

فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی

Human Sciences Research Journal

دوره چهارم، شماره ۲۹، پاییز ۱۳۹۹، صص ۴۰۳-۴۱۶
New Period 4, No 29, 2020, P 403-416

شماره شاپا (۲۴۷۶-۷۰۱۸) ISSN (2476-7018)

زیوساخت ها و بسترهای لازم در جهت توسعه و تحقق اثر

مهرزاد سرفرازی^۱. حمید رضا عباسی^۲. شکوفه زارع^۳

۱. گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لارستان، لارستان، ایران

mehradsrfarazi55@gmail.com

۲. گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لارستان، لارستان، ایران (نویسنده مسئول)

Abbası.hamidrza.jam@gmail.com

۳. گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد لارستان، لارستان، ایران

Zare.hmayesh@gmail.com

چکیده

این مقاله به بررسی بانکداری الکترونیکی و زیر ساخت های آن و چگونگی رشد و گسترش روز افزون فناوری اطلاعات، اقلایی را در ابعاد مختلف و کمک به سهولت زندگی انسانها و عملکرد سازمانها پرداخته است. این فناوری روش های کار کرد و نگرش افراد، سازمانها و دولتها را دگرگون ساخته و باعث ایجاد صنایع نوین، مشاغل جدید و خلاقیت در انجام امور شده است. ظهور پدیده هایی جون کسب و کار الکترونیک، تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک از نتایج عمده نفوذ و گسترش فناوری اطلاعات در بعد اقتصادی است. کشور ما در عرصه حضور و بکار گیری بانکداری الکترونیک، کشوری جوان است و تا رسیدن به وضعیت مطلوب راه درازی در پیش رو دارد. در زمینه بانکداری الکترونیک تاکنون فعالیتهای گسترشدهای صورت گرفته، لیکن نبود برخی زیر ساختها در ابعاد مختلف موجب کندی این فعالیتها شده است. هم اکنون، در اکثر کشورهای پیشرفته، بانک ها خدمات **On-line** بازی را جهت مشتریان خود از طریق اینترنت فراهم آورده اند و مشتریان خود از طریق اینترنت فراهم آورده اند و مشتریان بدون نیاز به حضور در بانک، غالب کارهای بانکی و مشتریان خود از طریق اینترنت فراهم آورده اند و مشتریان بدون نیاز به حضور در بانک، غالب کارهای بانکی و بانک ها و با استفاده از رمز مخصوص خود انجام می دهند. این عوامل، زمینه ای را برای تسهیل انجام امور تجاری و خرید و فروش ایجاد نموده که منجر به افزایش رقابت بین موسسات بانکی و غیر بانکی گردیده است. بنابراین، بانکداری الکترونیک را می توان به عنوان فراهم آورنده امکاناتی برای مشتریان، که بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک و با استفاده از واسطه های ایمن بتوانند به خدمات بانکی دسترسی یابند، تعریف نمود.



۱. مقدمه

دگرگونی‌های جهان به واسطه تکنولوژی و فناوری اطلاعات، اینترنت و به تبع آن تجارت الکترونیک که آن نیز به نوبه خود از فناوری اطلاعات مشتق می‌شود، تحول ژرف و عمیقی در ارتباطات و فرایند انتقال اطلاعات ایجاد کرده است. به طوری که در حال حاضر افراد می‌توانند بدون حضور فیزیکی در محل کار خود و تنها با استفاده از یک رایانه شخصی و یک مودم، کار خود را در محیط خانه انجام دهند و این عوامل، زمینه‌ای را برای تسهیل انجام امور تجاری و خرید و فروش ایجاد نموده که منجر به افزایش رقابت بین شرکت‌ها شده است. میزان این رقابت به حدی است که اگر شرکتی نسبت به شرکت دیگر مزیت رقابتی کمتری داشته باشد به ناچار باید صحنه را ترک نماید. بانک‌ها نیز به عنوان موسساتی که در حوزه‌های مختلف پولی و مالی فعالیت می‌کنند از این امر مستثنی نبوده و در انجام امور خود با موانع و تهدیدهای گوناگونی مواجه هستند و برای فاقه آمدن بر آنها و دستیابی به فرصت‌های بالقوه بازار باید دارای مزیت‌های رقابتی باشند و سیستم‌های بانکداری الکترونیک زمینه‌ای را برای دستیابی به این مزایا فراهم می‌آورد. تحقیقات محققان امور اقتصادی نشان داده است که بانک‌ها با افزایش مشتریان وفادار و ترازو اول خویش و ایجاد رضایت موثر در مشتریان به طور بی سابقه‌ای به سودآوری خود می‌افزایند. امروزه اکثر بانک‌ها با محیطی کاملاً پویا روبرو هستند و همه بانک‌ها چه بزرگ و چه کوچک با توجه به تغییرات برق آسا در موقعیت‌های رقابتی و شرایط حاکم بر بازار، جذب و حفظ مشتریان تجاری را سرلوحه برنامه‌های خویش قرار داده‌اند. امروزه این حقیقت غیر قابل انکار وجود دارد که کفه ترازو و قدرت بازار به طرف مشتریان سنگینی می‌کند. امروزه مشتریان فرصت‌های بیشتری برای مقایسه خدمات در اختیار دارند و قضاوت مشتری در مورد بانک بر اساس میزان توانمندی بانک در کمک به حل معضلات و توسعه و تجارت او استوار است. در کشور ما و اکثر کشورهای پیشرفته دنیا، انجام سریع امور و عدم اتفاق وقت به عنوان مهمترین عصر موقیت در رقابت بانکها محسوب شده و مشتریان به عنوان رکن اصلی تعیین کننده این رقابت، ارزش بسیار زیادی برای تکنولوژی و سرعت و در درجه بعدی تخصص فنی بانک‌ها قائل هستند. در بانکداری نوین چهارمین، تشریع خدمات بانک و خصوصاً خدمات بانکداری الکترونیک الزامی است و مشتریان بانک‌ها حق دارند از طریق رسانه‌های عمومی، خدمات بانک‌ها را بشناسند. از این رو بانک‌ها برای کار آمد شدن نیاز به کسب اطلاعات کافی از مشتری، در ک علاق و خواسته‌ها و توسعه روابط با او هستند. صنعت بانکداری در صورت هر گونه اهمال و کم توجهی از جانب نیروهای صفت سداد خویش به اصول کلی بازاریابی با مرکزیت و نقطه نقل مشتری، حیات خود را در معرض خطر قرار خواهد داد. بنابراین شایسته است که در بازار رقابت تنگاتنگ کوئی بانک‌ها از یک سوء، و از سویی بر اساس سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، در کنار عضویت ایران در سازمان تجارتی جهانی و به تبع آن تأسیس بانک‌های خارجی در ایران و در ضمن با توجه به خصوصی شدن تعداد زیادی از بانک‌های دولتی و همچنین اختلاف ناچیز سود بانکی در بخش جذب منابع و مصارف، بانک‌ها هر چه



سریع‌تر باید برای حفظ مشتریان خویش، چاره‌اندیشی نمایند. بانکداری امروز شیوه‌های نو، مشتری مداری موثر ارائه تکنولوژی‌های نو، سرویس‌دهی و خدمات مورد نظر 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 الکترونیک تنها گزینه فاروی این بانک‌ها جهت تحقق این اهداف است. از این‌رو کشورهای پیشرفته و همچنین کشورهای در حال توسعه مانند کشورهای منطقه در این زمینه از سالهای پیش بسترها و وزیر ساختهای لازم را به وجود آورده‌اند و در یک حرکت مستمر و منطقی و همه‌جانبه به نحو مطلوب از فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه تجارت و بانکداری استفاده نموده و از مزایای آن بهره‌مند شوند. حال با توجه به مزایای آشکار و غیر قابل انکار بانکداری الکترونیک و نقش موثر آن در حوزه‌های مختلف، در این پژوهش، ما به مطالعه مهمترین موانع و راهکارهای توسعه بانکداری الکترونیکی در ایران خواهیم پرداخت.

۲. بررسی مفهوم بانکداری الکترونیکی

برای شناخت هر پدیده‌ای لازم است ابتدا تعریف مشخصی از آن پدیده و عوامل و متغیرهای مرتبط با آن ارائه شود. در مورد بانکداری الکترونیک تعاریف گوناگونی ارائه شده است که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه‌های ایمن و بدون حضور فیزیکی استفاده مشتریان از اینترنت برای سازماندهی، آزمایش و یا انجام تغییرات در حساب‌های بانکی خود و یا سرمایه‌گذاری در بانکها در ارائه سرویس‌دهی بانکی.

ارائه‌ی مستقیم خدمات و عملیات بانکی جدید و سنتی به مشتریان از طریق کانالهای ارتباطی متقابل الکترونیک (مرکز پژوهش‌های ایران، ۱۳۸۵) بانکداری الکترونیکی، کلیه خدمات بانکی را به صورت الکترونیکی و از طریق واسطه‌های ایمن، ارائه می‌دهد و نیاز به حضور فیزیکی مشتری در بانک را مرتفع می‌سازد. بانکداری الکترونیکی، خدماتی چون اطلاعات حساب و استعلام آن، حواله یا انتقال وجهه بین حساب‌ها، سپرده‌گذاری، تبدیل ارز و پرداخت صورتحساب آب، برق و... را به صورت فهرست بندی و زمان بندی شده در اختیار مشتری قرار می‌دهد. بانکداری الکترونیکی مزایای بسیاری چون افزایش مشتری و پایین آمدن هزینه معاملات بانکی را به دنبال دارد و در ضمن بانک‌ها می‌توانند از این طریق، خدمات را با کارایی بیشتر و با هزینه‌های پایین تری ارائه داده و به حفظ و افزایش سهم بازار خود پردازند. البته لازم به یادآوری است مزایای بانکداری الکترونیک را میتوان هم از دید مشتریان و هم از دید موسسات مالی، مورد ارزیابی قرار داد مقدسی-۸۲-۱۳۸۱. تمرکز بر کانالهای توزیع جدید، ارائه‌ی خدمات اصلاح شده به مشتریان و استفاده از راهبردهای تجارت الکترونیک را از دیگر مزایای بانکداری الکترونیک می‌توان نام برد. همچنین مزایای بانکداری الکترونیکی را از دیدگاه‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت می‌توان مورد بررسی قرار داد. در کوتاه مدت (کمتر از یک سال)، رقابت یکسان، نگهداری و جذب



مشتری و در میان مدت (کمتر از ۱۸ ماه)، یکپارچه سازی کانال‌های مختلف، مدیریت اطلاعات، گستردگی طیف مشتریان، هدایت مشتریان به سوی کانال‌های مناسب با ویژگی‌های مطلوب و کاهش هزینه‌ها را می‌توان از جمله مزایای بانکداری الکترونیک بر شمرد. در بلند مدت نیز می‌توان ارائه خدمات به مشتریان بازار هدف و ایجاد درآمد را از بانکداری الکترونیک انتظار داشت. بهمینت یاشار و حیلت نو، (۱۳۸۶)، به عنوان مثال، در آمریکا یک معامله عادی مشتری از طریق روش‌های سنتی بانکداری ۱ دلار و از طریق تلفن ۰۶ دلار هزینه دارد؛ در حالی که به صورت آنلاین حدود ۰۹ دلار هزینه در بر دارد. همچنین با استفاده از سیستم‌های بانکداری الکترونیکی هزینه انجام معاملات برای هر مشتری تا ۵ دلار کاهش می‌یابد. امروزه بانکها با استفاده از بانکداری الکترونیک می‌توانند اطلاعات مرتبطی را با توجه به نیازهای مشتریان به آنها ارائه دهند و از یک سو باعث افزایش وفاداری و کاهش هزینه‌های بانک و مشتریان شده و از سوی دیگر می‌توانند فرصت‌های جدیدی به منظور ارائه کالا و خدمات مناسب به مشتریان ایجاد نمایند. (کشتگری، ۱۳۸۶، ص ۵۴). به عنوان مثال در آمریکا بانک ولز فارگو از طریق ارائه خدمات به دو صورت الکترونیکی و فیزیکی توансه مشتریان زیادی را جذب کند به طوری که این بانک به حدود ۶۲۰ هزار مشتری خدمات ارائه می‌دهد و در رده های بعد نیشن بانک با ۵۰۰ هزار و کوتوله ک با ۳۵۰ هزار مشتری قرار دارند. همچنین بر اساس گزارش‌های موسسه دیتا مانیتور که یکی از مهمترین موسسات تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری الکترونیکی در اروپاست، مشتریان بانکداری الکترونیک در اروپا از حدود ۴ میلیون نفر در سال ۱۹۹۹ به بیش از ۲۱ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ خواهند رسید (زلف پور، ۱۳۸۶، ص ۵۲) مهمترین خدمات بانکداری الکترونیکی که امروزه در سطح جهان ارائه می‌شوند عبارتند از: اطلاع رسانی در مورد حسابهای مشتریان، انتقال وجوه بین حسابها و به خارج از حساب مشتریان، خرید و فروش سهام، خرید و فروش ارز، انجام خدمات اعتبارات استنادی و ایجاد مسیر اینترنت برای ارتباط بین بانک.

۳. فناوری اطلاعات و تحول بانکداری

در سالهای ۱۹۶۰ ابتدا فناوری اطلاعات برای مکانیزه و خودکار کردن بخش اداری و مدیریتی بانکها بکار گرفته شد. این وضعیت با حرکت فناوری اطلاعات به سمت بخش صفتی بانکها و آغاز بکارگیری سیستمهای اطلاعاتی مدیریت تغییر کرد و فناوری در جهت گسترش بخش اداری و مدیریتی (فرآیندهای اصلی و پشتیبانی) به سمت بخش صفتی بانکها و در شعب آنها بکار گرفته شد.

با وجود اینکه از قبل پیاده سازی فناوری اطلاعات در بانکها بطور مستقیم توسط خود آنها انجام می‌شد، توансه است تا حد زیادی تغییراتی در بانکها ایجاد کند که اثرات آنها هنوز قابل لمس است. اولین این تغییرات گسترش محصولات فعلی به بازارهای جدید بود که آغاز گر دوران بانکداری بازار انبوه بود. به عنوان دومین تغییر توanstگرینه‌های جدیدی برای کانالهای توزیع ارائه کند و برای اولین بار کارتهای اعتباری با استفاده از شبکه شب بانک‌ها پدید آمدند. سومین این تغییرات این بود که موجب شد تا بطور



ابتداً از دستگاه توزیع کننده پول نقد استفاده شود که بعدها به دستگاه‌های خودپرداز امروزی تکامل یافت. این تحولات پل مفیدی برای رسیدن به مرحله جدید کاربرد فناوری اطلاعات در بانک‌ها ایجاد نمود. کانال‌های جدید ارائه خدمات بانکداری از قبیل دستگاه‌های خود پرداز، انتقال پول بین بانکی و تلفن بانک دریافت خدمات بانکی را برای مشتریان راحت و آسوده نموده است. این دوران جدید محصول یکپارچه سازی سیستم‌های مربوط به بخش‌های صفحه و ستادی بانکها و وجود عناصری هوشمند در فناوری‌های اطلاعاتی است. تراکنشهای بانکی بطور فزاینده‌ای از ارتباطات اینترنتی و ابزارهای مربوط به آن استفاده می‌کنند و این میتواند فرصت‌های بسیاری را برای صنعت بانکداری فراهم سازی **Sones**، ۱۹۹۵ با امکاناتی که بانکداری الکترونیکی آورده، مشتریان بانکها می‌توانند تراکنشهای بانکی خود را در زمان و مکان دلخواه خود انجام دهند. بعلاوه، بانکها نیز با کاهش هزینه‌های عملیاتی از طریق کاهش کارکنان و شب خود منافعی را نسبت خود می‌کند و البته هنوز نگرانی‌هایی در مورد بانکداری الکترونیکی وجود دارد. مهمترین این نگرانی‌ها مربوط به امنیت شبکه. بخصوص امنیت شبکه جهانی اینترنت است **Gandy**، ۱۹۹۵ (بعلاوه کاهش فرصت‌های فروش کناری یکی دیگر از نگرانی‌ها در حوزه بانکداری الکترونیکی می‌باشد. در یک شعبه، کارمند بانک می‌تواند از طریق ارتباط رو در رو با مشتری به فروش کناری به وی پردازد. با بکارگیری بانکداری الکترونیکی مشتریان می‌توانند خودشان تراکنش‌های مربوط به خود را انجام دهند. در نتیجه کارکنان بانک تعاملی با مشتری نداشته می‌شانند فروش کناری به مشتری کاهش می‌یابد. در نهایت از آنجا که بانکداری الکترونیکی از طرق شبکه‌های کامپیوتري انجام می‌شود، تنها برای مشتریان قابل استفاده خواهد بود که از جهت فنی و مهارتی از توانایی و قابلیت‌های لازم برخوردار باشند **Wills**، ۱۹۹۶)

۴. اهمیت و ضرورت بانکداری الکترونیکی

سرعت انجام کار در جهان، سهیم شدن در اطلاعات، حفظ ارتباطات تجاری و هدایت مبادلات بازار گانی بوسیله شبکه‌های ارتباطی، امروزه به صورت یک اصل تردید ناپذیر در آمده است. ویژگی اصلی همه این فعالیتها تسهیل فرایندهای تجاری و اداری، حذف فرایندهای غیر ضروری در انجام امور و کاهش هزینه‌ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه‌های اداری بویژه هزینه امکانات و بهبود دسترسی به مشتری و افزایش تنوع خدمات ارائه شده به مشتریان می‌باشد. موسسات مالی به سه دلیل در حال سرمایه گذاری در تکنولوژی‌ها اطلاعاتی جدید هستند این موسسات در سالهای ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ پیش بینی کردند که از طریق حذف اشتباكات ناشی از ورود دستی اطلاعات قادر به کاهش هزینه‌های عملیاتی می‌باشند. موسسات موقعیت‌هایی را مشاهده کردند که می‌توانستند مشتریان کنونی شان را حفظ و مشتریان جدیدی را از طریق پیشنهاد محصولات و خدمات جدید و تقویت ارزش خدمات موجود، بدست آورند. (جعفر پور، ۱۳۶۹، ص ۵۶) از طریق تکنولوژی‌هایی قدرتمند ذخیره کننده اطلاعات، موسسات قادر به توسعه و



فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی

پیاده سازی سیستم ها و تکنیک های مدیریت اطلاعات خواهند شد. به عنوان مثال در بعد هزینه، سالانه ۱۲۰ میلیارد ریال بابت جمع آوری و املاع اسکناس به اتصاد ملی تحمل می شود؛ در حالی که استقرار بانکداری الکترونیک علاوه بر ارتقاء سطح کیفی خدمات، ۶۰ تا ۷۰ درصد هزینه های بانکها را کاهش می دهد. مهمترین ویژگی ای که می توان برای بانکداری الکترونیک بر شمرد، برقراری ارتباط سریع با تمام مخاطبان و ارائه خدمات مبتنی بر نیازهای فرد- فرد آنهاست. حال از یک سو که نظام بانکی کشور استفاده از ابزار الکترونیکی در بانکها را باور نموده و برای اجرای آین نامه های اجرایی مربوطه مصمم است و از سویی نیز عدم ارائه خدمات بانکی به عنوان مانع جدی در راستای گسترش خدمات دهی بانکها و در نتیجه توسعه اقتصادی کشور محسوب می شود، محققین را به فکر واداشت تا موضوع تحقیق خود را موانع و راهکارهای توسعه ای بانکداری الکترونیک انتخاب نموده و در مورد آن تحقیق نماید و در جستجوی تحقق اهداف زیر باشد: (الف) آگاهی را خدماتی که به واسطه بانکداری الکترونیکی در حال حاضر به مشتریان عرضه می شود. (ب) شناسایی مهمترین و عمدۀ ترین دلایل عدم توسعه بانکداری الکترونیک در گسترش بانکداری الکترونیکی از طریق تبیین و مشخص نمودن اهمیت و جایگاه بانکداری الکترونیکی در کشور

۵- عوامل مربوط به پیاده سازی پروژه های بانکداری الکترونیکی

عوامل مربوط به پیاده سازی پروژه های بانکداری الکترونیکی را می توان دره پنج طبقه کلی به شرح جدول شماره ۱ طبقه بندي نمود.

عوامل گسترش و سرویس (K)	عوامل ساختار فنی (E)
در دسترس بودن خدمات بانکداری الکترونیکی در ۲۴ ساعت ۳۶۵ روز در سال (k1) گسترش بازار استفاده از محصولات بانکداری الکترونیکی (k2) افزایش در آمد از طریق استفاده از کالاهای الکترونیکی (k3) جذابیت و استفاده راحت از محصولات بانکداری الکترونیکی برای کاربران (k4)	شیوه های ماهواره ای و رایانه ای (E1) تعداد مراکز دهنده خدمات اینترنتی برای دسترسی مشتریان و سامانهای (E2) قدان امکانات گستره و قوی نرم افزاری (E3) بهنای باند خطوط اینترنت (E4) سست مخابراتی (E5) متخصصین داخلی (E6)
عوامل انعطاف پذیری سازمانی (F)	عوامل فناوری اطلاعات (IT)
اعطاف پذیری ساختار سازمانها جهت استفاده از محصولات بانکداری الکترونیکی (F1) مشترکت و درگیری کارمندان و افراد سازمان در فرآیند انتخاب و پیاده سازی محصولات بانکداری الکترونیکی (F2) روجیه پذیری تغییر کارمندان برای استفاده از محصولات بانکداری الکترونیکی (F3) برنامه های ارتقاء فرهنگ تجارت الکترونیکی کارمندان در سازمان (F4) وجود فرنگ سازمانی مشتری گرا (F5) ارائه آموزش های لازم قابل، حسین و بعد از اجرای بانکداری الکترونیکی (F6)	وجود بسته های مناسب فناوری اطلاعات در سازمان (IT1) امنیت و حفاظت از اطلاعات (IT2) استفاده از فناوری اطلاعات در طراحی فرآیندهای سازمانی (IT3) چهت ارتباط آسانتر با محصولات بانکداری الکترونیکی (IT4) پاسخگوی سریع و سرویس مناسب به نیاز کارمندان و مشتریان بااستفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات که مرتبط با محصولات بانکداری الکترونیکی می باشند. (IT4). پذیری و پرسیل سازمانی در مقاطعه مختلف (S2)



۶- سرویسهای بانکداری الکترونیک

سرویسها یا خدماتی که بانکداری ارائه می‌دهند عبارتند از: (صالحی، ۱۳۸۱، ۱۷۹-۱۸۰) ۱- ماشینهای ATM یا خود پردازی که به صورت ۲۴ ساعته بانک را در دسترسی قرار می‌دهند. دستگاههای خود پرداز گسترده ترین ابزار مورد استفاده در بانکداری الکترونیک می‌باشد. دریافت پول نقد، سپرده گذاری یا انتقال پول بین حسابهای مختلف از جمله خدمات ماشینهای خود پرداز می‌باشد که از طریق کارت‌های پلاستیکی و کد pin انجام می‌شود. در سالهای اخیر اکثر بانکها اقدام به ارائه خدمات مربوط به کارت‌های بانکی نموده اند. تمامی این کارت‌ها از نوع کارت‌های دارایی که به عنوان کارت‌های بدھکار نیز شناخته می‌شوند، می‌باشند. از ویژگیهای این گونه کارت‌ها است که صرفاً با سپردن منابع در حساب مربوط به کارت می‌توان از کارت‌های مزبور استفاده نمود، تکنولوژی مورد استفاده در این کارت‌ها هم از نوع مغناطیسی و هم از نوع کارت‌های با تراشه الکترونیکی می‌باشد. ۲- Direct Deposit که برای پرداخت یا به حساب گذاری چک و همچنین برای پرداخت صورتحساب‌های نظیر برق، تلفن، بیمه و... استفاده می‌شود. در این سرویس کاربر اجازه دیافت و پرداخت را اعطای نموده و سیستم به طور خود کار و به نیابت از کاربر این عملیات را انجام می‌دهد. ۳- Pay by phone که کاربر از طریق تماس تلفنی اجازه می‌دهد که پرداخت انجام شود یا وجهی بین حسابهای مختلف جابجا گردد. ۴- Personal Computer که اجازه دسترسی به حساب یا انتقال پول را از طریق کامپیوترهای شخصی به کاربر می‌دهد. مشاهده صورتحسابها، انتقال پول بین حسابها با دستور پرداخت قبض‌ها مثل: آب و برق و... از طریق کامپیوتر امکان پذیر می‌باشد. ۵- Point of sale stranfer که اجازه خرید و پرداخت هزینه آن را از طریق کارت پلاستیکی فراهم می‌آورد که ممکن است این کار را از طریق همان کارت پلاستیکی ATM انجام دهد. در این حالت یا پول کافی به طور پیش پرداخت در کارت کاربر موجود است و یا از طریق اعتبار این پرداخت صورت می‌گیرد و بعداً وجه توسط کاربر به بانک یا موسسه مالی پرداخت می‌شود.

۶- Electric Check Conversion که عمل تبدیل چک کاغذی به یک دستور پرداخت الکترونیکی در Sale point of Pos یا هر جای دیگر است. به عنوان مثال در یک فروشگاهی هنگامی که چک ارائه می‌شود، چک از طریق پرسه الکترونیکی جهت بررسی دارا بودن موجودی کنترل می‌شود، وقتی که تأییدیه چک دریافت شد، با امضای آن و تحويل به خریدار، امکان انتقال پول از حساب کاربر به حساب فروشنده فراهم می‌گردد. (علی، ۱۳۸۲، ص ۶۵)

۷- انواع خدمات بانکداری الکترونیک

بانکداری الکترونیکی مفهومی نسبتاً نو است که امروزه در اشكال مختلف دستگاه‌های خود پرداز، تلفن بانک اینترنت بانک رایج است و در زیر به تشریح مختصر هر یک وضعیت آن در شبکه بانکی می‌پردازیم. دستگاه خود پرداز AMT دستگاههای خود پرداز اولین و متداول ترین صورت بانکداری



الکترونیکی است که هنوز در حال تکمیل شبکه بانکی کشور برای گسترش کمی و کیفی آن و همچنین افزودن قابلیتها و خدمات ارائه شده از طریق آن به مشتریان است. این دستگاه‌های برخی خدمات بانکی را بطور شبانه روزی به مشتریان ارائه می‌کنند. شبکه بانکی کشور هم اکنون از ۶۴۰۰ دستگاه خود پرداز برخوردار است. امروزه خدمات این دستگاه‌ها در کشور بطور عمده اعلام موجودی حساب، برداشت پول می‌باشد و برخی بانکها نیز امکان دریافت قبض تلفن را راه اندازی کرده اند که به زودی به سایر بانکها و بقیه قبوض آب و برق و گاز نیز گسترش خواهد یافت. از این طریق بانکها خواهند توانست حجم زیادی از عملیات بانکی غیر ارزش زای خود را کاهش دهند که هنوز این حرکت با مشکلات آموزشی و فرهنگی زیادی در جامعه روبروست و این تحقیق هم در این راستا می‌تواند مورد استفاده واقع شود. همچنین در بهمن ۸۵ شبکه شتاب امکان انتقال وجه از یک حساب به حسابی دیگر و حتی در بانکی دیگر از طریق دستگاه‌های خود پرداز را فراهم نموده است. تلفن بانک: تلفن بانک به مشتریان امکان می‌دهد که تراکنشهای بانکی خود را از طریق تلفن انجام دهند. تلفن بانک را می‌توان به دو دسته تلفن بانک خودکار و تلفن بانک از طریق اپراتور تقسیم کرد. در تلفن بانک از طریق اپراتور، مشتری می‌تواند با تماس با اپراتور خدمات پیچیده‌ای را در خواست کند. اما در تلفن بانک خودکار مشتری می‌تواند بازه محدودتری از خدمات را بصورت ۲۴ ساعته در خواست کند. در این نوع تمام خدمات بصورت اتوماتیک و توسط سیستم تلفن گویا ارائه می‌شود. هم اکنون اغلب بانکهای ایرانی خدمات خاصی از قبیل دریافت موجودی، انتقال وجه، دریافت سابقه حساب و پرداخت برخی قبوض را از طریق تلفن بانک ارائه می‌کنند. اینترنت بانک: اینترنت بانک نوع جدیدی از بانکداری است که امکان انجام تراکنشهای بانکی از طریق شبکه جهانی اینترنت را فراهم می‌کند و مشتریان از هر کجا که امکان اتصال به شبکه را داشته باشند می‌توانند به حساب بانکی خود دسترسی داشته و بصورت ۲۴ ساعته در تمام روزهای هفت‌های هفته امور بانکی خود را انجام دهند. در میان بانکهای ایرانی، بانک خصوصی سازمان بانکداری اینترنتی را به عنوان راهبرد اصلی خود برگزیده است و در ارائه خدمات بانکداری اینترنتی پیشرو می‌باشد بطوریکه گستره وسیعی از خدمات بانکی را از طریق اینترنت در دسترس مشتریان قرار می‌دهد. در میان بانکهای دولتی هم بانکهای صادرات و تجارت به تازگی ارائه خدمات بانکداری اینترنتی خود را آغاز نموده و در این زمینه پیشرو می‌باشند. (حسینیان، ۱۳۷۱، ص ۵)

۸- مدل‌های بانکداری الکترونیکی

دو مدل رایج برای بانکداری الکترونیک وجود دارد که عبارتند از بانکهای الکترونیکیه و شعبات الکترونیکی یک بانک الکترونیکی در واقع موسسه‌ای است که فقط روی اینترنت موجود است و دارای هیچگونه شعبه فیزیکی نیست. این چهارچوب کاری باعث می‌شود که بتوانیم بانکی داشته باشیم که نیازی به امور کاغذی ندارد، محدود به مناطق جغرافیایی خاصی نیست و هیچگاه در آن به روی کاربران بسته



نشده و می‌تواند ۲۴ ساعته به مشتریان سرویس دهد. مدل شعبه‌های الکترونیکی به این صورت است که بانکهای معمولی و مرسوم، خدمات بانک الکترونیکی را به کاربران خود ارائه دهن. علت وجود این مدل آن است که تمامی کاربران اینترنت و مشتریان بانکها از خدمات بانکهای الکترونیکی باید بانکهای معمولی با ارائه خدمات بانکی اینترنت این فرصت را به مشتریان خود بدهند تا این نوع نوین از بانکداری را آزمایش نموده و کم جذب آن شوند. به علت فشاری که بانکهای الکترونیکی به بانکهای عادی وارد می‌سازند، بانکهای عادی اقدام به ایجاد بانکهای اینترنتی کمکی برای خود نموده اند. (سعیدی، ۱۳۸۱، ص ۱۳۹)

۹- کانالهای بانکداری الکترونیک

برای ارائه خدمات بانکداری الکترونیک، کانالهای متعددی وجود دارد که برخی از آنان عبارتند از: رایانه‌های شخصی، کمک پردازنده‌های شخصی، کیوسک، شبکه‌های مدیریت یافته، تلفن ثابت و همراه و ماشین‌های خودپرداز در روش شبکه‌های مدیریت یافته، بانکها برای ارتباط با مشتریان خود و ارائه خدمات به آنها از شبکه‌هایی که قبلاً ایجاد شده استفاده می‌کنند. در روش اینترنت با رایانه‌های شخصی، بانک از طریق ایجاد یک پایگاه اینترنتی و معرفی آن به مشتریان، با آنها ارتباط متقابل برقرار کرده و ارائه خدمت می‌کنند. در روش بانکداری تلفنی، تلفن (اعم از تلفن ثابت و همراه) و سیله ارتباطی بانک با مشتریان خود بوده و از این طریق خدمات بانکی عرضه می‌شود. در آخر با استفاده از ماشینهای خودپرداز نیز بانکها می‌توانند خدمات متنوعی از قبیل برداشت نقدی، سپرده گذاری، انتقال وجهه، پرداخت صورتحساب و... را به مشتریان خود ارائه دهند.

- شاخه‌های بانکداری الکترونیک با توجه به کانالهایی که در بانکداری الکترونیک ذکر شد؛ بر حسب امکانات و نیازهای بازار، بانکداری الکترونیک در زیر شاخه‌ها و انواع مختلفی ارائه می‌شود شامل: ۱- بانکداری اینترنتی (با استفاده از کامپیوترهای شخصی) ۲- بانکداری مبتنی بر تلفن ثابت همراه و فناوری‌های مرتبط با آن ۳- بانکداری مبتنی بر نمبر ۴- بانکداری مبتنی بر دستگاههای خودپرداز ۵- بانکداری مبتنی بر پایانه‌های فروش ۶- بانکداری مبتنی بر شعبه‌ای الکترونیکی.

۱۰- مهم‌ترین مزایای استفاده از بانکداری الکترونیکی

در شهرهای الکترونیک مزایای بانکداری الکترونیک را می‌توان از دو جنبه مشتریان و موسسات مالی مورد توجه قرار داد. از دید مشتریان می‌توان به صرفه جویی در هزینه‌ها، صرفه جویی در زمان و دسترسی به کانال‌های متعدد برای انجام عملیات بانکی نام برد که این امر شهرهای الکترونیک را در رسیدن به اهداف خود یاری می‌کند. از دید موسسات مالی می‌توان به ویژگی‌هایی چون ایجاد و افزایش شهرت بانکها در ارائه نوآوری، حفظ مشتریان علیرغم تغییرات مکانی بانک‌ها، ایجاد فرصت برای جست و جوی



فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی

مشتریان جدید در بازارهای هدف، گسترش محدوده‌ی جغرافیایی فعالیت و برقراری شرایط رقابت کامل را نام برد. دیگر مزایای استفاده از بانکداری الکترونیکی در شهر الکترونیک شامل:

- فراهم آوردن امکان دسترسی شهروندان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه‌های اینترنت و بدون حضور فیزیکی

- استفاده شهروندان از اینترنت برای سازماندهی، آزمایش و یا انجام تغییرات در حساب‌های بانکی خود و یا سرمایه‌گذاری برای ارایه‌ی خدمات و سرویس‌های بانکی

- ارایه‌ی مستقیم خدمات و عملیات بانکی جدید و سنتی به شهروندان از طریق کانال‌های ارتباطی الکترونیک

- امنیت: بررسی‌ها نشان می‌دهد پرداخت‌هایی که از طریق سیستم‌های انتقال الکترونیکی انجام می‌شوند، از امنیت بالاتری نسبت به پرداخت‌هایی که از طریق سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجوه به گونه‌ای طراحی می‌شوند که احتمال دستبرد، سرقت، مفقود شدن، عدم انتقال و... را به حداقل ممکن بررسد.

- سرعت: یکی دیگر از اهداف شهرهای الکترونیک سرعت بخشیدن به ارائه‌ی خدمات شهری به شهروندان است که با استفاده از بانکداری الکترونیکی تا حد زیادی به این هدف خود رسیده است. زیرا یک ویژگی برجسته‌ی سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجود، سرعت بالای آنها می‌باشد.

- آسان بودن و سادگی: مکانیسم انتقال الکترونیکی وجود، برای شهروندان خیلی ساده تر و آسان تر از سیستم‌های سنتی می‌باشد. چون در این نظام اولاً با یک اضطراری پرداخت به صورت مستقیم صورت می‌گیرد و ثانیاً نیازی به حضور فیزیکی مشتری در بانک یا مؤسسه مالی نیست.

- کاهش اشتباہات انسانی: یکی از مسائل و مشکلات عمده‌ی سیستم‌های پرداخت سنتی، اشتباہات متعدد عوامل انسانی در فرآیند و پردازش پرداخت‌ها به علت یکپارچه نبودن سیستم و وارد کردن اطلاعات به دفعات مختلف در فرآیند پردازش می‌باشد. سیستم انتقال الکترونیکی وجود با درنظر گرفتن این مشکلات با حذف دوباره کاری‌ها و طراحی مناسب روش‌های کنترلی این اشتباہات انسانی را تا حدود زیادی کاهش داده است. که این امر باعث ایجاد اعتماد در شهروندان و استفاده هرچه بیشتر از خدمات شهر الکترونیک می‌شود.

- بهبود روابط با مشتریان: به کارگیری سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجود باعث می‌شود که روابط بین شرکتهای، مؤسسات و بانک‌ها با مشتریان خود بهبود یابد. چون افزایش کارایی، سرعت عمل، کاهش اشتباہات و هزینه پایین تر سبب می‌شود که مشتریان ترغیب شوند که بیشتر با سازمانها و مؤسساتی ارتباط برقرار نمایند که از سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجود استفاده می‌کنند که خود منجر به توسعه‌ی هرچه بیشتر شهر الکترونیک می‌شود.



۱۱. اجزای بانکداری الکترونیک

۱. انواع کارت ها / کارت های اعتباری و بدهی / کارت های غیر بانکی ۲. شبکه شتاب ۳. سیستم تسویه بین بانکی مبادلات ارز ۴. شبکه سوئیچ عملیات خرد بانکی و بین بانکی ۵. شبکه مرکزی سوئیفت **Telecommunication Society /Worldwide Interbank Financial SWIFT**

ویژگی ها و کاربردهای بانکداری الکترونیکی در مدیریت بانکداری الکترونیکی توجه به لزوم تنوع در ابزارهای الکترونیکی سرویس دهنده، یک اصل می باشد. باید توجه داشت که مشتری در شرایط زمانی و مکانی مختلف و به منظور بهره مندی از خدمات شهری، نیازمند برقراری ارتباط با بانک خواهد بود. بنابراین برای ارائه ی هرچه بهتر خدمات شهری به شهروندان باید پیش بینی های لازم صورت گیرد تا بتوان در هر شرایطی پاسخگوی نیاز آنها بود. بانک ها در ارائه ی خدمات بانکداری الکترونیکی به مشتریان این امکان را فراهم می کنند که از شبکه های مدیریت یافته، رایانه ی شخصی، تلفن ثابت، تلفن همراه و ماشین های خود پرداز **ATM** استفاده کنند. ایجاد تنوع در ابزارهای تجارت الکترونیکی منجر به ایجاد کاربردهای گوناگون این فناوری در زمینه های مختلف شده است. از کاربردهای بانک الکترونیکی، فراهم نمودن امکان پرداخت های الکترونیک است. پول الکترونیکی، به بانک ها نیز این امکان را می دهد که بازار خود را از نقش های سنتی سپرده گذاری و اعطای اعتبار، فراتر برده و توسعه بخشند.

کاربردهای دیگر آن شامل: ۱. بانکداری مبتنی بر وب و اینترنت بانکداری مبتنی بر فناوری تلفن های همراه **m - banking /Mobile Banking** ۲. بانکداری مبتنی بر تلفن ۴. بانکداری کیوسکی ۵. بانکداری به کمک فکس ۶ بانکداری مبتنی بر دستگاه خود پرداز بانکداری مبتنی بر دستگاه های **POS** ۷ بانکداری مبتنی بر کارت های هوشمند و یکی از کاربردهای مهم بانکداری الکترونیکی در شهر الکترونیکی می باشد. وب سایتها ایجاد شده به منظور ارائه ی خدمات شهر الکترونیک ماموریت انتقال محتوای اطلاعات مفید به شهروندان را بر عهده دارد. این اطلاعات شامل جستجوی املاک، اطلاعات مالیات املاک، تقویم شهری، منابع و فرصت های سرمایه گذاری، مالیات و وسائل نقلیه موتوری و پرداخت جرائم و بالاخره مهم ترین بخش، جستجوی خدمات بانکی است که از خصوصیات بر جسته شهر الکترونیک است. بسیاری از خدمات شهر الکترونیک مانند پرداخت مالیات ها، قبوض و... با استفاده از تسهیلات بانکداری الکترونیکی بسیار ساده تر و با صرفه جویی در هزینه و دقت بیشتری انجام می گیرد. در نتیجه می توان گفت که به کمک بانکداری الکترونیکی است که شهرهای الکترونیکی می توانند ارائه خدمات الکترونیکی خود را کامل کنند.

۱۲. سطوح سیستمهای بانکهای الکترونیک

با پیشرفت تکنولوژی، مهارت کاربران نیز افزایش یافته و به همین نسبت تجارت در سطوح کلان و خرد نیز پیشرفته تر شده اند. سیستمهای سرویس ها و خدمات بانکداری الکترونیک نیز به دنبال این پیشرفت و بر



فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی

حسب درجه توانمندی آن به سه سطح مجزا تقسیم می شود که مشتریان موسسات مالی را قادر می سازد تا در آن سه سطح از خدمات و سرویسهای بانکداری الکترونیک استفاده کنند (سعیدی، ۱۳۸۱، ۱۴۰-۱۴۱) سیستمهای سطح یک سیستم‌های فقط اطلاعاتی (اطلاع رسانی): این سطح که ابتدایی ترین سطح بانکداری الکترونیکی است، بانک اطلاعات مربوط به خدمات و عملیات بانکی خود را از طریق شبکه‌های عمومی یا خصوصی معرفی می کند. این سیستمها نابر مصادیق کاربردی به صورت سیستم‌های تعریف می شوند که اجازه دسترسی به اطلاعات بازاریابی و دیگر اطلاعات عمومی را فراهم می کنند یا اجازه می دهند که نامه‌های الکترونیکی غیر حساس انتقال پیدا کنند. این قالب الکترونیکی مورد استفاده جهت تبادل اطلاعات، یک کانال ارتباطی کم هزینه را فراهم می کند که دارای انعطاف بالاتر بر حسب مقبولیت نزد کاربران، محتوی و موقعیتهای چگرافیایی است. در اینجا مدیریت باید از نصب برنامه ای مطمئن شود که کاربران را از این مطلب آگاه سازد که ممکن است نامه های الکترونیکی ارسالی شان به بانک که رمز شده نیز هست ممکن است توسط شخص ثالثی بازخوانی و دستکاری شود. به این صورت بانک از ادعای قانونی کاربران مصون خواهد بود. با اینکه این سایتها بیشتر برای مقاصد بازاریابی ایجاد شده اند، ولی هر کدام از آنها می تواند مقداری اطلاعات به میزانی که منتشر کننده آن مایل به انتشار است، منتشر کنند یا می توانند کاربران را به سایتها دیگر که دارای اطلاعات بیشتری هستند ارجاع دهند. ابراهیمی، ۱۳۸۱، ص ۵۲ با کمک تکنولوژی موجود می توان با استفاده از نوع میزان اطلاعات جمع آوری شده در مورد کاربرانی که مرتب از سایت دیدن می کنند بررسی بیشتری انجام داد و مشخص کرد که این نوع کاربران به چه نوع سرویس‌ها و خدماتی علاقمند هستند و چه نوع اطلاعاتی مورد توجه ایشان بوده است. مدیریت می تواند مشتریانی را که به این طریق شناسایی می شوند هدف قرار داده و محصولات و سرویس‌های خود را به طور مستقیم و با شرایط ویژه به آنها عرضه کند.



فهرست منابع و مأخذ

- اللهیاری فرد، محمود، (۱۳۸۴) خدمات بانکداری الکترونیک و نیازهای اجرایی آن در مقایسه تطبیقی هزینه عملیاتی خدمات مختلف بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی
- اللهیاری فرد، محمود (۱۳۸۲) بررسی مقایسه ای خدمات بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیک در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی دانشکده حسابداری و اقتصاد
- علی، علی، (۱۳۸۲) بانکداری الکترونیکی و وضعیت آن در ایران، ماهنامه آموزشی و پژوهشی و اطلاع رسانی، شماره ۴۳، تهران.
- فتحیان، محمد، رستگار، نگار، باقری اصل، رضا (۱۳۸۶) چالش‌ها و راهکارهای توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور، اولین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی سالن همایش وزارت کار تهران.
- علمایی، سید احمد (۱۳۸۶) ارائه مدل مفهومی از بانکداری سیار با نگاه به نیازهای سیستم بانکی و کاربران و مشتریان، اولین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک، سالن همایش های برج میلاد، تهران.
- سعیدی، ایرج، (۱۳۸۱) بانکداری الکترونیکی، مجله شبکه تهران
- سعیدی محمود، تقی فاطمه، عسکرزاده، مجید و جلالی محسن (۱۳۸۶) عوامل موثر در پیکر بندي و تدوین استراتژی در بانکداری الکترونیکی، اولین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی، سالن همایش های وزارت کار تهران
- ریاحی، حمید رضا (۱۳۸۲) دولت الکترونیک؛ هدف یا بهانه؟ مجله تکفا، شماره های ۷ و ۸، مرداد و شهریور
- حسینیان سعیدی، سید مهدی مختاری، علی و همکاران (۱۳۸۶) نگرش مدیران بانکهای دولتی و خصوصی بر اجرای نظام تجارت الکترونیک در بانکداری الکترونیک، اولین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک، سالن همایش های برج میلاد، تهران.
- جعفر پور، محمود؛ آماده، حمید (۱۳۸۶) بانکداری الکترونیک؛ بررسی موانع و راهکارهای توسعه ای آن در کشور مطالعه در بانک رفاه، اولین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک، سالن همایش های برج میلاد، تهران.
- توفیقی، مریم، مسگری مشهدی، مصطفی (۱۳۸۶) بانکداری الکترونیکی در شهر تهران، اولین کنفرانس بین المللی شهر الکترونیک، سالن همایش های برج میلاد، تهران.

—Bendinger, Alberto& Jung, Ingolf(2005): Virtual City Model- New Approaches in Urban Simulation and City Planning Using Virtual Reality Tools 28-Certer, Denise Maia(2004): New Location: the Virtual City, Anthropology Matters Journal

— Fun Communication: Benutzerhandbuch Endkunoch VR-Net World Banking 1.06,(Karlsruhe 2002). Mobile Version



— Gandy, T, "Banking in E-space." The Banker, Vol. 145, December, 74-75, 1995. 25-Wills, D, "Banking on the Internet" Banking World Hing, April, 22-23, 1996 26-Aurigi, Alessandro (2006): ICT and the city (Tensions in the digital city), The European of Planning www. Planum. Net. Journal.

— Jones, D., "Bank ponder internet payment". Banking World, 13(3), 39, 1995.

— Merz, M:E-Commerce and E-Business-Marktmodelle, Anwendugen and Technology. 2. Ed.,Heidelberg 2002. Journal of Information Management 14(3), 487-499, 1994.

— Weibbuch Mobilkommunikation:SIM gibt Handy Sinn. In:Fourm Mobilkommunikation, <http://www.fmk.at/Mobilkom/detail.cfm?Textid=17&Kapitelnr=8,200106-29>,Abruf am 2002-12-19.