

پست بانک آلمان

بانک ضرورت ها

در سیر تحولی شرکت هایی هم چون پست بانک ایران باید به دنبال الگوهای مشابهی باشیم که راه هایی را سپری کرده اند که ما نیز ناگزیر به طی آنها هستیم، ولی باید عواقب تقلید در نظر گرفته شود چرا که می تواند بسیار چالش برانگیز و خطرناک باشد. از این جهت پست بانک آلمان الگوی بسیار مناسبی است و طرح هایی که در آن اجرا شده بسیار در خور تأمل می باشد.

لازم است که پست بانک تعریف شود. پست بانک ها ، مؤسسات پس انداز پستی یا بانک های پس انداز پستی شکل های مختلفی از بانک های پس انداز هستند که خدمات خود را از طریق باجه های دفاتر پست و بعضاً مخابرات در سراسر کشور به مردم ارائه می دهند. اهمیت پست بانک در این خلاصه می شود که اقتصادهای پیشرفته و اقتصادهای در حال گذر نیازمند یک نوع سیستم خرده بانک داری برای کمک به توسعه مؤسسات تجاری کوچک و متوسط ، ساختمان سازی و بهبود شرایط زندگی اشخاص حقیقی می باشند. چرا که بانک های تجاری عمدتاً خدمات مالی خود را به اشخاص حقیقی ثروتمندتر و مؤسسات تجاری و دولتی بزرگ تر ارائه می دهند و کمتر به خرده بانک داری می پردازند. پست بانک ها این خدمات را به قشر عظیم تری از مردم و با هزینه پایین تری ارائه می دهند.

تا سال ۱۹۸۹ میلادی ، پست مالی آلمان با عنوان صندوق ویژه فدرال و به شکل یک سازمان دولتی تحت نظارت وزارت فدرال پست و مخابرات به سرویس دهی مشغول بود

و سرویس های مالی آن محدود به عملیات پرداخت و سپرده گذاری وجوه می شد. در سال ۱۹۹۰ اولین رفرم پستی اتفاق افتاد: وزارت فدرال پست و مخابرات به سه شرکت پست، پست بانک و مخابرات تقسیم گردید. در سال ۱۹۹۵ این سه شرکت یادشده به سهامی عام تبدیل شدند که در آغاز، سهام شرکت ها در تملک دولت بود. پست آلمان که پیش از این صد در صد سهام پست بانک آلمان را در اختیار داشت، اکنون اعلام کرده^۱ که ۴۹/۹٪ از سهام پست بانک را در بازار بورس به فروش گذاشته است. دویچه بانک ارزش کل پست بانک آلمان را ۶ میلیارد دلار برآورد کرده است.

اعضاء هیأت مدیره

دکتر ولف شیملمان رئیس هیأت مدیره، مسئول حسابرسی داخلی، برقراری ارتباط با شرکت ها و سرمایه گذاران و عضو هیأت مدیره پست آلمان
اعتبارات: مسئول / اشتفان جوت / امور؛ کمیته اعتبار، کنترل اعتبار، مدیریت اعتبار / مؤسسات مالی، مدیریت اعتبارات بین المللی
شعبات: مسئول لوتار راگ؛ فروش شعبات، بررسی عملکرد و شبکه شعبه ای
بازاریابی برای محصولات: مسئول دکتر ولف گنگ کلین؛ کنترل فروش، بازاریابی، فروش مستقیم، امنیت، سرویس های مربوط به کارت، فروش به شخص ثالث، عملیات اعتباری، استراتژی فروش و روش تجارت با مشتریان و مشاوران دارایی ها
منابع: مسئول رالف / شتمر؛ امور پرسنلی، برنامه ریزی و مدیریت منابع، امور حقوقی، وجوه واریزی از طرف دولت فدرال، حمایت از زیرساخت ها و پروژه ها، برقراری ارتباط با کارگران و امور مربوط به قانون کار، توسعه اجرا.
عملیات و IT: مسئول دریک برنزمان؛ پروژه های استراتژیک، انواع حساب ها، بازارهای مالی عملیاتی، برقراری ارتباط با سازمان های بین المللی در مورد فروش شعبه ای و فروش مستقیم.

مبادلات بانکی: مسئول در یک برنزمان؛ توسعه سازمانی، مبادلات پرداختی به یورو، مبادلات پرداختی بین المللی، رسیدگی به شکایات، ارتباط با مشتری و فروش. **بازارهای مالی:** بوکاس ریزوس؛ بازارهای پولی، بازارهای سرمایه و صادراتی، خزانه، بازارهای سرمایه ای اولیه، بخش ارتباطات ستاد و اجرا. **امور مالی:** حسابداری و تهیه صورت مالی، کنترل امور مالی.

پست بانک آلمان به جای درگیر کردن مشتری به طیف وسیع و پیچیده ای از تولیدات و سرویس های گیچ کننده، زنجیره ساده لیکن شفاف از آن ها را در اختیار مشتریان قرار می دهد. ضمن اینکه در تعیین نوع سرویس، قیمت و چگونگی ارائه آن نیازهای اساسی مشتریان در نظر گرفته شده است. بدین معنا که سرویس های پست بانک سریع، مقرون به صرفه هستند، به آسانی قابل استفاده اند و در راستای نیازهای مشتریان طراحی شده اند و در عین حال از ایمنی و کیفیت بالایی نیز برخوردارند. به این دلیل بود که پست بانک آلمان «بانک ضرورت ها» لقب گرفت.

به منظور تخصصی شدن امور در پست بانک آلمان «اتحادیه پست بانک» تشکیل شده است. در این اتحادیه پست بانک آلمان با سایر ارائه دهندگان سرویس های مالی مشارکت خاص^۲ انجام می دهد. مهمترین مشارکت خاصی که اخیراً به امضا رسیده موافقت نامه مبادلات مالی دویچه بانک^۳ و پست بانک آلمان می باشد. پست بانک آلمان کل مبادلات پرداختی داخل آلمان و بخشی از مبادلات خارجی دویچه بانک را انجام می دهد. این قرارداد از اول جولای ۲۰۰۴ به اجرا در آمد. بدین ترتیب پست بانک برنامه ای تنظیم کرده که هر سه رأس مثلث، پست بانک، مشتری و شرکاء از آن نفع می برند.

^۲ JOINT VENTURE

^۳ DEUTSCHE BANK

۴ برگرفته از ماه نامه «اخبار یوروجیرو» دوم ماه می ۲۰۰۴

پست بانک آلمان جهت تحقق اهداف خود یک استراتژی تبیین کرده است. در استراتژی سه مسأله وجود دارد: ۱. تشخیص هدف ۲. برنامه کار برای رسیدن به آن هدف ۳. مسؤولیت محوله به یک اداره کل.

کانون توجه پست بانک آلمان اکنون این موارد می باشد:

- تلاش برای رشد محصولاتی که حاشیه سود بالایی دارند که این در راستای شعار «بانکداری ساده و ارزان» می باشد.
- بسط و گسترش بازار سرمایه و تأکید بر سازمان دهی امور مالی
- ارتقاء بیشتر سطح کفایت پاسخگویی به مشتری از طریق تلفن
- بانکداری آسان و ارزان
- سیستم بانکداری چند کاناله
- افزایش شرکاء

بانکداری چند کاناله یعنی شما از چندین طریق به بانک دسترسی داشته باشید و از تمام آن کانال هایی که برای تعامل با بانک انتخاب کرده اید، براحتی بتوانید تمام عملیات بانکداری را انجام دهید. پست بانک آلمان اکنون به این راهبرد دست پیدا کرده است.

در نظر پست بانک آلمان ارزشهای جامعه بسیار مهم هستند. بیشتر تکیه بر ارزش های پولی و مالی جامعه است. بدان معنا که رشد ارزش ها را در تجمع دارایی ها، حفظ ارزش ها را در قالب حذف شروط و مقررات اضافی و کمک به ایجاد ارزش های جدید مثل سرمایه گذاری در دارایی های غیر منقول دیده است. در همان زمان، پست بانک آلمان به عنوان یک شرکت به ارزش سازی نیز می پردازد؛ مثلاً زمانی که می خواهیم صورت های کلیدی مانند سهم بازار یا دارایی کل را ارتقاء بخشیم.

در پست بانک مدیریت ریسک، یعنی حفظ سازمان مربوط از خطرات احتمالی که در بازار آن را تهدید می کند.

در پست بانک آلمان هیأت مدیره مسؤول مدیریت ریسک است. هیأت مدیره کمیته ای به نام کمیته ریسک تشکیل داده اند که با کمک هم زیربنای استراتژی فعالیت های پست بانک آلمان را در بازارهای مالی و دیگر فعالیت ها تعریف می کند.

پست و پست بانک مجهز به جهت داشتن بزرگ ترین شبکه فروش شعبه ای در دسترس در آلمان به خود می بالند. هدف مشخص و واضح پست بانک و پست آلمان رسیدن به شیوه «خرید با یک توقف» است تا مشتری قادر باشد به راحتی هرچه تمام تر به مبادلات بانکی بپردازد.