



نقش بانکداری الکترونیک در کاهش هزینه‌های خدمات بانکی

مجید قاسمی*

چکیده

امروزه، در شرایط بحران اقتصادی، سازمان‌ها به‌منظور بقا در بازارهای رقابتی، ناگزیر از اتخاذ راهبردهای کاهش هزینه و ارائه خدمات با حداقل قیمت هستند. در این میان، بانک‌ها و مؤسسات مالی نیز برای تداوم حیات اقتصادی و نیز توسعه فعالیت‌های خود در بازارهای داخلی و جهانی، ملزم به اتخاذ روش‌های بانکداری الکترونیکی به‌منظور کاهش هزینه‌های عملیاتی خود هستند. از آن‌جا که صرف حضور مشتری در شعبه برای بانک هزینه‌آور است، توسعه خدمات الکترونیکی بانکی و در نتیجه آن، ارائه خدماتی چون اینترنت بانک، راهکار مناسبی برای کاهش هزینه‌ها، افزایش سرعت عملیات بانکی، ارائه خدمات متنوع‌تر و گسترش دسترسی به خدمات بانکی، جذب مشتری و درآمدزایی است. در این مقاله، پس از بیان مقدمه‌ای درخصوص الزام بانک‌ها برای کاهش هزینه‌ها به معرفی بانکداری الکترونیک و سیر تحول نظام بانکداری پرداخته می‌شود. سپس چگونگی کاهش هزینه‌های خدمات بانکی با استفاده از بانکداری الکترونیک از دو دیدگاه بانک و مشتریان بررسی می‌شود.

کلمات کلیدی: بانکداری الکترونیک، کاهش هزینه خدمات بانکی، سیر تحول نظام بانکداری.

مقدمه

ما امروز در دوران بحران اقتصادی به سر می‌بریم. دورانی که بسیاری از کسب و کارها را تحت تأثیر خود قرار داده است. در این آشفتگی اقتصادی، کاهش هزینه‌ها به هر نحو ممکن، دغدغه اصلی اکثر شرکت‌هاست تا بتوانند با غلبه بر رکود اقتصادی، به بقای خود ادامه دهند. در این میان بسیاری از سازمان‌ها با واکنش سریع، از هزینه‌های خود کاسته و برای سودآور نشان دادن شرکت خود، تلاش می‌کنند. لیکن در واقع، اکثر آن‌ها با انجام غیراصولی این کار، تنها منافع کوتاه مدت خود را حفظ می‌کنند و کمتر به ثبات بلندمدت می‌اندیشند.

در نتیجه، اهمیت صرفه‌جویی در هزینه‌ها بسیار بیش از گذشته مطرح است و عملاً این مقوله تبدیل به یکی از عوامل کلیدی موفقیت سازمان‌هایی شده است که قصد دارند در اقتصاد کنونی با رشدی کم و آهسته، دارای مزیت رقابتی باشند. اما برای دستیابی به این هدف، سازمان‌ها باید برنامه کاهش خود را تغییر داده و به برنامه‌ای با ثبات تبدیل کنند.

طی تحقیقی مستقل که توسط KPMG در سال ۲۰۱۱ صورت گرفت، مشخص شد:

- اغلب موارد کاهش هزینه اتفاق افتاده در زمان رکود (به‌طور میانگین ۹۳ درصد آن‌ها) دوام نخواهد داشت.

- به محض اینکه شرکت‌ها دوباره به رشد و توسعه روی می‌آورند، نه تنها کاهش هزینه متوقف می‌شود، بلکه هزینه‌ها شروع به افزایش می‌کنند.

- اکثر مدیران اجرایی معتقدند پس از مدتی افزایش چشمگیری در هزینه‌ها به‌صورت مختلف از جمله هزینه تأمین سرمایه، افزایش حقوق و تأمین سرمایه انسانی پدید خواهد آمد.

- حدود ۴۵ درصد از افراد پذیرفتند که سازمان ایشان از اجزای تشکیل‌دهنده هزینه‌ها به‌درستی اطلاع نداشته و در نتیجه تصمیمات مناسبی برای صرفه‌جویی هزینه اتخاذ نکرده است.

در حالی که این یافته‌ها مدیران را به‌گونه‌ای به چالش می‌کشد که سازمان خود را به‌سمت کارایی و بهره‌وری بیشتر هدایت کنند و با هوشیارسازی سرمایه انسانی نسبت به هزینه‌ها، آنان را در مدیریت هزینه‌ها مشارکت دهند، مدیران ارشد بانک‌ها با معمایی پیچیده‌تر روبه‌رو هستند، چراکه کاهش بی‌رویه و مطالعه نشده هزینه‌ها، امکان دارد به‌شدت توان درآمدزایی بانک را حتی زمانی که وضعیت اقتصادی بهبود یابد، به خطر بیندازد. یکی از روش‌های تأیید شده کاهش هزینه‌ها در بانک‌ها به‌کارگیری نظام‌های الکترونیکی است.

امروزه بانک‌ها به‌منظور بقا در صنعت فوق رقابتی مالی، همواره در پی به‌کارگیری فناوری‌های نوین و هوشمند به‌عنوان ابزاری برای کاهش هزینه‌ها هستند. صنعت بانکداری همه روزه با شیوه‌های جدید پرداخت و پیشرفت‌های چشمگیری در این زمینه روبه‌رو است. حجم پرداخت‌های الکترونیکی و حتی بانکداری بدون شعبه در دنیا افزایش یافته است و به همین ترتیب انتظارات مشتریان رو به افزایش است. این مسئله همچنین موجب شده است که بانک‌ها متوجه شوند اگرچه پرداخت الکترونیکی، ریسک عملیاتی بیشتر و سودآوری کمتر را به‌دنبال دارد، لیکن در بلندمدت با توجه به کاهش هزینه‌های عملیاتی^۱ و سرمایه‌ای^۲، منجر به کاهش هزینه‌ها خواهد شد. بانک‌های امروز می‌دانند که برای افزایش درآمد، نیاز به نوآوری در ارائه محصول و خدمت دارند.

افزون بر هزینه‌های بالا، خواسته‌های روزافزون مشتریان و نارضایتی گسترده از زمان انتظار در شعبه‌ها نیز از عوامل مؤثر در روی‌آوری بانک‌ها به خدمات الکترونیک و حتی بانکداری بدون شعبه هستند. البته باید به این نکته نیز توجه کرد که استقرار موفق یک نظام الکترونیکی بانکی، واجد ریسک‌های بالا، هزینه‌های گزاف راه‌اندازی، زمان و سرمایه انسانی درخور توجه و حساسیت بسیاری است، به‌طوری که اغلب به پیوند قلب تشبیه می‌شود.

در حقیقت، بانکداری الکترونیک، علاوه بر نقش مؤثر در مدیریت هزینه‌های عملیاتی و فنی، در برآورده کردن نیازهای مشتریان، غلبه بر محدودیت‌های فنی و گسترش مسیرها و خدمات نیز تأثیر بسزایی دارد. در واقع بسیاری از مؤسسات مالی به‌خاطر نظام‌های سنتی و قدیمی خود به غیر از طریق صرف هزینه‌های بسیار زیاد که موجب افزایش ریسک شکست آن‌ها در بازار فوق رقابتی کنونی می‌شود، امکانی برای توسعه و پیشرفت ندارند.

۱- تعریف بانکداری الکترونیک

مفهوم بانکداری الکترونیک از دید مشتریان، که با نام‌های بانکداری اینترنتی^۳، بانکداری مجازی^۴ و بانکداری برخط^۵ نیز شناخته می‌شود، عبارت است از به‌کارگیری فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در بانک‌ها به‌منظور فراهم کردن امکاناتی که مشتریان با استفاده از آن‌ها بتوانند بدون نیاز به حضور فیزیکی در شعبه، عملیات بانکی مورد نظر خود را از قبیل دسترسی به

^۱ OPEX: Operational Expenditure

^۲ CAPEX: Capital Expenditure

^۳ Internet Banking

^۴ Virtual Banking

^۵ Online Banking

اطلاعات حساب‌ها، انجام تراکنش‌های مالی، سپرده‌گذاری، پرداخت صورتحساب و غیره در تمامی روزهای سال و در هر ساعت از شبانه‌روز انجام دهند. لیکن در اصل، بانکداری الکترونیک دامنه گسترده‌تری را شامل می‌شود و عبارت است از استفاده از فناوری‌های پیشرفته نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مبتنی بر شبکه و مخابرات به منظور تسهیل انجام عملیات بانکی. الگوهای رایج بانکداری الکترونیک عبارت‌اند از: بانک‌های الکترونیکی و شعبه‌های مجازی. منظور از بانک الکترونیکی، سازمانی است که هیچ شعبه فیزیکی ندارد و خدمات خود را تنها از طریق شبکه اینترنت و یا سایر شبکه‌های توزیع ارائه می‌دهد. از سوی دیگر، شعبه‌های مجازی زمانی پدید می‌آیند که بانک‌ها علاوه بر ارائه خدمات خود به روش‌های سنتی پیشین، اقدام به ارائه خدمات به مشتریان، به صورت الکترونیکی و در قالب شعبه‌های مجازی می‌کنند.

۱-۱- سیر تحول بانکداری الکترونیک

تغییرات اساسی در نظام بانکداری به چهار دوره تقسیم می‌شود:

دوره اول- اتوماسیون پشت باجه: شروع استفاده از رایانه در نظام بانکی و رواج فناوری اتوماسیون پشت باجه در دهه ۱۹۶۰، منجر به حذف دفاتر و کارت‌ها از شعبه‌ها و ارسال گزارش گردش روزانه حساب‌ها به سامانه مرکزی و تبدیل اسناد کاغذی به فایل‌های کامپیوتری شد.

دوره دوم- اتوماسیون جلوی باجه: این دوره از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شد و طی آن، امکان دسترسی پیوسته سرمایه انسانی شعبه به اطلاعات حساب‌ها و نیز انتقال این اطلاعات با استفاده از خطوط مخابراتی و رایانه‌های بزرگ مرکزی فراهم شد.

دوره سوم- اتصال مشتریان به حساب‌ها: این دوره از اواسط دهه ۱۹۸۰ آغاز شد و طی آن، مشتریان با استفاده از تلفن، کارت هوشمند، کارت مغناطیسی و یا رایانه شخصی، قادر به دسترسی به اطلاعات حساب‌های خود و انجام عملیات دریافت، پرداخت و انتقال وجوه به صورت الکترونیکی بودند. وجه تمایز این دوره با دوره‌های قبل، توسعه سامانه‌های ارتباطی مشتریان با حساب‌های‌شان بود.

دوره چهارم- یکپارچه‌سازی سامانه‌ها و مرتبط کردن مشتری با تمامی عملیات بانکی: در این دوره، با انجام الکترونیکی عملیات بانکی، هم بانک و هم مشتری قادر به دسترسی دقیق و منظم به اطلاعات مورد نیاز بانکی خود هستند.

۲- نقش بانکداری الکترونیک در کاهش هزینه‌های خدمات بانکی

استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک، از دو دیدگاه در کاهش هزینه‌های خدمات بانکی نقش دارد: بانک و مشتری. در ادامه، ابتدا مهم‌ترین مزایای بانکداری الکترونیک برای بانک‌ها و نقش آن‌ها در کاهش هزینه‌ها بررسی می‌شود. سپس به بررسی چگونگی کاهش هزینه‌های مشتریان با استفاده از بانکداری الکترونیک پرداخته می‌شود.

۲-۱- بانکداری الکترونیک و کاهش هزینه‌های بانک

مهم‌ترین مزایای استفاده از بانکداری الکترونیک برای بانک‌ها و مؤسسات مالی عبارت‌اند از:

۲-۱-۱- یکپارچگی

یکپارچه‌سازی سیستم و عملیات، برای صرفه‌جویی در زمان و هزینه، یکی از اهدافی است که بسیاری از بانک‌ها در پی آن هستند. نبود یکپارچگی بین سامانه‌ها باعث می‌شود به ناچار یا با صرف هزینه‌های گزاف و استفاده از سرمایه انسانی بسیار و یا با طولانی و بعضاً پیچیده کردن فرایندها، داده‌های لازم در سیستم‌های مختلف، تولید و در دیگری تزریق و استفاده گردد. واضح است جلوگیری از این‌گونه هزینه‌ها دلیل خوبی نه تنها برای ماشینی شدن بلکه استفاده از سامانه‌های یکپارچه نوین است.

۲-۱-۲- وحدت نگرش به مشتری

قابلیت دسترسی آسان و دقیق به اطلاعات مشتری و وابستگی‌های اطلاعاتی مربوطه، از دیگر مزیت‌هایی است که می‌توان به آن اشاره کرد. ارتباط با مشتری و نگرش واحد به وی، نه فقط در بانکداری غیرالکترونیکی، بلکه در اکثر سامانه‌های قدیمی که معماری آن‌ها به روز نیست نیز، مدنظر قرار نگرفته است. ذخیره اطلاعات در مخازن جداگانه و مستقل در سامانه‌های قدیمی، باعث می‌شود درک نیازهای مشتری و یکپارچه‌سازی اطلاعات وی در بخش‌های مختلف، با صرف هزینه و زمان بسیار همراه باشد. بدین ترتیب در بخش‌های مختلف سامانه، رویکرد تعامل با مشتری متفاوت بوده و اطلاعات مورد نیاز سامانه دچار انباشتگی غیرموجه می‌شود که این مسئله خود هزینه‌زا است. استفاده از سامانه‌های اطلاعاتی مشتری محور در بانکداری الکترونیک، با دسترسی به اطلاعات آنی، موجب افزایش کارایی بانک در ارائه خدمات مختلف و کاهش هزینه و زمان لازم برای جست‌وجو اطلاعات مشتری می‌شود.

۳-۱-۲- انعطاف‌پذیری

یکی از مهم‌ترین مشکلات روش‌های بانکداری سنتی و نیمه ماشینی، عدم انعطاف آن‌ها است، به این معنا که ایجاد کوچک‌ترین تغییر در آن‌ها، مثلاً ایجاد خدمات جدید، نیازمند صرف زمان، هزینه و تحمل دشواری زیادی است. امروزه نیازمندی‌های بانک‌ها نیز به واسطه تغییرات پیوسته مربوط به کسب و کار و رقابت در این بازار، همواره در حال تحول است. نبود انعطاف‌پذیری در مقابل این تغییرات برای بانک، هزینه از دست رفتن فرصت‌ها را در پی خواهد داشت. بدیهی است بانکداری الکترونیک در برآوردن خواسته‌های بانک و نیازهای متغیر کسب و کار امروزی، بدون تحمیل هزینه‌های گزاف بر بانک، نقش مهمی ایفا می‌کند.

۴-۱-۲- توسعه‌پذیری

توسعه‌پذیری عامل بسیار مهمی، به‌ویژه در بانکداری تجاری است. در این بخش بانک‌ها انتظار رشد زیاد بازار را دارند و باید برای افزایش حجم تراکنش‌ها برنامه‌ریزی کنند. عامل دیگری که باید در نظر داشت راهبرد بانک در زمینه ارائه محصول و مسیرهای توزیع است. در بانکداری سنتی و بانک‌هایی که از سامانه‌های قدیمی استفاده می‌کنند، امکان توسعه فعالیت‌ها، پشتیبانی از افزایش حجم کار، تعداد شعبه‌ها، اتصال آسان به برخی تجهیزات و ارائه خدمات جدید بدون متحمل شدن هزینه‌های سنگین و صرف زمان زیاد امکان‌پذیر نیست. امروزه با استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک و جایگزینی سامانه‌های قدیمی با سامانه‌های توسعه‌پذیر و نیز راه‌اندازی شعبه‌های مجازی، به واسطه معماری مناسب و انعطاف‌پذیری، امکان تعریف محصولات و خدمات جدید متنوعی در صنعت بانکداری ایجاد شده است. در نتیجه این مزیت، بانک قادر خواهد بود با ایجاد تمایز در محصولات و خدمات، افزون بر جلب رضایت مشتریان خود، مشتریان جدید را هدف قرار داده و هزینه توسعه فعالیت‌ها و ارائه خدمات جدید را کاهش دهد.

۵-۱-۲- پردازش بدون واسطه^۱

سامانه‌های قدیمی بانکداری در برخی قسمت‌ها نیازمند دخالت انسان هستند. هر چه این نیاز بیشتر باشد، بالطبع زمان، هزینه و مغایرت‌های بیشتری را در پی دارد. بنابراین یکی دیگر از اهدافی که بانک‌ها دنبال می‌کنند، کاهش و یا حتی حذف این نیازمندی (دخالت انسان) در مراحل گوناگون عملیاتی سیستم بانکی خود و به واسطه آن، افزایش سرعت، دقت و کیفیت

^۱ STP: Straight-Through Processing

عملکرد خود در برابر مشتریان بانک است. قابلیت‌های کلیدی که موجب موفقیت روش بانکداری الکترونیک شده، این است که تمامی عملیات از صف تا ستاد، بدون دخالت انسان انجام می‌گیرد. این مسئله به مفهوم کاهش در هزینه‌های کنترل و مالکیت است. چرا که مغایرت‌ها و به تبع آن فرایند پیچیده و پرهزینه رفع آن‌ها، کاهش می‌یابد.

۶-۱-۲- امنیت بالا

طی سال‌های اخیر، به‌کارگیری ابزارهای بانکداری الکترونیک و استفاده از سامانه‌های جدید نرم‌افزاری و از جمله سامانه‌های جامع بانکی، منجر به افزایش ضریب امنیت شده است. از دو جنبه می‌توان به بحث امنیت نگاه کرد. جنبه اول ایجاد ماژول‌هایی مثل SSM و HSM است که با تعبیه آن‌ها در سامانه، ضریب امنیتی بسیار افزایش یافته است. جنبه دوم قدرت پایش^۱ بالای این سامانه‌هاست که به‌محض هرگونه رخنه در سامانه، امکان واکنش سریع و پیگیری وجود خواهد داشت. بنابر آنچه گفته شد، روشن است، استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک، از طریق ایجاد یک بستر امن برای انجام عملیات بانکی، منجر به کاهش هزینه‌های از دست دادن اطلاعات خواهد شد. آنچه تاکنون بیان شد، بررسی نقش بانکداری الکترونیک در کاهش هزینه‌های بانک است. در ادامه، چگونگی کاهش هزینه‌های مشتریان بانک با استفاده از بانکداری الکترونیک بررسی می‌شود.

۲-۲- بانکداری الکترونیک و کاهش هزینه‌های مشتریان

بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده: بخشی از بانکداری است که توسط اشخاص و مشتریان حقیقی بانک مورد استفاده قرار می‌گیرد. امروزه بانک‌ها از نیاز مشتریان برای خدمات جدید آگاه بوده و به‌صورت پیوسته در حال برنامه‌ریزی برای برآورده کردن این نیازها هستند. هم‌اینک، به‌کارگیری ابزارهای فناوری اطلاعات در بانکداری، سطح رقابت را افزایش داده و بانک‌ها را ناگزیر به یکپارچه کردن فناوری‌های جدید به‌منظور جلب رضایت مشتریان خود کرده است. برخی از انواع مسیرهای الکترونیکی ارائه خدمات بانکی به مشتریان عبارت‌اند از: دستگاه خودپرداز^۲، پایانه فروش^۳، تلفن بانک، بانکداری همراه^۴ و اینترنت بانک. از جمله خدمات بانکی قابل ارائه به مشتریان از طریق مسیرهای الکترونیکی مذکور می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

^۱ Monitoring

^۲ ATM: Automatic Tller Machines

^۳ POS: Point Of Sale

^۴ Mobile Banking

- خدمات سپرده
- خدمات چک
- خدمات انتقال وجه
- خدمات کارت
- خدمات حواله
- پرداخت قبوض

بررسی انواع خدمات بانکی ارائه شده از طریق کانال‌های الکترونیکی گفته شده، حاکی از نقش مؤثر بانکداری الکترونیک در کاهش هزینه‌های مشتریان است. مهم‌ترین مزایای بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده عبارت‌اند از:

۱-۲-۲- صرفه‌جویی در زمان

مهم‌ترین مزیت بانکداری الکترونیک، صرفه‌جویی در زمان، به‌عنوان ارزشمندترین دارایی مشتریان است. زمان لازم برای هر تراکنش برحسب نفر- دقیقه، در بانکداری الکترونیک، کمتر از زمان لازم برای عملیات مشابه در بانکداری سنتی است. استفاده از سامانه‌های پرداخت و انتقال وجه الکترونیکی، سرعت انتقال وجه را افزایش داده و در اغلب اوقات، وجوه آنی از حساب فرستنده به حساب دریافت‌کننده منتقل می‌شود. انجام عملیات بانکی از طریق درگاه‌های الکترونیکی، نقش چشمگیری در کاهش هزینه زمان‌های از دست رفته مشتریان در صفوف طولانی باجه‌های شعبه‌ها ایفا می‌کند.

۲-۲-۲- سهولت در پرداخت قبوض

در نظام بانکداری سنتی، مشترکان خدمات شهری برای پرداخت قبض‌های مختلف از قبیل آب، برق، گاز و تلفن، ناگزیر از مراجعه به شعبه‌های بانک در زمان‌های معین بوده‌اند. باید توجه کرد که پرداخت قبوض به‌صورت حضوری در شعبه‌ها، سبب افزایش هزینه‌های مشتریان، مؤسسات ارائه‌دهنده خدمات و بانک‌ها می‌شود. امروزه مشترکان خدمات شهری با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، امکان پرداخت قبوض خود را بدون نیاز به مراجعه حضوری به شعبه‌های بانک‌ها و با استفاده از مسیرهای پرداخت الکترونیک، مانند دستگاه‌های خودپرداز، پایانه‌های فروش، بانکداری اینترنتی و غیره دارند. بررسی آمار قبوض صادر شده از سوی سازمان‌های مختلف، نشان‌دهنده آن است که سالانه نزدیک به یک میلیارد برگه قبض در کشور صادر شده

و برای هر قبض تقریباً هزینه‌ای در حدود ۹۰۰۰ ریال صرف می‌شود تا قبض از مؤسسه صادرکننده به دست مشتری رسیده و بعد از پرداخت، مبلغ قبض به حساب ارائه‌کننده خدمات واریز شود. با در نظر گرفتن هزینه‌های سفرهای درون‌شهری مشترکان جهت پرداخت قبوض، هزینه‌های صدور قبوض المثنی، تأخیر مشترکان در پرداخت قبض و مواردی از این قبیل، هزینه سالانه خدمات ارائه شده به مشترکان بالغ بر ۹۰۰۰ میلیارد ریال تخمین زده می‌شود. استفاده نکردن از مسیرهای سنتی برای صدور و ارسال قبوض برای مشترک و استفاده از مسیرهای الکترونیکی مانند تلفن، پست الکترونیک و پیامک برای این کار و نیز استفاده از ابزارهای نوین پرداخت الکترونیک توسط مشترکان، سبب کاهش چشمگیر هزینه‌های طرفین، کاهش مشکلات پرداخت و اجتناب از جریمه‌های ناشی از تأخیر در پرداخت قبوض و نیز صرفه‌جویی در زمان خواهد شد.

۳-۲-۲- سهولت استفاده از خدمات بانکی بدون محدودیت مکان و زمان

در بانکداری سنتی، ارائه خدمات به مشتریان از نظر مکان به شعبه بانک و از نظر زمان به ایام غیرتعطیل و ساعات اداری محدود است. بنابراین مشتریان برای انجام امور بانکی، مجبور به ترک محل کار خود و مراجعه به شعبه مورد نظر هستند. افزون بر این، عدم دسترسی به امکانات بانکی در ایام تعطیل، مشکلات متعددی را برای مشتریان به وجود می‌آورد. همچنین به دلیل حجم انبوه عملیات بانکی شعبه‌ها در روزهای پایانی ماه و یا پایان سال، مشتریان برای افتتاح حساب و واریز وجوه افتتاح حساب با مشکلاتی همچون اتلاف وقت فراوان و گاه عدم موفقیت در افتتاح حساب روبه‌رو می‌شدند. امروزه، بانکداری الکترونیک با از بین بردن موانع زمانی و مکانی، دسترسی ۲۴ ساعته به خدمات بانکی، اعم از افتتاح حساب را در تمام ایام سال برای مشتریان فراهم کرده و مشتریان می‌توانند در هر لحظه نسبت به گشایش حساب و انتقال وجه لازم برای گشایش حساب از حساب‌های دیگر خود به حساب جدید اقدام کنند. به این ترتیب، بانکداری الکترونیک، هزینه‌های ناشی از کاهش ساعات کاری و نیز تأخیر در انجام عملیات بانکی مشتریان را کاهش می‌دهد.

۴-۲-۲- کاهش مخاطرات ناشی از حمل فیزیکی وجوه نقد

یکی از عمده‌ترین خطرات تهدیدکننده مشتریان در بانکداری سنتی، خطر سرقت و یا مفقود شدن پول نقد است. استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیکی از قبیل کارت‌های پرداخت

و اینترنت بانک، با بی‌نیاز کردن مشتریان از حمل وجه نقد، خطر سرقت و مفقود شدن سرمایه نقدی ایشان را کاهش داده و علاوه بر فراهم آوردن آسودگی خاطر بیشتر برای مشتریان، منجر به کاهش هزینه‌های نگهداری و مراقبت از سرمایه نقدی آنان می‌شود. افزون بر این، رواج پول الکترونیک، کلاهبرداری‌های ناشی از استفاده از وجوه نقد تقلبی را به شدت کاهش می‌دهد.

۵-۲-۲- کاهش هزینه‌های رفت و آمد و ترافیک شهری

با استفاده از بانکداری الکترونیک، مشتریان بانک‌ها قادر خواهند بود بدون نیاز به مراجعه به شعبه‌های بانک، و یا حتی عابربانک‌ها، بخش بزرگی از عملیات بانکی مورد نظر خود، از قبیل پرداخت قبوض، انتقال وجوه و ... را انجام دهند. به این ترتیب، بانکداری الکترونیکی از طریق کاهش حجم مراجعات بانکی مشتریان، سبب کاهش هزینه‌های رفت و آمد آنان خواهد شد. علاوه بر این، کاهش میزان رفت و آمد با خودرو، باعث کاهش مشکل ترافیک شهری، به‌ویژه در شهرهای بزرگ می‌شود. در تهران، پیش از ارائه خدمات الکترونیکی از سوی نظام بانکی کشور، انبوه مراجعات به بانک برای پرداخت حضوری قبوض آب، برق، گاز و تلفن طی سال، از علل اصلی سفرهای درون شهری به‌شمار می‌رفت، به طوری که براساس بررسی‌های صورت‌گرفته، ۲۰ تا ۲۵ درصد سفرهای درون شهری تهران متعلق به این مراجعات بوده است. از مزایای دیگر استفاده از بانکداری الکترونیک برای مشتریان، می‌توان به کاهش هزینه‌های مدیریت نقدینگی و بهبود آن از طریق دسترسی و نظارت سریع و آسان به اطلاعات حساب‌های شخصی، کاهش هزینه‌های ناشی از خطاهای انسانی در انجام عملیات بانکی، احتمال کمتر بروز بیماری به‌دلیل کاهش تماس با پول نقد و آلودگی و همچنین کاهش هزینه‌های بهداشت و درمان اشاره کرد.

۳-۲- بانکداری الکترونیک و افزایش رضایتمندی مشتریان

یکی از مهمترین عوامل موفقیت سازمان‌ها به‌منظور نیل به تعالی در کسب و کار، رضایتمندی مشتریان است. امروزه تأمین رضایت مشتری به یکی از الزامات اساسی نظام‌های مدیریت کیفیت همچون ISO 9000 بدل گشته و بنابراین یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های بنگاه‌های اقتصادی به‌شمار می‌رود.

طی یک دهه اخیر در ایران با معرفی الگوها و ابزارهای معروف مدیریت کیفیت همچون نظام مدیریت کیفیت فراگیر^۱، تحلیل ندای مشتری^۲ و ابزار گسترش عملکرد کیفی^۳ که همگی به عنوان الگوهای مشتری‌گرا معروف هستند، مفاهیمی همچون رضایت مشتری و توجه به نیازمندی‌ها و خواسته‌های آنان از جایگاهی ویژه برخوردار شده‌اند. این نکته حایز اهمیت است که مشتریان، بهترین ابزار برای شناسایی ضعف‌ها و کمبودهای سازمان هستند. آنان با خرید یا عدم خرید از سازمان می‌توانند سازمان را در انتخاب شیوه برخورد با مشتری، تولید، ارائه خدمات و ... راهنمایی کنند. تجزیه و تحلیل اولویت‌های مشتری به سازمان امکان می‌دهد نیازهای کمی و کیفی و حتی ارزش‌هایی را که مشتری به آن‌ها تمایل دارد، تعیین و اولویت‌بندی کند. تعاریف گوناگونی برای کیفیت خدمات^۴ ارائه شده است که در ادامه، چند نمونه از آن‌ها درج می‌شود.

- سازگاری پایدار با انتظارات مشتری و شناخت انتظارات مشتری از خدمت خاص (پاراسورامان، ۱۹۸۵)

- میزان سازگاری سطوح مختلف خدمت با انتظارات مشتری (لوپس و بومز، ۱۹۸۳)
 - مقایسه انتظار مشتری از خدمت و آنچه در عمل به دست می‌آورد از هر دو جنبه تکنیکی و کاربردی (گرونروس، ۲۰۰۷)
 رضایت مشتری حداقل از سه طریق منجر به افزایش درآمد و سود می‌شود:

اول- تکرار معامله مشتری راضی

دوم- خرید محصول و یا خدمت جدید از جانب مشتری راضی با صرف کم‌ترین هزینه تبلیغات
 سوم- خرید محصول و یا خدمت توسط مشتریان جدیدی که توسط مشتریان راضی به محصول و یا خدمت تمایل پیدا کرده‌اند.

مشتریان راضی ناخودآگاه به یک رسانه بدون هزینه برای انجام تبلیغات تبدیل می‌شوند. اهمیت این امر وقتی بیشتر خود را نشان می‌دهد که بدانیم در اغلب موارد تأثیر این‌گونه پیام‌ها بسیار بیشتر از تبلیغات پرهزینه رسمی بانک است. به همین دلیل است که امروز برنامه‌های ارتباط با مشتریان به منظور ترغیب و وفادار کردن آنان در سرلوحه برنامه‌های بازاریابی بانکداری الکترونیک قرار گرفته است. عرضه‌کنندگان خدمات بانکداری الکترونیک، هزینه‌های

¹ TQM: Total Quality Management

² VOC: Voice of Customer Analysis

³ QFD: Quality Function Deployment

⁴ Service Quality

لازم برای جلب رضایت و وفادار کردن مشتری را به امید حفظ او به عنوان سرمایه‌گذاری تلقی کرده و از آن استقبال می‌کنند.

در روش‌های سنتی بانکداری، به دلیل صرف هزینه و زمان زیاد و نارضایتی مشتری، تمامی سازوکارهای فوق در جهت وارونه، عمل کرده؛ درآمد و سود بانک را کاهش می‌دهد. استمرار چنین وضعیتی در مدت نه چندان طولانی، عرضه‌کننده را از صحنه بازار حذف می‌کند. لازم است به این نکته توجه شود که مشتری ناراضی بریده از بانک را، به سادگی نمی‌توان به جمع مشتریان بازگرداند.

مشتریان ناراضی در انتقال احساس خود به دیگران فعال‌تر عمل می‌کنند و نرخ انتقال و اثرگذاری پیام مشتریان ناراضی به دیگران بیشتر از مشتریان راضی است. به همین دلیل است که نارضایتی مشتریان بیش از رضایت آنان، بر تغییر درآمد اثر می‌گذارد.

براساس تحقیقات حوزه مدیریت ارتباط با مشتریان نتایج زیر حاصل شده است^۱:

- هزینه یافتن هر مشتری تازه پنج برابر هزینه‌های نگهداری مشتریان جاری است.
- کمتر از ۲۰ درصد مشتریان سازمان، بالغ بر ۸۰ درصد سود سازمان را فراهم می‌کنند.
- در ۶۲ درصد از سازمان‌ها، کارکنان از چگونگی استفاده مشتریان از محصولاتشان اطلاعی ندارند.
- در بیش از ۹۲ درصد از محصولات ناموفق، قبل از طراحی با مشتری رابطه‌ای مؤثر برقرار نشده است.

- کاهش ۵ درصدی در نرخ از دست رفتن مشتری افزایش سود ۱۲۵ درصدی را در پی خواهد داشت.

بر مبنای تحقیقاتی که در آمریکا انجام شده نتایج زیر درباره رفتار مشتریان ناراضی یک سازمان گزارش شده است:

- ۹۶ درصد از مشتریان ناراضی یک سازمان هرگز به خود زحمت نمی‌دهند تا به سازمان عرضه‌کننده شکایت کنند.

- ۹۰ درصد از مشتریان ناراضی یک سازمان، دیگر برای خرید به عرضه‌کننده مورد نظر مراجعه نمی‌کنند.

- هر یک از این مشتریان ناراضی ماجرای خویش را حداقل برای ۹ نفر دیگر از مردم تعریف می‌کند.

^۱ جعفر عظیمی کیوی، ارائه مدل کسب و کار برای کاهش هزینه‌های پرداخت قبوض، هفته‌نامه عصر ارتباط، شماره ۳۹۱.

- مشتریان دسته دوم پس از شنیدن ماجرای مشتری اول، آن را برای ۲۰ نفر دیگر از مردم بازگو می‌کنند.

با توجه به موارد مذکور، در شرایطی که بر مبنای بررسی‌های اقتصادی، هزینه لازم برای به‌دست آوردن یک مشتری جدید بسیار بیشتر از هزینه لازم برای حفظ یک مشتری قدیمی‌تر است، به‌نظر منطقی می‌رسد اولویت اول در میان اصول راهبردی موجود در خط‌مشی سازمان، تعیین سیاست‌های مناسب به‌منظور حفظ و نگهداری مشتریان کنونی، تقویت وفاداری آنان و تعیین راهکارهای مناسب برای تداوم رابطه دراز مدت با مشتریان باشد.

امروزه بانک‌ها به‌خوبی از نقش ارائه خدمات باکیفیت، در افزایش احتمال رضایت‌مندی مشتریان و تأثیر آن در نگهداری مشتری، ایجاد پیوند دوسویه میان بانک و مشتری و تبلیغات دهان به دهان مثبت از سوی مشتریان آگاهی دارند. همان‌گونه که در بخش قبل اشاره شد، ارائه خدمات بانکداری الکترونیک از قبیل نصب دستگاه‌های خودپرداز در محل‌های مورد نیاز، ارائه خدمات تلفن بانک، اینترنت بانک و ... با فراهم کردن مزایایی چون صرفه‌جویی در زمان، سهولت در پرداخت قبوض، سهولت استفاده از خدمات بانکی بدون محدودیت زمان و مکان، کاهش مخاطرات ناشی از حمل فیزیکی وجوه نقد، کاهش هزینه‌های رفت و آمد و ترافیک شهری و ... برای مشتریان، نقش مؤثری در ارتقای سطح کیفیت خدمات، افزایش رضایت‌مندی مشتریان، وفاداری آنان و سرانجام افزایش سودآوری ایفا می‌کند.

۴-۲- مقایسه هزینه ارائه خدمات بانکداری داخل شعبه‌های بانک پاسارگاد و خارج از آن
در بخش‌های قبل، نقش بانکداری الکترونیک در کاهش هزینه‌های بانکداری و افزایش رضایت مشتریان بررسی شد. در ادامه، با استفاده از آمار استخراج شده از بانک پاسارگاد، به مقایسه هزینه‌های ارائه خدمات بانکداری داخل شعبه و خارج از آن (به‌صورت خدمات الکترونیکی) پرداخته می‌شود.

۴-۲-۱- هزینه ارائه خدمات بانکی در شعبه

بانک‌ها به‌منظور ارائه خدمات به مشتریان در شعبه، متحمل هزینه‌هایی مانند اجاره یا خرید محل، بازسازی عمرانی، دکوراسیون، تجهیزات، پشتیبانی شعبه، هزینه‌های سرمایه انسانی شعبه، هزینه‌های عمومی آب و برق و سایر هزینه‌های سربار می‌شوند. متوسط هزینه ارائه خدمات به مشتریان توسط هر شعبه بانک پاسارگاد سالانه برابر با ۷,۱۶۰ میلیون ریال است.

۲-۴-۲- هزینه ارائه خدمات بانکداری الکترونیک

در این بخش هزینه به کارگیری بانکداری الکترونیک برای ارائه خدمات، برآورد می‌شود. همان‌طور که روشن است به‌منظور راه‌اندازی بانکداری الکترونیک، علاوه بر نرم‌افزار، نیازهای سخت‌افزاری و ارتباطی نیز وجود دارد که برآورد هزینه هر یک از این بخش‌ها به‌طور مجزا ارائه شده است.

۲-۴-۲-۱- تحلیل هزینه حوزه نرم‌افزار

در بازار ایران به‌صورت معمول دو شیوه خرید و اجاره، برای تأمین نظام‌های بانکداری رواج دارد که در هر دو مورد، پشتیبانی به تأمین‌کننده واگذار می‌شود. با توجه به بررسی‌های انجام شده در این حوزه و البته با در نظر گرفتن دو متغیر قیمت‌های متفاوت محصولات شرکت‌های مختلف فعال در این بازار و پیشنهاد قیمت‌های متفاوت یک شرکت به بانک‌های مختلف با توجه به شرایط شرکت و بانک، قیمت‌های تقریبی و در حقیقت میانگین قیمت بازار کنونی در دو حالت خرید لیسانس کل راهکار جامع بانکی و اجاره امتیاز انتفاع از راهکار جامع بانکی و با در نظر گرفتن مدل قراردادی پنج ساله در جدول شماره ۱ گردآوری شده است. البته محاسبات پرداخت اجاره را می‌توان در روش‌های مختلفی انجام داد. به‌طور مثال اجاره براساس میزان تراکنش‌های روزانه بانک با در نظر گرفتن یا در نظر نگرفتن حداقل ماهانه، تعداد شعبه‌ها یا مشتریان بانک از جمله این موارد هستند که در این جدول و در بخش اجاره، میانگین هزینه‌ای این ارقام نشان داده شده است.

آشکار است با ترکیب حالات مختلف می‌توان به روش‌های دیگری نیز برای پرداخت دست یافت. یکی از این روش‌ها اجاره به شرط تملیک است که بسته به نوع توافق طرفین و مدت بازپرداخت اقساط، ارقام متفاوتی حاصل می‌شود. در جدول شماره ۱ ارقام تقریبی مدل اجاره به‌شرط تملیک نیز در یک ستون آورده شده تا تصویری از این مدل و هزینه‌های آن نیز ایجاد شده باشد.

جدول شماره ۱: خرید لیسانس راهکار جامع بانکی و اجاره امتیاز انتفاع از آن

(میلیارد ریال)

هزینه تخمینی خرید	هزینه تخمینی اجاره	هزینه تخمینی اجاره به شرط تملیک	
۵۰/۴	۲۴/۱۹۲	۱۸/۱	سال اول
۱۲/۶	۲۴/۱۹۲	۳۰/۷	سال دوم
۱۲/۶	۲۴/۱۹۲	۳۰/۷	سال سوم
۱۲/۶	۲۴/۱۹۲	۳۰/۷	سال چهارم
۱۲/۶	۲۴/۱۹۲	۳۰/۷	سال پنجم
۱۰۰/۸	۱۲۰/۹۶	۱۴۰/۹	مجموع

در رابطه با جدول فوق ذکر چند نکته ضروری است.

- با توجه به مشخص نبودن تأمین‌کننده قطعی سیستم، تمامی مبالغ مندرج دارای ۲۵ درصد دامنه تغییرات هستند.
- در تمامی جدول‌های این بخش، با توجه به مقایسه‌ای بودن جدول‌ها و تأثیر افزایش سالانه در هزینه‌های بانک، هزینه‌ها در سال‌های مختلف یکسان دیده شده و افزایش سالانه با توجه به نرخ تورم و حجم عملیات منظور نشده است.
- هزینه‌های مذکور در این جدول در خصوص تمامی زیر سیستم‌ها و ماژول‌های یک راهکار جامع بانکی است.

۲-۲-۴-۲- تحلیل هزینه حوزه سخت‌افزار

تجهیزات سخت‌افزاری مورد نیاز برای انجام عملیات بانکی نیز، شامل سرورهای سامانه‌های بانکداری متمرکز، سویچ پرداخت الکترونیک، مدیریت کارت و بانکداری مدرن، سویچ‌های سخت‌افزاری واسط سرورها، دیوارهای آتش^۱ و سایر تجهیزات مورد نیاز، در دو مدل خرید و اجاره می‌تواند در اختیار بانک قرار گیرد. از آنجا که می‌توان خرید را به صورت کامل انجام داد و پشتیبانی و نگهداری تجهیزات را در داخل بانک برعهده گرفت، و یا خرید تنها محدود به

^۱ Firewall

تجهیزات شود و تعمیر و نگهداری و میزبانی^۱ آن برونسپاری شود، در بحث خرید می‌توان دو حالت متصور شد. هزینه‌های بانک در حوزه سخت‌افزار و در دو مدل خرید (خود شامل دو حالت می‌شود) و مدل اجاره و با فرض وجود سامانه نرم‌افزاری به روز و با معماری مدرن برای بانکی در ابعاد بانک پاسارگاد در جدول شماره ۲ ارائه شده‌اند.

جدول شماره ۲: خرید لیسانس راهکار جامع بانکی و اجاره امتیاز برای بانکی در ابعاد بانک پاسارگاد (میلیارد ریال)

هزینه تخمینی اجاره	هزینه تخمینی خرید کامل	هزینه تخمینی خرید تجهیزات	
۵۷۶ در ماه	۱۱,۵۲۰	۱۱,۵۲۰	هزینه خرید تجهیزات
	۵,۳۲۸	۱,۷۲۸	هزینه میزبانی (سالانه)
	۵,۳۲۸	۱,۷۲۸	هزینه تعمیر و نگهداری (سالانه)

در مجموع در یک مدل ۵ ساله، هزینه‌های بانک در هر کدام از حالات جدول بالا به‌صورت تجمیعی در جدول شماره ۳ خلاصه شده است. نکته درخور توجه در این جدول این است که در سال اول، هزینه تعمیر و نگهداری به دلیل گارانتی تجهیزات، منظور نشده است.

جدول شماره ۳: هزینه‌های بانک در هر کدام از حالات

(میلیارد ریال)

اجاره	خرید کامل	خرید تجهیزات
۳۴,۵۶	۵۹,۴۷۲	۲۷,۰۷۲

۲-۴-۲-۲- تحلیل هزینه تأمین شبکه ارتباطی

براساس بررسی‌های به‌عمل آمده و با توجه به حجم تراکنش‌ها، تعداد کاربران سیستم، تعداد شعبه‌ها و در حقیقت نقطه‌هایی^۲ که در شبکه وجود دارند، نصب و راه‌اندازی شبکه ارتباطی،

^۱ منظور از میزبانی (Hosting) انجام اقداماتی نظیر اختصاص سرمایه انسانی و فضای لازم برای نگهداری تجهیزات،

تأمین برق و برق اضطراری، سیستم خنک‌کننده و ... است.

^۲ node

حق لیسانس آن و پشتیبانی ماهانه، مبلغی بالغ بر ۳۳۰ میلیون ریال و تأمین پهنای باند ۶۴ kbit/sec ماهانه حدود ۳۹۰ میلیون ریال برای بانک هزینه خواهد داشت. در مجموع، بالغ بر ۷۲۰ میلیون ریال هزینه ماهانه ارتباطات بانک خواهد شد.

۲-۴-۲-۴- جمع‌بندی تحلیل هزینه‌های ارائه خدمات بانکداری الکترونیک

براساس آنچه در قسمت‌های پیشین این بخش بیان شد، هزینه‌هایی که بانک متحمل خواهد شد به شرح جدول شماره ۴ خواهد بود. در این جدول هزینه‌های راهکارهای اجاره، خرید به صورت کامل با پشتیبانی و نگهداری تجهیزات در داخل بانک (مدل ۲) و خرید به شرط برونسپاری پشتیبانی تجهیزات (مدل ۱) مقایسه شده است. شایان ذکر است ارقام بدون در نظر گرفتن نرخ تورم و افزایش سالانه در نظر گرفته شده است.

جدول شماره ۴: هزینه ارائه خدمات بانکداری الکترونیک

(میلیون ریال)

ردیف	سرفصل هزینه	هزینه تخمینی خرید (مدل ۱)	هزینه تخمینی خرید (مدل ۲)	هزینه تخمینی اجاره
۱	هزینه تأمین نرم‌افزار	۱۰۰,۸۰۰	۱۰۰,۸۰۰	۱۲۰,۹۶۰
۲	هزینه تأمین سخت افزار	۲۷,۰۷۲	۵۹,۴۷۲	۳۴,۵۶۰
۳	هزینه تأمین شبکه ارتباطی	۴۳,۲۰۰	۴۳,۲۰۰	۴۳,۲۰۰
۴	جمع کل	۱۷۱,۷۲	۲۰۳,۴۷۲	۱۹۸,۷۲۰
۵	میانگین	۱۹۱,۰۸۸		

همان‌طور که مشاهده می‌شود، در جدول شماره ۴ حالات کمینه و بیشینه هزینه ارائه خدمات بانکداری الکترونیک نشان داده شده است. با توجه به اینکه با ترکیب حالات مختلف تأمین نرم‌افزار و سخت‌افزار، هزینه‌های متفاوتی حاصل می‌شود، میانگین این هزینه‌ها یعنی مبلغ ۱۹۱,۰۸۸ میلیون ریال در طول پنج سال، مبنای محاسبات قرار می‌گیرد.

۲-۴-۳- تحلیل هزینه‌های ارائه خدمت

الف- کاهش هزینه تمام‌شده تراکنش‌ها: آمار تراکنش‌های منجر به ثبت سند در بانک پاسارگاد نشان‌دهنده آن است که روزانه ارائه خدمات بانکی در شعبه‌ها، به حدود ۱۴۰ هزار تراکنش و

ارائه خدمات بانکی خارج از شعب، به حدود ۶۶۰ هزار تراکنش منجر می‌شود. مقایسه این دو رقم نشانگر این نکته است که میزان خدمات بانکی ارائه شده به مشتریان این بانک، به صورت الکترونیکی در خارج از شعبه‌ها، حدود ۴/۷ برابر خدمات ارائه شده داخل آن‌هاست.

جدول شماره ۵: تراکنش‌های ثبت شده در بانک پاسارگاد

تعداد (روزانه)	نوع تراکنش	
۴۹۲,۰۳۱	CMS	خدمات خارج از شعب
۱۵۷,۰۷۰	SWITCH	
۱۰,۰۳۸	IB	
۶۵۹,۱۳۹	مجموع	
۱۳۹,۷۵۵	BRANCH	خدمات داخل شعب

با توجه به اینکه تعداد شعبه‌ها بانک پاسارگاد ۲۹۶ شعبه است، متوسط هزینه تمام شده انجام هر تراکنش در شعبه، براساس محاسبات زیر به دست می‌آید:

جدول شماره ۶: متوسط هزینه تراکنش در بانک پاسارگاد

تعداد	عنوان
۱۹۲	شعبه‌های تهران
۱۰۴	شعبه‌های شهرستان
۲۹۶	مجموع

$$\text{تعداد شعبه‌ها} \times \text{متوسط هزینه روزانه هر شعبه} = \frac{\text{مجموع تراکنش‌های شعبه‌ها}}{\text{متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش شعبه}}$$

$$= \frac{۷,۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰ \times ۲۹۶}{۳۶۵} = ۴۱,۴۷۵$$

$$\text{متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش شعبه (ریال)} = \frac{۳۶۵}{۱۴۰,۰۰۰}$$

با توجه به محاسبات انجام شده، متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش در شعبه به صورت تقریبی

برابر با ۴۱,۴۷۵ ریال است. از سوی دیگر، هزینه تمام شده هر تراکنش خارج از شعبه، با فرض صرف هزینه ۱۹۱,۰۸۸ میلیون ریال در دوره پنج ساله، براساس رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$\frac{۱۹۱,۸۸,۰۰۰,۰۰۰}{۵ \times ۳۶۵} \cong ۱۵۹$$

(ریال) = متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش خارج از شعبه

جدول شماره ۷، به‌صورت خلاصه، نتایج حاصل از محاسبات فوق را نشان می‌دهد:

جدول شماره ۷: خلاصه نتایج حاصل از محاسبات

(ریال)

عنوان	مبلغ
متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش شعبه	۴۱,۴۷۵
متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش خارج از شعبه	۱۵۹

با توجه به اطلاعات جدول شماره ۷، متوسط هزینه تمام شده هر تراکنش داخل شعبه ۲۶۰ برابر هزینه تمام شده هر تراکنش خارج از شعبه است.

ب- پوشش طیف گسترده‌تر مشتریان با هزینه کمتر: براساس آمار، متوسط تعداد مراجعه‌کنندگان به هر یک از شعبه‌های بانک پاسارگاد در سال ۱۳۹۱، روزانه برابر با ۳۲۰ نفر است. در نتیجه با در نظر گرفتن تعداد ۲۹۶ شعبه در سطح کشور، به طور متوسط روزانه حدود ۹۴,۷۲۰ نفر در شعبه‌های بانک پاسارگاد خدمت‌رسانی می‌شوند. از سوی دیگر، میزان استفاده از خدمات اینترنت بانک و تلفن بانک پاسارگاد، به‌طور متوسط روزانه ۳۶,۰۰۰ نفر است. بنابراین ارائه خدمات بانکداری الکترونیک توسط بانک پاسارگاد، تنها از این دو طریق، میزان پاسخگویی به مشتریان را ۳۸ درصد افزایش داده است. این در حالی است که برای خدمت‌رسانی به همین تعداد مشتری در داخل شعبه‌ها و بدون استفاده از بانکداری الکترونیک، بانک ناگزیر از صرف سالانه حدود ۸۰۰ میلیارد ریال هزینه بیشتر است. بدیهی است در صورت احتساب مشتریان سایر خدمات الکترونیکی، میزان صرفه‌جویی در هزینه‌های بانک از مقدار مذکور بیشتر خواهد بود. به‌علاوه، هر چه تمایل به استفاده از خدمات الکترونیکی افزایش یابد، هزینه‌های شعبه‌ها کاهش می‌یابد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

مطالعات و تجربیات بیان شده در این مقاله و سیر تحول و پیشرفت‌های حاصله در حوزه بانکداری الکترونیک، همه و همه حاکی از نقش مؤثر آن در بهبود عملکرد بانک‌هاست. از مهم‌ترین ویژگی‌های بانکداری الکترونیک، می‌توان به گسترش روزافزون آن و به‌بیان دیگر توسعه‌پذیری و انعطاف‌پذیری بالای آن اشاره کرد. امروزه بانکداری الکترونیک نه به‌عنوان یک مزیت رقابتی، بلکه به‌عنوان امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر برای بانک‌هاست. بانکداری الکترونیک با استفاده از ویژگی‌هایی چون ایجاد یکپارچگی، وحدت نگرش به مشتری، پردازش بدون واسطه و ... ضمن کاهش چشمگیر هزینه‌های بانک، با فراهم کردن امکان ارائه خدمات از راه دور به مشتریان، اسباب صرفه‌جویی در زمان و هزینه آنان را فراهم می‌کند و مانع از هدر رفتن سرمایه‌های کشور از این طریق، می‌شود. در صورت عدم استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک در بانک پاسارگاد، هزینه تمام شده هر تراکنش ۵/۶ برابر شرایط کنونی می‌شود، که صرفه‌جویی درخور توجهی را با استفاده از بانکداری الکترونیک شاهد هستیم. علاوه بر این، به‌عنوان یک نمونه کوچک از خدمات الکترونیکی، تنها خدمات اینترنت بانک و تلفن بانک، منجر به افزایش ۳۸ درصدی پاسخگویی بانک شده است و از این طریق، سالانه ۸۰۰ میلیارد ریال در هزینه‌های بانک صرفه‌جویی می‌شود. روشن است با در نظر گرفتن سایر خدمات الکترونیکی بانک پاسارگاد، میزان پاسخگویی به مشتریان و صرفه‌جویی در هزینه‌های سالانه بانک، از ارقام یاد شده بیشتر خواهد بود.

کتاب‌نامه

الف - فارسی

جعفر عظیمی کیوی: *ارائه مدل کسب و کار برای کاهش هزینه‌های پرداخت قبوض*، هفته نامه عصر ارتباط، شماره ۳۹۱.

ب. انگلیسی

Daniel, E: *Provision of Electronic Banking in the UK and the Republic of Ireland*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 17, No. 2, pp.72-82, 1999.

Grönroos, C: *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*, 3rd Edition, John Wiley & Sons Ltd., England, P. 483, 2007.

www.hamshahrionline.ir/news-14289.aspx

Howcroft, B., Hamilton, R. and Hower, P: *Consumer Attitude and the Usage and Adoption of Home-Based Banking in the United Kingdom*, The International Journal of Bank Marketing, Vol. 20, No. 3, pp.111-121, 2002.

Kolodinsky, J.M., Hogarth, J.M. and Hilgert, M.A: *The Adoption of Electronic Banking Technologies by US Consumers*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 22, No. 4, pp.233-241, 2004.

<http://www.kpmg.com>

Lewis, R.C., and Booms, B.H: *The Marketing Aspects of Service Quality. Emerging Perspectives in Service Marketing*, in Berry, L.L., Shostack, G. and Upah, G. (Eds) American Marketing Association, Chicago, pp. 99-107, 1983.

Mols, N: *The Behavioral Consequences of PC Banking*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 16, No. 5, pp.195-201, 1998.

Parasuraman, Zeithaml and Berry: *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, Journal of Marketing, Vol. 22, No. 4, pp. 41-50, 1985.

Sathye, M: *Adoption of Internet Banking by Australian Consumers: An Empirical Investigation*, International Journal of Bank Marketing, Vol. 17, No. 7, pp. 324-334, 1999.

Yang, J. Ahmed, K.T: *Recent Trends and Developments in E-Banking in an Underdeveloped Nation – an Empirical Study*, International Journal of Electronic Finance, Vol. 3, No. 2, pp. 115-132, 2009.