

## شعبه هنوز برای بانک ها مهم است!

چنانچه بانک یا شرکت تعاونی شما نام تجاری خود را بر مبنای «محلی بودن» بنا کند باید به طور جدی درباره آنچه پس از آغاز روند بسته شدن شعب رخ خواهد داد، بیندیشید چراکه ممکن است چنین روزی به زودی فرا رسد.

در یکی از تبلیغ‌های جدید بانک ایالت یورکشایر در شمال انگلستان آمده ما به اینجا اهمیت می‌دهیم، اینجا جایی است که زندگی و کار می‌کنیم و جایی است که بیش از ۱۵۰ سال در آن زندگی می‌کنیم در حالی که از جوامع، تجارت و افراد اطراف خود حمایت کرده‌ایم. در ادامه آگهی تبلیغاتی آمده: «ما به شما اهمیت می‌دهیم چراکه به شما نزدیک هستیم. خانه شما، خانه ماست. هر آنچه بر شما تاثیر بگذارد بر ما نیز تاثیر می‌گذارد به همین دلیل است که می‌خواهیم در تبدیل کردن محل زندگی‌مان به جایی بهتر نقش خود را ایفا کنیم.» این تبلیغات، بانکی را در ذهن متصور می‌کند که ریشه‌ای عمیق در جوامع محلی دارد، این طور نیست؟ و با این حال کمتر از چند هفته پس از آغاز عرضه این آگهی‌های جدید بانکی، یورکشایر اعلام کرد که یک شعبه در شهر کوچک میدلتون در نزدیکی لیدز بسته خواهد شد. خبر بسته شدن این شعبه یک جامعه ۲۷ هزار نفری را که حال بدون شعبه بانکی خواهند ماند متحیر کرده است. مشتریانی که باید معاملات بانکی خود را شخصا انجام دهند حال مجبورند برای رسیدن به نزدیک‌ترین شعبه چندین مایل را رفته و برگردند. این مساله شامل معاملات و امور مربوط به افراد مسن و از کار افتاده و تمام کسانی که برای کارهای بانکی خود به شدت به این شعب متکی هستند، می‌شود. شعبه سابق یورکشایر بیش از ۵۰ سال به جامعه میدلتون خدمت کرده بود. این شعبه در سال ۱۸۵۹ تنها ۱۶ مایل از شعبه مرکزی آن در هالیفاکس فاصله داشت. این بانک به معنای واقعی کلمه نزدیک به شعبه مرکزی و به طور استعاری نزدیک به قلب خود بود. تعداد شبکه شعب یورکشایر در حال حاضر ۱۸۱ شعبه است.

### کمپین برند ریاکارانه؟

زمان‌بندی فعالیت کمپین آگهی جدید یورکشایر و تعطیلی شعبه این بانک حس بسیار بدی را منتقل می‌کند. این حس ریاکارانه است که از یکسو بگویند «متعهد به جوامع محلی» هستید در حالی که از سوی دیگر شعب یادشده در این جوامع در حال بسته شدن هستند. احتمالا این پرسش برای بسیاری از مشتریان ایجاد می‌شود که اگر بانک یورکشایر به مردم و شعب نزدیک به خود اهمیت نمی‌دهد، چگونه می‌تواند مدعی اهمیت دادن به همه شود؟ آنها به چه کسی اهمیت می‌دهند؟ کارملا والش یکی از مشتریان ۴۰ ساله شعبه میدلتون ایالت یورکشایر یکی از افرادی است که از بسته شدن بانک و ریاکاری آشکار آن خشمگین است. به گفته والش، بانک یورکشایر مدعی ابراز توجه و اهمیت به جوامعی است که به آنها خدمت می‌کند اما واقعیت این است که آنها هیچ اهمیتی نمی‌دهند و در ابتدا تنها به منافع‌شان فکر می‌کنند. بانک یورکشایر به راستی نمی‌تواند اتهامات والش مبنی بر اینکه بسته شدن شعبه به دلیل منافع شخصی بوده را انکار کند. این بانک می‌گوید اجاره نامه محل شعبه به اتمام رسیده و تعداد محدودی از مشتریانی که این بانک به آنها خدمات ارائه می‌دهد اقتصاد آن مکان را با مشکل مواجه کرده‌اند.

به عبارت دیگر، والش حق دارد؛ آنها تنها به منافع خود فکر می‌کنند، ۳۵ میلیون دلار در شش ماه اخیر. به نوشته دیلی میل، بانک‌ها در انگلستان جایی که ایالت یورکشایر واقع شده در حال بستن شعب با سرعت یک شعبه در هر ۴۸ ساعت هستند. طبق گزارش کمپین جامعه بانکداری، بیش از یک‌هزار و ۲۰۰ شهر و روستای بزرگ در بریتانیا هیچ شعبه بانکی ندارند و برای ۹۰۰ شهر آن تنها یک شعبه وجود دارد.

### تحلیل و نکات

مؤسسات مالی کوچک و حتی متوسط سال‌ها موقعیت خود را صرف خدمتگزاری به جوامع محلی کرده‌اند. شاید این امر در دوران رونق تاسیس شعب معقول و منطقی بود. هیچ‌کس تا به حال در میانه یک حباب به اندازه کافی توقف نکرده تا به عواقب پیگیری روند معکوس بیندیشد. فرض همه بر این است که بانک‌ها و شرکت‌های تعاونی به تاسیس یک شعبه پس از شعبه دیگر ادامه می‌دهند. اما ماهیت شبکه‌های شعبه در حال تغییر است و به سرعت تغییر می‌کند. تعطیلی شعب یک واقعیت در حال رشد است. در واقع ۸/۴ درصد بانک‌ها و شرکت‌های تعاونی که در بررسی سالانه برند مالی شرکت داشتند، اعلام کردند که برنامه‌هایی برای تعطیلی شعب طی ۱۲ تا ۱۸ ماه آینده دارند و این موضوع به یک قاعده کلی برای بسیاری از مؤسسات مالی تبدیل شده است.

این امر باعث می‌شود که بسیاری از بانک‌ها و شرکت‌های تعاونی در موقعیت برنشدان تجدیدنظر کنند. هزاران موسسه مالی وجود دارند که تمام شهرت خود را با تبلیغ در زمینه «محلی» و «جامعه» به‌دست آورده‌اند. آنها غذاهای کنسرو شده توزیع می‌کنند و حامی مالی تیم‌های کوچک لیگ هستند. آنها از جملات تبلیغی مانند «بانک‌ها را محلی نگه می‌داریم» و «خدمت به جامعه‌ای که خانه ماست» استفاده می‌کنند. سوال کلیدی اینجاست که این موسسات مالی «جامعه» با درک این موضوع که مجبور به بستن شعبی هستند که روزی به جوامع شان خدمت می‌کردند، چه واکنشی نشان می‌دهند؟ بانک‌ها و شرکت‌های تعاونی بدون برخورداری از این شعب چگونه حس «جامعه» را در آینده ایجاد خواهند کرد؟ بازیابان مالی چگونه می‌توانند یک موسسه را به عنوان «محلی» ثبت کنند در حالی که هیچ وجود فیزیکی ندارد؟ آیا این خلاء به راحتی با فعالیت‌های اجتماعی، امور خیریه و حمایت مالی جبران می‌شود؟ یا باید نقش شبکه‌های اجتماعی در این زمینه افزایش بیابد؟