

تجربه کشورهای مختلف نشان داد:

موزش؛ مقدمه ای برای بانکداری الکترونیکی

لزوم آموزش عمومی در زمینه چگونگی استفاده بهینه از امکانات بانکداری الکترونیکی و انجام امور بانکی به روش نوین، موضوعی است که فقط نیاز کشور ما محسوب نمی شود و امروزه نظام بانکی بسیاری از کشورهای در حال توسعه و حتی توسعه یافته، چنین آموزش هایی را در برنامه کاری خود قرار داده اند تا به این ترتیب هزینه ساخت، خریداری و نگهداری، امکانات الکترونیکی با میزان بالایی استفاده عموم از آنها جبران شده و ضریب امنیت استفاده از این امکانات تا بدانجا که مربوط به مشتری می شود تامین کنند. نکته جالب آنجاست که تا پیش از این نظام بانکی کشورهای توسعه یافته بر این گمان بودند که به دلیل ساخت فرهنگی این گونه جوامع نیازی به آموزش و فرهنگ سازی نبوده، و به محض ارائه یک خدمت الکترونیکی نو و معرفی آن، مردم به صورت خودکار جذب آن شده و از فناوری جدید بهره می جویند. اما مطالعات و بررسی های چند ساله اخیر نشان داد حتی در چنین کشورهایی مردم با نوعی اینرسی نسبت به خدمات بانکی الکترونیکی نگاه می کنند و تا جایی که مجبور به استفاده از خدمات نوین نباشند، ترجیح می دهند از همان روش های سنتی استفاده کنند.

نتایج تلخ یک مطالعه

مطالعه صورت گرفته در سال ۲۰۰۰ از سوی شرکت مشاوره «دلویته» بر روی بیش از دوهزار مشتری بانک در کشورهای ایالات متحده، آلمان، انگلستان، ژاپن، برزیل، استرالیا، فرانسه، کانادا، تایلند و کره جنوبی نشان داد، اکثریت قریب به اتفاق مشتریان بانک های این کشورها، خدمات آنلاین بانک ها را مهم ارزیابی نمی کنند. براساس این مطالعه، کمتر از یک سوم مشتریان، بانکداری الکترونیکی را در زمره خدمات مهم بانک ها می دانند و تنها ۲۲ درصد آنها از این خدمات بهره جسته اند. حتی خبر بدتر برای بانک ها آنکه بر اساس این نظرسنجی بیش از ۳۰ درصد مشتریان حتی نمی دانند بانک آنها خدمات الکترونیکی ارائه می دهد یا نه. انتشار نتایج این مطالعه آشوبی را در بین مدیران بانک های جهان برانگیخت زیرا تا پیش از این همه آنها تلاش می کردند تا با ارائه خدمات الکترونیکی جدید و بهتر، رضایت بیشتر مشتریان خود را جلب کنند؛ در این بین برخی از کارشناسان معتقدند اصلاً مشتریان، خدماتی همچون بانکداری اینترنتی را به عنوان مولفه کلیدی در کسب رضایت خود ارزشیابی نمی کنند، بلکه ارائه خدمات همراه با پاسخ گویی و مسئولیت پذیری، در کنار پذیرفتن مشتری به عنوان یک شخص ارزشمند همه آن چیزی است که مشتریان از بانک ها انتظار دارند. نتیجه دیگر به دست آمده از طریق این نظرسنجی حاکی است بیش از نیمی از مشتریان، با وجود ارائه خدمات «۲۴×۷» و خارج از زمان و مکان بانکداری الکترونیکی، همچنان دسترسی آسان و سریع به شعبه را یکی از خواسته های مهم خود قلمداد می کنند. از دیگر نتایج تلخ مطالعه مذکور این است که کاربران اینترنت در کشورهای توسعه یافته، انجام بازی های آنلاین را بسیار مفیدتر از انجام امور بانکی اینترنتی می دانند. ۹۰ درصد مشتریان این نظرسنجی اعلام کردند هیچ گونه علاقه ای به انجام امور بانکی با استفاده از طرق جدید ندارند. اینجا بود که بانک های جهان احساس کردند هزینه ای که صرف الکترونیکی کردن روش ها و ارائه خدمات نوین به مشتریان کرده اند، جای مناسبی صرف نشده است و بدون توجه و عنایت گرانمایه مشتریان به خدمات بانکداری الکترونیکی، این خدمات خالی از هرگونه ارزش خواهند بود. آموزش مشتریان تنها راهی بود که به ذهن مدیران بانک های کشورهای فوق رسید و به حق که بهترین گزینه بود. به این ترتیب امید های تازه های برای این مدیران پدیدار شد تا در دراز مدت بتوانند مشتریان را به استفاده از امکانات الکترونیکی ترغیب کنند. به این ترتیب، در نتیجه آموزش به مشتریان در زمینه فواید بانکداری الکترونیکی، در حالی که در آغاز قرن ۲۱ میلادی تنها چهار درصد تراکنش ها در اروپا به صورت آنلاین انجام می شد، این رقم تا سال ۲۰۰۳ به حدود ۲۵ درصد رسید. در ایالات متحده نیز رقم سه درصد برای تراکنش های آنلاین در سال ۲۰۰۰، طی سه سال به ۱۲ درصد بالغ شد و هنوز این آموزش ها برای حصول به ارقام بالاتر از استقبال مردمی در جهان ادامه دارد. البته نکته قابل توجه دیگر در این میان موضوع عدم وجود درک مشتری از موضوع بانکداری الکترونیکی میان بانک ها و مشتریان آنها است. این دو دسته درست در دو سر طیف قرار دارند و در حالی که گروه اول، بانکداری الکترونیکی را کاملاً مفید و نیاز مردم می دانند، گروه دوم آن را تزئینی و خالی از فایده می پندارند. همچنین در شرایطی که مدیران بانک ها اهمیت شعب را در حال اضمحلال می دانند، مشتریان بر وجود و استقرار شعب تاکید دارند و همه این ها حاکی از وجود یک فاصله عمیق میان دیدگاه بانک ها و مشتریان است که باید با آموزش های همگانی رفع شود.

ریسک آموزش همگانی

به هر حال بانک های جهان امروزه موضوع آموزش را به ویژه در بحث بانکداری الکترونیکی به طور جدی دنبال می کنند. بانک آمریکا سال گذشته یک برنامه آموزشی را برای آگاهی مشتریان خود از میزان کارمزدها و جرائم تاخیر و روش هایی برای فرار از پرداختن آنها به اجرا درآورد. در حالی که این بانک در سال ۲۰۰۶، میزان ۲۲/۴ میلیارد دلار از محل دیرکرد صورت حساب کارت های اعتباری و کارمزد استفاده از خودپرداز رقیبا کسب کرده بود، با اجرای این برنامه آموزشی تلاش کرد تا حتی به قیمت از دست دادن چنین درآمدی، اعتماد و رضایت مشتریان خود را جلب کرده و آنها را به سوی استفاده بهینه از روش های الکترونیکی برای انجام امور بانکی هدایت کند. برای دومین بانک بزرگ ایالت متحده انجام چنین کاری با انتقادهایی همراه بود، چراکه بیش از نیمی از درآمد سالیانه این بانک از محل درآمدهای غیر بهره ای همچون کارمزدها و جریمه های تاخیر تامین می شد و قطع این درآمدها می توانست به منزله ضربه مهلکی بر پیکره این بانک تلقی شود. چنانچه در سه ماهه نخست سال ۲۰۰۷ میلادی، همین درآمدها سبب افزایش پنج درصدی عواید این بانک در مجموع شده بود. هنوز برای بسیاری از کارشناسان دلیل اجرای چنین طرح آموزش آن هم از سوی بانک مجربی همچون بانک آمریکا مشخص نیست اما آنچه آشکار است هزینه ای است که این بانک تحت عنوان طرح «قدری دانش، چیز مفیدی است»، برای جلب اطمینان مشتریان و تشویق آنها به استفاده از بانکداری الکترونیکی، پرداخته است. مسلماً برای مشتریان دانستن نحوه قیمت گذاری خدمات الکترونیکی خوشایند است و اگر بانکی بتواند تمام مراحل پیچیده این امر را برای مشتریان خود با زبان ساده توضیح دهد، کار سختی انجام داده است. کافی است تصور کنید انجام چنین کاری در کشوری همچون ایالات متحده که کارمزدها به طور سرسام آوری بالا هستند و نظام بانکی کشور به نحوی است که اجازه رقابت در این بخش را از بانک ها سلب کرده، تا چه حد مشکل و عجیب است، طوری که شاید بتوان این طرح آموزشی را «هشدار به قربانی» نامید. البته همه این مخاطرات به نظر مدیران بانک آمریکا، در برابر آگاهی مشتریان و جذب آنها به سمت خدمات الکترونیکی، ناچیز و مقرون به صرفه است.

نظام بانکی؛ مشوق آموزش

البته موضوع آموزش تنها از سوی بانک ها و در قالب تبلیغات به مشتریان ارائه نمی شود، بلکه نظام بانکی کشورها نیز موضوع آموزش را به طور جدی پیگیری می کنند. برای مثال، انجمن بانکداران استرالیا (ABA) سال گذشته طی اعلامیه ای که از سوی بانک مرکزی این کشور انتشار یافت خواستار آموزش همگانی طرز استفاده از

سامانه های جدید خودپرداز در این کشور تحت عنوان آموزش مشتریان شد. در دسامبر ۲۰۰۷ نیز، کمیسیون قانونگذاری بانک های چین (CBRB)، طرحی آموزشی را با هدف آگاه سازی مشتریان از مفهوم ریسک در خدمات مالی کلان با

۹۰ درصد مشتریان این نظرسنجی اعلام کردند هیچ گونه علاقه ای به انجام امور بانکی با استفاده از طرق جدید ندارند. اینجا بود که بانک های جهان احساس کردند هزینه ای که صرف ارائه خدمات نوین به مشتریان کرده اند، جای مناسبی صرف نشده است.

روش الکترونیکی، به اجرا گذاشت. در این طرح برای مشتریان کلان بانک ها روش کسب درآمد بیشتر و مدیریت ثروت با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی توضیح داده شد. به علاوه، این کمیسیون در سال ۲۰۰۷، سه طرح آموزشی دیگر را با موضوع ریسک سرمایه گذاری و دانش مالی با رویکرد بانکداری الکترونیکی برای اقشار مختلف مشتریان بانک ها در این کشور به اجرا گذاشت. در سال های اخیر با تغییرات تدریجی که در صنعت بانکداری چین رخ داد، محصولات و خدمات جدیدی همچون کارت های بانکی، بانکداری الکترونیکی، سرمایه گذاری و از این دست، وارد عرصه بانکداری چین شدند. با این حال آمار کلاهبرداری ها نشان می دهد شمار فزاینده خدمات نوین بانکی با میزان اطلاعات مردم از کارکرد آنها رابطه معکوس دارد و هر اندازه بر میزان این محصولات و خدمات افزوده شود مشتریان بر اثر کمبود آگاهی، بیشتر متضرر می شوند. در این راستا، کمیسیون قانونگذاری بانک های چین از تمام بانک ها و موسسات مالی فعال در این کشور خواست تا نخست ریسک تمام محصولات جدید خود را اعلام کنند و در گام بعدی مشتریان خود را برای ارائه خدمت مناسب با شرایط آنها دسته بندی کنند. همچنین در گام سوم، بانک ها کارکنان بخش بازاریابی خود را به لحاظ کیفی مدیریت کنند و اطمینان حاصل کنند در معرفی محصولات و خدمات نوین مالی هیچ گونه اغراق و گزافه گویی صورت نگیرد. بعد از آن و در گام چهارم، خدمات پس از فروش و پشتیبانی را تا حد امکان ارتقا دهند و در آخرین گام به همان میزان که به فروش و جذب منابع اهمیت می دهند، آموزش همگانی را نیز مهم بدانند.

علاوه بر توصیه های فوق به بانک ها، کمیسیون قانونگذاری بانک های چین، خود تلاش های مداومی را به خصوص از آغاز سال جاری میلادی به کار بسته است. این تلاش ها به ویژه در بخش آموزش های همگانی با هدف پرورش مشتریان آگاه برای دریافت خدمات مالی مناسب در یک محیط شفاف صورت پذیرفته که از آن جمله می توان به اضافه کردن ستون «خدمات آموزش همگانی» در وب سایت رسمی این کمیسیون و تاسیس «مرکز خدمات آموزش همگانی» اشاره کرد که وظیفه اصلی مرکز مذکور، گسیل نیروی آموزش همگانی امور بانکی به اقصى نقاط کشور چین و همچنین پایش بانک ها و موسسات مالی در زمینه انجام امور آموزشی و اجتماعی است.

آموزش؛ راه بی پایان

موضوع دیگر در بحث آموزش ارتقا ضریب امنیت عملیات بانکداری الکترونیکی است. به ویژه در مورد کارت ها و پرداخت های آنلاین لزوم امنیت کامپیوترهای شخصی مشتریان و همچنین حفظ و نگهداری رمز عبور می نمایم. همینجاست که بحث آموزش همگانی برای بالا بردن ضریب امنیت بانکداری الکترونیکی بیش از هر زمان دیگری آشکار می شود. البته هر آنچه گفته شد تنها گوشه ای از اقدامات مفید صورت گرفته در زمینه آموزش در جهان است. تا زمانی که نوآوری و ارائه خدمات نوین بانکی به مشتریان وجود دارد، موضوع آموزش هم وجود خواهد داشت. تجربه نشان داده مردم همه کشورهای جهان اعم از توسعه یافته، در حال توسعه و یا به اصطلاح جهان سوم، چه خود سازنده و پدیدآورنده فناوری باشند و چه واردکننده آن، به هر رو، نیازمند دریافت آموزش های لازم برای اعتماد به این تازه وارد هستند.