

بررسی توسعه بانک‌های مجازی در هزاره سوم

بانکداری امروز شیوه‌های نو، مشتری‌مداری موثر، ارائه تکنولوژی‌های نو، سرویس‌دهی و خدمات موردنظر مشتری را می‌طلبد که هر بانکی در این امور موفق‌تر عمل کند در بازار رقابتی موفق به جذب منابع بیشتر و در نتیجه دوام و بقای دائمی آن بانک با بهره‌وری بالا خواهد شد و بانکداری مجازی تنها گزینه فراروی این بانک‌ها جهت تحقق این اهداف است. بانک مجازی موسسه‌ای است که خدمات بانکی را از طریق اینترنت و یا سایر کانال‌های الکترونیکی ارائه می‌نماید. این بانک با بانک‌های سنتی که از ابزارهای الکترونیکی استفاده می‌کند، متفاوت است. در این نوع از بانکداری، شعبه فیزیکی وجود نداشته و عرضه خدمات در آن تماماً به صورت الکترونیکی است. بانک‌های مجازی را به دو دسته کلی می‌توان تقسیم نمود. بانک‌های مجازی که به بانک‌های سنتی وابسته هستند و بانک‌هایی که به صورت کلی ماهیت و اصالت مجازی دارند.

بانکداری مجازی از نظر ماهیت فعالیت و خدمات قابل ارائه به مشتریان هیچ تفاوتی با عملکرد جاری بانکداری معمولی که با سیستم دستی اعمال می‌شده، ندارد و همان خدماتی (از قبیل وام، دریافت، پرداخت، اتصال منابع و غیره) عرضه خواهد کرد که در بانکداری تجاری معمولی صورت می‌گیرد. با این تفاوت که در بانکداری مجازی کلیه مراحل اجرایی با استفاده از تجهیزات فناوری اطلاعات انجام می‌شود که این امر سرعت و امکانات فوق‌العاده و گسترده‌ای را جهت عرضه خدمات به مشتریان فراهم می‌آورد که در مجموع رضایت مشتری به نحو چشمگیری حاصل می‌گردد. از مهمترین ویژگی‌های این سطح از کاربرد فناوری اطلاعات در عملیات بانکی می‌توان به کاهش هزینه‌های بانکی و در نتیجه بهبود خدمات، کاهش کارمزدها بواسطه هزینه عملیاتی کمتر، یکپارچه سازی خدمات در بازار پول و سرمایه، کمک به توسعه تجارت الکترونیکی خصوصاً در سطح بین‌المللی، سود بالاتر برای سپرده‌ها و سود پایین‌تر برای تسهیلات، انعطاف‌پذیری بیشتر با توجه به محدودیت مشکلاتی همچون نیروی انسانی، استقرار فیزیکی و مرزهای جغرافیایی و غیره اشاره کرد.

اخیراً یک بانک کاملاً الکترونیکی با ۱۹۵ کارمند و ۳ میلیون مشتری در ژاپن فعالیت خود را آغاز کرده است. این بانک که به صورت ۲۴ ساعته و همزمان به مشتریان خود سرویس می‌دهد تصمیم دارد با سرویس بانکداری همراهی که در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهد، هر کدام از مشتریان را تبدیل به شعبه‌ای از این بانک کند. مسئولان این بانک در نظر دارد با کاهش برخی از هزینه‌های مربوط به سرویس‌دهی به مشتریان و جذب مشتریان بیشتر، بر مشکلات اعتباری خود که به دلیل بحران اقتصادی در این کشور به وجود آمده غلبه کند. بسیاری از سرویس‌های این بانک ژاپنی برپایه کامپیوتر برنامه‌ریزی شده‌اند، پس در واقع کامپیوتر نقش انسان را بازی می‌کند و سرویس‌ها را در اختیار مشتریان قرار می‌دهد و کارمندان این بانک و یا نیروی انسانی فعال در این بانک فقط روی تراکنش‌ها تمرکز می‌کنند. در چنین شرایطی است که می‌توان تقریباً ۳ میلیون مشتری را با کمتر از ۲۰۰ کارمند مدیریت کرد. این بانک براساس خصوصیات مشتری مدار طراحی شده از همین رو بسیاری از فرآیندها به صورت اتوماتیک انجام می‌شوند، گشودن حساب بانک به صورت سنتی بسیار وقت‌گیر است به گونه‌ای که برای باز کردن حساب باید به شعبه مراجعه و تعداد زیادی فرم را پر کنند و مبلغ را دستی دریافت و رسید آن را از طریق پست ارسال کنند، در چنین شرایطی علاوه بر اینکه زمان زیادی از افراد تلف می‌شود هزینه زیادی نیز به هردو طرف تحمیل می‌شود.

در بانک کاملاً الکترونیکی نیاز به پرکردن فرم اطلاعاتی و یا مراجعه به بانک نیست، مشتریان می‌توانند تمامی فرم‌های اطلاعاتی را از طریق کامپیوتر و یا موبایل برای بانک ارسال کنند. در چنین شرایطی هر چند که باید مشخصات افراد برای بانک ارسال شود ولی مشتریان این بانک می‌توانند مشخصات خود را از طریق عکسبرداری از گواهی‌نامه و یا سایر

کارت‌های شناسایی خود به وسیله تلفن همراه خود برای این بانک بفرستند. یکی دیگر از جذابیت‌های این بانک کاملاً الکترونیکی، سرویس‌دهی روی موبایل است چرا که به راحتی می‌تواند مشتریان بیشتری را تحت پوشش خود درآورد. می‌توان این‌گونه گفت که تعداد بسیاری از افراد از موبایل استفاده می‌کنند و می‌توانند از خدمات بانکی به عنوان یک سرویس روی موبایل خود بهره ببرند. با توجه به بازار روبه رشد موبایل می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که تعداد مشتریان استفاده از خدمات بانکی تا سال ۲۰۱۲ به یک میلیارد نفر در سراسر جهان می‌رسد همچنین میزان تراکنش‌های بانکی نیز در این دوره زمانی رشد کرده و به بیش از ۶۲ میلیارد خواهد رسید. HSBC Direct ، ING Direct ، NetBank از جمله بزرگترین بانک‌های مجازی جهان به شمار می‌آیند.

بانکداری مجازی یک مفهوم نوظهور است و همانند سایر مفاهیم در حوزه مجازی، دارای یک تعریف واحد جهان‌شمول نیست. واژه‌های بانکداری الکترونیکی و بانکداری مجازی معمولاً به جای یکدیگر نیز به کار می‌روند.

در بررسی ادبیات و تحقیقات علمی صورت گرفته در حوزه بانکداری مجازی سه رویکرد اصلی در این حوزه شناسایی می‌شود. در رویکرد اول بانکداری مجازی به عنوان ارائه خدمات بانکی به صورت کاملاً مجازی مطرح است. در رویکرد دوم بانک مجازی یک سازمان مجازی است که فعالیت‌های بانکی و مالی انجام می‌دهد و رویکرد سوم ترکیبی از دو رویکرد اول و دوم می‌باشد بدین صورت که بانک‌های سنتی و مجازی در یک فضای مجازی با ایجاد شبکه‌ها و جوامع مجازی خدمات بانکی‌ها را منطبق بر نیازمندی‌ها و الزامات هزاره سوم عرضه نمایند. در شکل ذیل رویکردهای مذکور نشان داده شده است.



رویکردهای بانکداری مجازی

منابع و مراجع

1. Dhiraj Sharma, " *India's Leapfrogging Steps from Bricks-and-Mortar to Virtual Banking: Prospects and Perils*", The IUP Journal of Management Research, Vol. VIII, No. 3, 2009
2. Karen Furst, William W. Lang, and Daniel E. Nolle " *Internet Banking: Developments and Prospects*", Economic and Policy Analysis Working Paper 2000-9
3. Zheng Li, " *The Adoption of Virtual Banking in China: An Empirical Study*" Chinese Business Review, ISSN 1537-1506, USA (2005)

4. Bank Network News (2000). "*Virtual Banks Get Physical with ATMs*," vol. 18, no. 21, March 30
5. Sabeh Samaha "*Building a successful virtual Credit Union Branch*", 2009