینکه تعداد مشتریان و تقاضای آنها به منظور دریافت خدمات از صنایع بانکی افزایش یافته و اکثر بانک‌ها در سطوح بین‌المللی خدمات الکترونیک به مشتریان ارائه می‌دهند، فشار مشتریان بر بانک‌ها به منظور دریافت خدمات مالی به هنگام افزایش یافته است. بانکداری الکترونیک از طریق استفاده از استراتژی‌های مناسب و پیاده‌سازی و اجراء آنها و از طریق اولویت‌بندی کاربرد تکنولوژی در صنایع بانکی و تمرکز بر فعالیت‌های سودآور، زمینه‌ای را برای اصلاح فعالیت‌های بانک‌های سنتی در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده است. برای پیاده‌سازی و اجراء بانکداری الکترونیک در ایران سه جنبه باید مورد بررسی قرار گرفته شود:

۱. امکانات بالقوه بانکداری الکترونیک در ایران

صنایع مالی و بالاخص صنعت بانکداری، برای ارائه خدمات مناسب و متناسب با نیاز مشتریان به رایانه و شبکه‌های اطلاعاتی گسترده نیاز دارد. سیستم‌های بانکداری الکترونیک شرایطی را به منظور برآورده ساختن این نیاز فراهم می‌آورد و ابزار و تجهیزاتی را در اختیار بانک‌ها و مشتریان قرار می‌دهد که آنها بتوانند به نحو مطلوب با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و در این ارتباط و تعامل

باعث به تأخیر افتادن فرآیند پیاده‌سازی و بکارگیری سیستم‌های بانکداری الکترونیک شده است.

برای استفاده از سیستم‌های بانکداری الکترونیک قوانین و مقررات خاصی مورد نیاز است که مستلزم توجه وافر مجلس و دولت به آن است.

لازم به ذکر است که برای انجام فعالیت‌های خود تنها به تکنولوژی‌های موجود نباید تکیه کنیم بلکه باید در صدد استفاده از تکنولوژی‌های جدید، به منظور انجام بهینه فعالیت‌های بانکی باشیم. بانکداری الکترونیکی یک فرآیند مهندسی مجدد است. که با توجه به تکنولوژی‌های نوین بکار برده می‌شود و اساساً تکنولوژی‌هایی که بانک‌های ایرانی به منظور استفاده از فرآیندهای بانکداری الکترونیکی می‌خواهند اتخاذ کنند باید با فرآیندهای موجود بانک متناسب بوده، و همچنین با ساختار سازمانی بانک سازگار باشد. در عصر الکترونیک و با توجه به تغییرات سریع در محیط‌های تجاری، اتخاذ فرآیندهای بانکداری الکترونیک برای بانک‌های ایران ضروری است و بانک‌های ایران به منظور فعالیت در

گام‌هایی سیستماتیک هستند که بر روش‌های مختلف، از طریق کانال‌های اطلاعاتی مختلف، اثر می‌گذارند.

سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چه نوع ساختار سازمانی، فرهنگی و مهارتی بانک‌ها باید داشته باشند تا بتوانند از اقتصاد شبکه‌ای استفاده کنند؟ اول اینکه بانکی که در صدد انجام فعالیت در عصر اینترنت است نیاز به ساختار سازمانی منعطف دارد و مدیران بانک‌ها می‌توانند با استفاده از دانش فنی و فن‌آوری‌های برتر، شرایطی را ایجاد کنند که به راحتی بتوانند در این محیط‌های پویا به فعالیت خود ادامه داده و مزیت‌های بالقوه آن را کسب کنند.

برای استفاده از سیستم‌های بانکداری الکترونیکی قوانین و مقررات خاصی مورد نیاز است که مستلزم توجه وافر مجلس و دولت به آن است. با توجه به این حقیقت، برخی از کشورها قوانین و مقررات خاصی را برای استفاده از این سیستم‌ها وضع کرده‌اند و این قوانین در کنار قوانین سنتی بانکداری نقش ایفاء می‌کنند و شرایطی را به منظور استفاده بهینه از

این سیستم‌ها ایجاد کرده‌اند. از طرفی دیگر، دولت‌ها به منظور تشویق افراد جامعه به استفاده از این سیستم‌ها و ایجاد محرک‌هایی برای بکارگیری این خدمات باید سیاست‌های متنوعی را اتخاذ کنند که از جمله این سیاست‌ها می‌توان به سیاست حفاظت از دارایی‌های معنوی، سیاست‌های مالیاتی اشاره کرد.

برای اتخاذ تدابیر فوق لازم است که اطلاعات متنوعی از منابع مختلف کسب شود تا از آن طریق قانونگذاران بتوانند قوانین و مقررات مورد نیاز را اتخاذ نمایند. متأسفانه دسترسی به این اطلاعات در برخی از کشورها (بخصوص کشورهای در حال توسعه و کشورهای کمتر توسعه یافته) مشکل است و اغلب سازمان‌های خصوصی و دولتی از ارائه این گونه اطلاعات اجتناب می‌ورزند و این خود

فعلی سازمان و از طریق تشریح مؤثر نیازهای تغییر به سطوح مربوطه با ارائه وضعیت مطلوب و یک برنامه منسجم باید اجرا گردد.

(۲) ایجاد سازمان ویژه‌ای جهت انجام مهندسی مجدد:

این سازمان باید از ساختار مناسب، شرح وظایف شفاف و افراد ذیصلاح بهره‌مند گردد.

(۳) شناخت فرصت‌های مهندسی مجدد:

شناخت این فرصت‌ها در گرو شناخت و گردآوری ابزار سنجش عملکرد درون و بیرون سازمانی بانک است که با استفاده از آنها و اولویت‌بندی صحیح نیازها منطبق بر نیازهای واقعی مشتریان بانک می‌باشد. علاوه بر این شناخت ویژگی‌های کلیدی و موانع بالقوه و بالفعل و سنجش صحیح نوع و میزان مقاومت از دیگر ابعاد این بخش می‌باشد.

(۴) شناسایی دقیق، شفاف و روشنمند فرآیندهای موجود بانک:

موفقیت یا شکست هر مهندسی مجدد در گرو هدف‌گذاری صحیح و منطقی و منطبق بر فرآیندهای موجود بانک است که بتوان از این طریق به راهکارهای مناسب ارتقاء کارائی فرآیندها دست یافت.

(۵) مطالعه فن‌آوری‌های موجود جهان و انتخاب سیستم‌های مناسب:

فن‌آوری و سیستم‌ها باید به نحوی انتخاب گردند که نه تنها استانداردهای رایج صنعت

مورد سیستم‌های بانکداری الکترونیک

- عدم آگاهی کافی کاربران در مورد سیستم‌های رایانه‌ای
- عدم آگاهی افراد جامعه نسبت به سیستم‌ها و مزیت‌های آن
- عدم حمایت کافی از طرف دولت و مجلس
- عدم توجه کافی به مسائل فرهنگی
- عدم توجه کافی به مسائل امنیتی در

فشار مشتریان بر بانک‌ها به منظور دریافت خدمات مالی بهنگام افزایش یافته است.

تبادل اطلاعات

- عدم توجه کافی به مسائل برنامه‌ریزی استراتژیک

۳. راه‌حل‌های پیشنهادی

برای برطرف کردن مسائل فوق راه‌حل‌های مختلفی وجود دارد که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- به کارگیری افراد متخصص و متعهد در انجام امور
- آموزش کارکنان بانک و مطلع‌نمودن آنها از مزایای سیستم جدید و ضرورت اجرای آن

- استفاده از رسانه‌های گروهی برای آگاه ساختن مردم از مزایای این سیستم‌ها

- ارتقاء امنیت شبکه‌های رایانه‌ای
- ایجاد ارتباط بهینه با مشتریان

- حمایت قانونی و حقوقی از جانب قوای مقننه، مجریه و قضائیه

مؤثرترین روش اجرای بانکداری الکترونیک موفق و کارا رعایت اصول مهندسی مجدد بانک‌ها است که اهم این فعالیت‌ها به شرح زیر می‌باشد:

(۱) تغییرات سازمانی در بانک:

این تغییرات با توجه به وضعیت

دو طرفه بانک‌ها می‌توانند اطلاعات مختلفی را در مورد مشتریان، نیازها و سلیق بدست آورند و بالطبع مشتریان نیز می‌توانند از خدمات متنوعی که بانک به آنها ارائه می‌دهد استفاده کنند و از مزیت‌های بانکداری الکترونیک بهره‌مند شوند. این مزیت‌ها را در ایران می‌توان از جنبه‌های مختلف مورد بررسی قرار داد که اهم آنها عبارتند از:

- کاهش زمان پردازش اطلاعات

- اصلاح کنترل مدیریتی
- افزایش سهم بازار
- افزایش بهره‌وری بانک
- استفاده از فرصت‌های بالقوه بازار
- افزایش توانایی رقابت با رقبای خارجی
- استفاده بهینه از منابع و امکانات
- استفاده بهینه از توانایی و قابلیت کارکنان

- تعدیل رویه‌های موجود بانک

در این جا این امر مشهود است که هنگامی که بانک‌ها در جهت استفاده از سیستم‌های بانکداری الکترونیک حرکت می‌کنند با پیامدها و موانع متعددی روبرو می‌شوند که باید آنها را برطرف سازند.

۲. عوامل بازدارنده استفاده وسیع از سیستم‌های بانکداری الکترونیک ایران

با توجه به این موضوع که بانکداری الکترونیک پدیده نوین در صنعت بانکداری است، ممکن است بانک‌ها برای پیاده‌سازی آن از طرف کارکنان با مقاومت‌های شدیدی روبرو شوند که باعث عدم بکارگیری آن در سطح وسیع می‌شود. از جمله این دلایل می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- مقاومت کارکنان در مقابل تغییر
- عدم وجود قوانین و مقررات مدون در

بانکداری تبعیت نمایند بلکه توان دستیابی به چشم‌اندازهای استراتژیک بانک در راستای ارائه خدمات مؤثر به مشتریان توأم با قابلیت انعطاف و بازبودن را دارا باشند.

۶) تهیه طرح تفصیلی یا برنامه جامع سیستم بانکداری الکترونیک:

با توجه به جریان کاری جدید، مدل‌سازی‌های انجام فعالیت‌ها- از منظرهای ساختار سازمانی، جریان داده، توابع خود کار و کنترل‌های مربوطه گزارش‌های فنی/اقتصادی مورد نیاز مدیران استراتژیک و سطوح مختلف تصمیم‌سازی تهیه می‌گردد. در این طرح باید ویژگی‌های فن‌آوری سیستم‌ها، تعریف ارزش‌ها و نیازهای فرهنگی سطوح مختلف بیان گردند.

۷) انجام انتقال از سیستم‌های موجود به سیستم‌های جدید:

تهیه و تدوین استراتژی انتقال، برنامه عملی، معیارهای اندازه‌گیری عملکرد در طول اجرا، درگیر نمودن کلیه افرادی که از این انتقال بهره‌مند می‌گردند در انجام موفقیت‌آمیز انتقال ضروری است. علاوه بر این پرداختن هر چه سریع‌تر به ایجاد سازمان جدید، ارزیابی توان و قابلیت نیروی کار و مهارت‌های مورد نیاز می‌تواند به کارایی هر چه بیشتر این حرکت بیانجامد. پس از انجام این امور باید:

نتیجه‌گیری و نظرات

نفوذ تجارت الکترونیک

در سطح جهان از طریق بانک‌ها و سازمان‌های تجاری اثر چشم‌گیری را بر استراتژی‌های تجاری شرکت‌ها گذاشته است. امروزه انجام فعالیت‌های تجاری از طریق اینترنت رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است و طبق تحقیقات Forrester فروش به هنگام از طریق اینترنت در سال ۲۰۰۰ بالغ بر ۳۰۰ میلیارد

با گسترش نفوذ اینترنت مرزها از بین خواهد رفت و بانک‌های کشورهای دیگر وارد صحنه رقابت خواهند شد، و در این زمان است که مشتریان به سوی بانک‌هایی که خدمات مناسب‌تری را به آنها ارائه دهند حرکت خواهند کرد و دیگر بانک‌های سنتی قادر به مقاومت در برابر بانک‌های نوین نخواهند بود.

دلار بوده و این مبلغ در سال ۲۰۰۲ به مبلغی حدود ۴۸۸ میلیارد دلار خواهد رسید علاوه بر این، پیش‌بینی شده که در سال ۲۰۰۲ در نتیجه انجام فعالیت‌های تجاری به صورت B۲B مبلغی حدود ۳۲۷ میلیارد دلار را در بر خواهد داشت. انتظار است که در طی ۵ سال آینده، بانک‌ها و شرکت‌های تجاری یا باید به انجام فعالیت به صورت الکترونیک روی بیاورند و یا این که دیگر نمی‌توانند به عنوان یک بانک و یا شرکت فعالیت کنند. امروزه اینترنت، با توجه به قدرتی که به منظور انجام فعالیت‌های تجاری به صورت الکترونیک ایجاد کرده، باعث تدوین قوانین جدیدی شده است. انجام فعالیت‌های تجاری بدون استفاده از سیستم‌های تجارت الکترونیک مانند انجام فعالیت‌های تجاری

در حال حاضر بدون استفاده از تلفن است. نه تنها در ایران بلکه در کلیه کشورهای نمی‌توان به اینترنت به عنوان یک ابزاری که در کوتاه‌مدت مناسب است توجه کرد بلکه باید به آن به صورت بلندمدت توجه نمود. پروژه‌های تجارت الکترونیک باید با برنامه‌های استراتژیک بانک‌ها هماهنگ شده باشد و امروزه مهمترین اثرات استراتژیک در سطح واحد تجاری عبارتند از: ارزش افزوده، تفکیک، رهبری هزینه، تمرکز و استراتژی‌های رشد تجاری.

این نوشتار بیانگر این واقعیت است که سیستم‌های بانکداری الکترونیک، باید از طرف بانک‌ها مورد استفاده قرار گیرد و بانک‌ها چاره‌ای به جز استفاده از این سیستم‌ها را ندارند، به دلیل اینکه با گسترش نفوذ اینترنت مرزها از بین خواهد رفت و بانک‌های کشورهای دیگر وارد صحنه رقابت خواهند شد، و در این زمان است که مشتریان به سوی بانک‌هایی که خدمات مناسب‌تری را به آنها ارائه دهند حرکت خواهند کرد و دیگر بانک‌های سنتی قادر به مقاومت در برابر بانک‌های نوین نخواهند بود. ■

۱. در اینجا عبارت میان‌مدت به دوره زمانی بین ۱۲ تا ۱۸ ماه پس از آغاز بانکداری الکترونیک اطلاق می‌شود.