

بانکداری نوین



گرد آوری، تهیه و تنظیم: داریوش امینی شعبه کرمانشاه

فرضیه‌های تحقیق تنظیم و به بوته آزمون نهاده شد. و نتایج قابل توجهی به دست آمده است. .
واژگان کلیدی: تجهیز منابع پولی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت نیروی انسانی، تنوع خدمات بانکی، کیفیت خدمات بانکی، رضایت مشتریان.

مقدمه

شاید بارزترین پدیده بانکداری در عصر حاضر جهانی شدن باشد. بانکها و مؤسسات مالی در گذشته از طریق انجام عملیات بانکی به جذب منابع مالی میپرداختند. در حال حاضر بانکها مانند سایر سازمانها در سطح جهانی داد و ستد می‌کنند، از طرفی با توسعه روزافزون تکنولوژی و صنعتی شدن کشورها در جذب منابع مالی تغییرات چشمگیری به وجود آمده است، به نحوی که شبکه‌های اتوماسیون بانکی و بانکداری اینترنتی یکی از مهمترین راههای تجهیز منابع مالی برای بانکها و مؤسسات مالی شده اند. امروزه بانکها برای افزایش قدرت نقدینگی و بالا بردن کیفیت خدمات خود، خدمات مالی غیربانکی نیز به مشتریان ارائه می‌کنند و با خرید سازمانهای کارگزاری مانند شرکت‌های بیمه و

در بانکداری نوین مؤلفه‌های متعددی وجود دارند که بر روند تجهیز منابع پولی بانکها و مؤسسات مالی تأثیر می‌گذارند. شناسایی و تعیین میزان تأثیر و نوع ارتباط این مؤلفه‌ها با موفقیت بانکها در تجهیز منابع پولی مقوله‌ای مهم می‌باشد. امروزه شرایط و موقعیت‌های مؤسسات مالی و بانکها با یکدیگر یکسان نیست و ممکن است مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجهیز منابع پولی حتی برای هر یک از شعب یک گروه بانکی متفاوت باشد. مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت ۲، نیروی انسانی شاغل در بانکها، تنوع و کیفیت ۳ خدمات بانکی، رضایت مشتریان از کارکنان و مطلوبیت محیط داخلی و محل استقرار شعب در بانکداری نوین ابزارهای مهمی هستند که برای جذب بهینه منابع پولی از آنها استفاده می‌شود. در این مقاله ابتدا مفهوم تجهیز منابع پولی و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن مورد بررسی قرار گرفته و سپس در مورد میزان تأثیر و نوع رابطه مؤلفه‌ها بر تجهیز منابع پولی بحث شده است. این مقاله تحقیقی در پی پاسخگویی به این سؤال است که آیا بین مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجهیز منابع پولی و موفقیت بانکها و مؤسسات مالی در جذب منابع مالی رابطه وجود دارد؟ به منظور پاسخگویی به این سؤال

تجهیز منابع پولی از همان ابتدا که بشر به زندگی اجتماعی روی آورد و داد و ستد و مبادله کالا را شروع کرد آغاز شد و همواره اصلی‌ترین وظیفه سیستم بانکی بوده است

نویسن، بانک‌ها در زمینه‌های مالی غیر بانکی خدمات متعددی به مشتریان ارائه می‌دهند و ارائه خدمات نوین مانند بانکداری سرمایه گذاری، انجام اموری مه و مسکن و تولید باعث شده منابع جدیدی به بانک‌ها سرازیر شود و در واقع در بانکداری نوین، بخش عمده‌ای از منابع از طریق فعالیت‌های غیربانکی به دست می‌آید (زریباف، ۱۳۸۲، ص ۸).

در نظام بانکی ایران تجهیز منابع با توجه قوانین بانکداری اسلامی از دو طریق انجام می‌شود:

۱- از طریق جذب سپرده‌های قرض الحسنه جاری و پس انداز، که منابع مالکانه نامیده می‌شوند.

۲- از طریق جذب سپرده‌های مدت‌دار، که منابع وکالتی نامیده می‌شوند (هدایتی، ۱۳۸۳، ص ۷).

در بانکداری نوین (علاوه بر انجام فعالیت‌های واسطه‌گری) عملیات تجهیز منابع مالی از طریق فعالیت‌های در پی آمده انجام می‌گیرد:

۱- جذب منابع مالی از طریق ایجاد شعبات و واحدهای فرعی در کشورهای خارجی

۲- انجام فعالیت‌های غیربانکی با خرید سازمان‌های کارگزاری مانند شرکت‌های بیمه و نگاه‌های معاملات ملکی

۳- ارائه خدمات مالی غیربانکی مانند کارگزاری، بیمه، صندوق بازنشستگی، مدیریت دارایی‌ها، امور ساختمان و... به مشتریان

۴- ارائه خدمات به مشتریان خرده پا که نیاز به خدمات مشخصی دارند

۵- ارائه خدمات به شرکت‌های بزرگ و سازمان‌های دولتی

۶- ارائه خدمات مشاوره‌ای در سرمایه‌گذاری، خرید و فروش سهام و مبادله ابزارهای مالی، ارز و مشتقات آن

۷- تجهیز منابع پولی از طریق ابزارهای غیر ترازنامه‌ای مانند اعتبارات اسنادی و اوراق بهادار مشتقی (هفرنان، ۱۳۸۲، صص ۵۳-۴۳).

مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجهیز منابع پولی در بانکداری نوین در این بخش به اختصار به معرفی مؤلفه‌هایی که موجب افزایش قدرت بانک‌ها در جذب منابع مالی می‌شوند می‌پردازیم. هر چند

در ایران بعضی از پارامترها به دلیل ضعف در بازاریابی بانکی ناشناخته باقی مانده‌اند، ولی با بازاریابی بانکی و از طریق تحقیق و نظر خواهی علمی از کارکنان و مدیران با تجربه در سیستم بانکی و مشتریان بانک‌ها، عوامل مؤثر حتی برای هر شعبه از یک بانک نیز قابل شناسایی است.

۱- فناوری اطلاعات و ارتباطات

در بخش بانکداری، نوآوری‌های جدید مانند پول الکترونیکی، پایانه‌های انتقال و دریافت و پرداخت اتوماتیک، بانکداری مجازی و بانکداری اینترنتی لحظه‌ای تحول عظیمی را در این

معاملات ملکی در بازارهای غیر رسمی نیز فعالیت می‌کنند و منابع عمده ای را به سمت خود جذب مینمایند. واقعیتی که بانک‌ها و مؤسسات مالی در ایران نباید از آن غافل باشند این است که در یک بازار رقابتی سالم جهانی، منابع مالی چه از طریق عملیات بانکی و چه از طریق فعالیت‌های غیربانکی به راحتی قابل دسترسی نمیباشد. بانک‌ها و مؤسسات مالی برای انجام فعالیت‌های بانکی مطابق استانداردهای جهانی و همچنین برای انجام فعالیت‌های مالی غیربانکی نیاز به بسترسازی و انجام اصلاحات اساسی در ساختار خود دارند. در عصر حاضر به دلیل وجود رقابت بین بانک‌ها و مؤسسات مالی برای جذب بیشتر منابع، تسلط بر مؤلفه‌های مؤثر بر تجهیز منابع مالی اهمیت ویژه‌ای یافته است. در این مقاله پژوهشی، ما به مطالعه و بررسی مؤلفه‌های تأثیرگذار بر جذب منابع مالی پرداخته‌ایم. جذب منابع مالی علاوه بر اینکه مهمترین رسالت مؤسسات مالی و بانک‌ها میباشد، تأثیر مهمی در تنظیم صحیح گردش پول و استقرار یک نظام پولی و اعتباری صحیح و متناسب با برنامه‌های بلندمدت و کوتاه مدت کشور دارد. مؤلفه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری متعدد باعث میشوند که جذب منابع مالی در بانک‌ها، با روشی صحیح و در مسیری مناسب انجام گیرد. برنامه ریزی و سیاستگذاری مؤسسات مالی و بانک‌ها در ایران می‌بایست بر اساس شرایط و موقعیت‌های خاص هر مؤسسه و بر پایه بررسی‌های به عمل آمده از مؤلفه‌های مؤثر در جنب منابع مالی باشد.

تجهیز منابع پولی در بانکداری نوین

تجهیز منابع پولی از همان ابتدا که بشر به زندگی اجتماعی روی آورد و داد و ستد و مبادله کالا را شروع کرد آغاز شد و همواره اصلی‌ترین وظیفه سیستم بانکی بوده است. بدین ترتیب بانک‌ها سپرده‌های مازاد در دسترس مردم را جمع‌آوری می‌کردند و با دادن وام به افراد نیازمند وظیفه سنتی خود یعنی واسطه‌گری را میان سپرده‌گذاران و وام‌گیرندگان ایفا می‌کردند.

در عصر حاضر مؤسسات مالی و بانک‌ها برای تجهیز منابع مالی نیاز به تغییرات اساسی در محصولات و خدمات خود دارند و با خدمات ساده و ساختار سنتی بانکداری واسطه‌گری نمی‌توانند در عرصه‌های جهانی به تجهیز منابع بپردازند. در بانکداری



بخش ایجاد کرده‌اند و باعث ارتقای کارایی، بهره‌وری، سرعت دربرقراری ارتباطات و کاهش هزینه‌های عملیاتی

برای بانک‌ها شده‌اند. لذا بانک‌ها برای کسب مزیت رقابتی درعرصه‌های بازارهای مالی برای جذب منابع مالی باید ازبانکداری الکترونیکی و تکنولوژی مربوطه استفاده کنند. درایران مهمترین چالشی که بانکداری الکترونیکی با آن روبروست، نبودن فرهنگ استفاده از این تکنولوژی و حاکم بودن تجارت سنتی می‌باشد (حسینی مقدم، ۱۳۸۲، صص ۶۸-۷۳).

۳- تنوع خدمات بانکی

بانک‌ها برای ارائه خدمات نوین و محصولات جدید نیازه‌های بازاریابی نوین علمی دارند. شناسایی مشتریان و نیازهای متنوع آنها با بازاریابی نوین امکان پذیر است. دربانکداری نوین، بانک‌ها برای شناسایی مشتریان و نیازهای آنها دست به بازاریابی تک به تک و بازاریابی براساس پایگاه داده‌ها می‌زنند. بازاریابی تک به تک؛ یعنی ایجاد و مدیریت رابطه فردی با تک تک مشتریان. امروزه به دلیل بهره‌گیری ازفناوری رایانه‌ای، بازاریابی تک به تک درمقیاس وسیعی

۲- مهارت‌های نیروی انسانی

دربانک‌ها و مؤسسات مالی بیشترخدمات توسط نیروی انسانی ارائه می‌شود و تجهیز منابع درسطح استانداردهای جهانی، مستلزم داشتن کارکنانی ماهروآموزش دیده است. در بعد فنی، کارکنان باید توانایی استفاده ازتکنولوژی جدید راداشته و در شغل خود حرفه‌ای باشند، دربعد انسانی، کارکنان باید بتوانند به بهترین نحو با مشتریان درتعامل و ارتباط باشند و در بعد ادراکی نیز نیروی انسانی شاغل باید به شناسایی، تجزیه و تحلیل و حل مشکلات مشتریان پردازد (بولتون، ۱۳۸۱،

دربانک‌ها و مؤسسات مالی

بیشترخدمات توسط نیروی انسانی
ارائه می‌شود و تجهیز منابع درسطح
استانداردهای جهانی، مستلزم داشتن
کارکنانی ماهروآموزش دیده است

کی دیگر از چالشهایی که بانکداری
ایران با آن روبروست نداشتن
بازاریابی بانکی مناسب است. این
نقصان منجر به ارائه خدمات مشابه
و یکنواخت بدون توجه به نیازها و
خواسته‌های مشتریان می‌شود

صص ۵-۱). یکی دیگر از چالشهایی که بانکداری ایران با آن
روبروست نداشتن بازاریابی بانکی مناسب است. این نقصان
منجر به ارائه خدمات مشابه و یکنواخت بدون توجه به نیازها
و خواسته‌های مشتریان می‌شود.

۴- کیفیت خدمات بانکی

خدماتی با کیفیت هستند که بتوانند نیازها و خواسته‌های مشتریان
را برآورده نمایند. اگر خدمتی انتظارات مشتریان را برآورده سازد
و یا فراتر از آن باشد، دارای کیفیت است. سازمانهایی که به
صورت مستمر خدمات با کیفیت ارائه می‌دهند و به حفظ
و نگهداری مشتری اهمیت می‌دهند، سازمانهایی مشتری‌مدار
هستند. شاید حفظ و نگهداری مشتری، یکی از مهمترین
معیارهای سنجش کیفیت باشد. در بانکها و مؤسسات
مالی، عوامل متعددی بر کیفیت خدمات بانکی تأثیر می‌گذارند
از جمله: میزان نرخ بهره بانکی، سیستم‌های نظارتی و رسیدگی
به شکایات، اطلاع‌رسانی دقیق به مشتریان، سرعت ودقت
خدمات ارائه شده، انجام به موقع تعهدات توسط موسسه،
ادب و تواضع کارکنان در برخورد با مشتریان و رازداری و محرم
اسرار بودن کارکنان در خصوص اطلاعات مشتری که همگی
باعث جذب بیشتر منابع مالی می‌شوند.

قابل اجرا و اقتصادی است. تکنولوژی پایگاه داده‌ها این امکان
را به بانکها می‌دهد که رد تک به تک مشتریان خود را دنبال
کنند. بانک فوریتس که بزرگترین بانک بلژیک است دارای یک
پایگاه داده‌های غنی است که اطلاعات مشتریان در آن وجود
دارد. استفاده بانک از تکنولوژی جدید داده‌ها به آنان این امکان
را داده است که در بازاریابی، موفقیت بیشتری کسب کنند.
بنابراین با بازاریابی مناسب و علمی می‌توان استراتژی‌هایی
را به کاربرد که محصول مناسب را در زمان مناسب با ابزاری
مناسب به مشتری ارائه دهد. قطعاً بدون بازاریابی و شناسایی
نیازهای متنوع مشتریان، تجهیز منابع مالی مطابق استانداردهای
جهانی امکان‌پذیر نخواهد بود. (دوبرور، ۱۳۸۴،



۵- رضایت مشتریان از کارکنان بانکها و مؤسسات مالی

کارکنان مهمترین سرمایه هرسازمان می‌باشند و در واقع کارکنان پل ارتباطی بین سازمان و مشتریان هستند. سازمانها با استفاده از کارکنان به مشتریان خدمات کیفی ارائه می‌نمایند و رضایت مشتری راجع می‌کنند. بانکها و مؤسسات مالی نیز منابع مالی مورد نیاز خود را با مهمترین ابزارشان یعنی کارکنان از مشتریان اخذ می‌کنند. وجود و بقای یک بانک بستگی به مشتریان آن بانک دارد، اگر مشتریان نباشند بانکی نیز وجود نخواهد داشت و مهمترین مشتریان یک بانک مشتریان داخلی آن، یعنی کارکنان بانک می‌باشند.

بیشتر مشتریان بانکها به دلیل بی‌توجهی و بی‌تفاوتی کارکنان با بانکها قطع ارتباط می‌کنند. رضایت مشتریان بانکها به کیفیت خدمات دریافتی کارکنان بانک بستگی دارد و قابلیت خدمت رسانی کارکنان نیز به کیفیت خدمات داخلی سازمان وابسته است. کیفیت خدمات داخلی نیز به معنی رضایت کارکنان از خدمات دریافتی از سازمان است (اکرامی، ۱۳۸۱، ص ۲۷۵).

۶- مطلوبیت محیط داخلی بانکها و مؤسسات مالی

یک محیط خوب، می‌تواند بر رشد ارزشهای کارکنان و افزایش توان و بهره‌وری آنان اثرگذار باشد. با متنوع شدن فعالیت‌های بانکی، سازماندهی محیط کار و ایجاد محیطی آرام و بهره‌ور در سازمانها به صورتی که منجر به فعال شدن بیشتر نیروی انسانی، شادابی آنها، کاهش افسردگیها، رشد خدمات مثبت و در نهایت دستیابی به بهره‌وری مورد نظر شود، ضروری به نظر می‌رسد. در بانکداری نوین این امر از دغدغه‌های مدیران اجرایی و مدیران ارشد بانکها می‌باشد. بانکها برای جذب بیشتر منابع مالی مشتریان می‌بایست به محیطهای کاری مناسب که دارای شاخصهای محیط کاری از نظر فیزیکی، روانی و اجتماعی باشد مجهز شوند (ونوس، ۱۳۸۳، صص ۱۴۲-۱۳۷).

۷- مطلوبیت محل استقرار مکانی بانکها و مؤسسات مالی

باتوجه به افزایش شدت رقابت، ارائه خدمات در مکان و محل‌های مورد نظر مشتریان عاملی تعیین‌کننده در جذب و نگهداری مشتریان است. به همین دلیل امروزه بانکها و دیگر سازمانهای خدماتی به ایجاد شعب در مناطق مختلف پرداخته‌اند تا ضمن ارائه خدماتی بهتر، حوزه وسیعتری را تحت پوشش قرار دهند (روستا، ۱۳۸۰، ص ۴۰). مکان استقرار شعب بانکها و مؤسسات مالی، محرکی مهم در جذب مشتریان است و بازاریابان بانکی باید آن را به دقت مورد بررسی و ارزیابی قرار دهند. بنابراین بانکها برای

احداث شعب نیاز به ارزیابی علمی و امکان‌سنجی دقیق دارند و برای امکان فعلی نیز باید بازاریابی بانکی به عمل آید. واقع شدن شعب یک بانک در فاصله مکانی و زمانی مناسب، استقرار شعب یک بانک در اماکن مهمی مانند شهرکهای صنعتی و مسکونی و اماکن تجاری و استقرار شعب در نزدیکی پارکینگ‌های عمومی از جمله پارامترهایی هستند که بر سپرده‌گذاری مشتریان در بانکها تأثیر می‌گذارند.

سؤال اصلی تحقیق

سؤال اصلی در این تحقیق عبارت است از: "آیا بین موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجهیز منابع مالی رابطه وجود دارد؟"

فرضیه‌های تحقیق

به منظور پاسخ دادن منطقی به سؤال اصلی تحقیق، فرضیه‌های ذیل به عنوان فرضیه‌های تحقیق مطرح می‌شوند:

۱- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، رابطه وجود دارد.

۲- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان مهارت نیروی انسانی، رابطه وجود دارد.

۳- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان تنوع خدمات بانکی، رابطه وجود دارد.

۴- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان کیفیت خدمات بانکی، رابطه وجود دارد.

۵- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان رضایت مشتریان از کارکنان، رابطه وجود دارد.

۶- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان مطلوبیت محیط داخلی شعب، رابطه وجود دارد.

۷- بین میزان موفقیت مؤسسات مالی و بانکها در جذب منابع مالی و میزان مطلوبیت محل استقرار شعب، رابطه وجود دارد.

باتوجه به افزایش شدت رقابت، ارائه خدمات در مکان و محل‌های مورد نظر مشتریان عاملی تعیین‌کننده در جذب و نگهداری مشتریان است