

پژوهش حسابداری
شماره ۲، پاییز ۱۳۹۰

بانکداری الکترونیک

سید احمد خلیفه سلطانی*

استادیار حسابداری دانشگاه الزهراء

شکوفه جعفری - سارا یزدیان

دانشجویان کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه الزهراء

چکیده

این روزها صحبت از خدمات اینترنتی و بانکداری اینترنتی در رسانه‌ها زیاد شنیده می‌شود. بیلپورد و تبلیغات شهرها را نیز، آگهی‌های بسیاری از بانک‌ها با جملات اغواکننده‌ای چون «بانک همیشه همراه شما» یا «بانک همیشه در دسترس» پوشانده است. با این حال این پرسش وجود دارد که آیا بین خدمات اینترنتی و حتی الکترونیکی بانک‌های مختلف تمایز و تفاوتی وجود دارد؟ نحوه‌ی ارزیابی سرویس‌های الکترونیکی و اینترنتی چگونه است و اگر هر بانکی که با راه‌اندازی یک یا دو سرویس ادعای بهره‌برداری از بانکداری الکترونیکی را دارد، باید باور کرد؟ هر سرویس الکترونیکی خود به ده‌ها سرویس زیر مجموعه دیگر تقسیم می‌شود در حالی که بانک‌های ایرانی عموماً به ارائه یک یا چند سرویس عمومی می‌پردازند و عملاً سرویس‌های زیرمجموعه را کاملاً فراموش می‌کنند برخی از بانک‌ها با راه‌اندازی سایت اینترنتی صرفاً به ارائه چند مورد محدود از خدمات بانکی می‌پردازند، در حالی که صرف راه‌اندازی چند سرویس محدود را نمی‌توان بانکداری الکترونیکی نامید.

واژه‌های کلیدی: بانکداری الکترونیک، بانکداری اینترنتی، سرویس‌های الکترونیک

* نویسنده مسئول khalifehsultani@alzahra.ac.ir

مقدمه

بانکداری الکترونیک به طور کلی انواع کانال‌های ارتباطی میان بانک و مشتری حقیقی و حقوقی را شامل می‌گردد. برخی از این سرویس‌ها عبارتند از: بانکداری مبتنی بر وب و اینترنت، بانکداری مبتنی بر فناوری تلفن‌های همراه، بانکداری مبتنی بر تلفن، بانکداری کیوسکی، بانکداری به کمک فکس، بانکداری مبتنی بر پیام کوتاه، بانکداری مبتنی بر دستگاه خودپرداز، بانکداری مبتنی بر کارت‌های هوشمند و... از نتایج و دستاوردهای اساسی اینترنت و فناوری اطلاعات، بانکداری الکترونیک است و به علت افزایش روزافزون تعامل اقتصادی کشورها با یکدیگر، روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود و همچنین بر مبنای تمایل بشر به راهکارهای ساده تر، در انجام کارهای مالی و اقتصادی نیز، نیازمند بازنگری و نوآوری و تسهیل در بروکراسی نظام بانکی می‌باشیم.

پس از پیدایش فناوری اطلاعات، نخستین ساختاری که به دستاوردهای شبکه و اینترنت پی برد، سیستم بانکی بود. سیستم‌های بانکی از این ابزار به عنوان عاملی جهت ایجاد یکپارچگی و افزایش دامنه فعالیت استفاده نمودند. این عوامل مقدمه‌ی تکریم واقعی ارباب رجوع می‌باشند. عوامل بسیار اساسی استفاده سیستم‌های بانکی از بانکداری الکترونیک، افزایش ضریب امنیت در تبادلات مالی و به صفر رساندن هزینه سنگین این نقل و انتقالات می‌باشد. البته باید به این نکته توجه نمود که بانکداری الکترونیک موضوعی نیست که بتوان سلیقه‌ای با آن برخورد نمود، بلکه اجبار قرن ۲۱ به تمام کشورهایی است که خواهان تعامل با دنیای پیشرفته‌ی امروز و رشد اقتصادی می‌باشند. (نیاز زاده، ۱۳۸۵، ص ۳۵)

بانکداری الکترونیک یا برخط یا اینترنتی، عبارت است از فراهم آوردن امکاناتی برای کارکنان در جهت افزایش سرعت و کارایی آن‌ها در ارائه خدمات بانکی در محل شعبه و همچنین فرآیندهای بین شعبه‌ای و بین بانکی در سراسر دنیا و ارائه امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری به مشتریان که با استفاده از آن‌ها بتوانند بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک، در هر ساعت از شبانه روز (۲۴ ساعته) از طریق کانال‌های ارتباطی ایمن و با اطمینان عملیات بانکی دلخواه خود را انجام دهند. به عبارت دیگر بانکداری الکترونیکی استفاده از فناوری‌های پیشرفته نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مبتنی بر شبکه و مخابرات برای تبادل منابع و اطلاعات مالی به صورت الکترونیکی

است و نیازی به حضور فیزیکی مشتری در شعبه نیست. این امکانات به مشتریان اجازه می‌دهد تا معاملات اقتصادی را در یک وب سایت امن به طرقتی مثل کارهای خرده بانکی یا بانک مجازی، مؤسسه مالی و اعتباری یا شرکت‌های ساخت و ساز انجام دهند.

بانکداری الکترونیک می‌تواند در جهت کاهش هزینه‌های دولت و مشتریان قدم‌های مؤثری بردارد. کاهش نقل و انتقال اسکناس به صورت مستقیم، در جهت بهداشت عمومی مؤثر است. طبق آمار بدست آمده، سالانه ۷/۳ میلیارد برگ اسکناس در کشور در جریان است که با توجه به جمعیت ۷۰ میلیون نفری در کشور ما، سرانه هر نفر، ۱۰۰ برگ اسکناس می‌شود که این رقم در بین کشورهای صنعتی برای هر نفر ۱۲ تا ۱۶ برگ اسکناس و حتی برای کشورهایمانند هند و پاکستان بین ۴۰ تا ۵۰ برگ اسکناس است. که این آمار نشان دهنده‌ی نبود بانکداری الکترونیک در کشور ما است. پدیده‌ی بانکداری الکترونیک یک ضرورت است که بانک‌های دولتی و خصوصی می‌توانند ابعاد مختلف آن را ایجاد کنند، بانک‌های خصوصی از ابتدا توجه بیشتری به مقوله‌ی بانکداری الکترونیک داشتند که در این ارتباط بانک‌های دولتی نیز باید با اتخاذ تدابیر مختلف به این مهم دست یابند. یکی از مشکلات بانکداری سنتی محدودیت زمان انجام فعالیت‌های بانکی و محدود شدن مشتریان به دریافت خدمات بانکی در چارچوب زمان کوتاه فعالیت بانک‌ها بوده، در صورتی که بانکداری جدید فاقد محدودیت زمانی می‌باشد. سیستم‌های بانکداری الکترونیک، در سطوح اطلاع رسانی، ارتباطات و تراکنش، به مشتریان سرویس‌دهی می‌کنند. اطلاع رسانی ابتدایی‌ترین سطح بانکداری الکترونیک است و بانک به وسیله آن، اطلاعات مربوط به خدمات و عملیات خود را از طریق شبکه‌های ارتباطی دولتی و خصوصی فراهم می‌کند. ارتباطات، امکان انجام مبادلات بین سیستم بانکی و مشتری را فراهم می‌آورد. ریسک این سطح در بانکداری الکترونیک بیشتر از سطح سنتی است. سیستم تراکنش، متناسب با نوع اطلاعات و ارتباطات خود، بالاترین میزان ریسک را دارد. در این سطح، مشتری در یک ارتباط متقابل، قادر است تا عملیاتی چون صورتحساب، صدور چک، انتقال وجه و ارایه‌ی صورتحساب را انجام دهد.

بانکداری الکترونیک را می‌توان از دو جنبه‌ی ارائه خدمات بانکی با استفاده از سیستم‌های الکترونیک و ارائه خدمات الکترونیک بانکی، مورد بررسی قرار داد. در مورد اول، کارمندان بانک به عنوان کاربر حضور داشته و بانک‌ها تنها مجهز به سیستم‌های الکترونیک می‌شوند

در حالی که در مورد دوم، کلیه زیر ساخت‌های بانک‌ها تغییر خواهند کرد. (قلی پور سلیمانی، ایمانی، ۱۳۸۷، ص ۵)

پیدایش بانکداری الکترونیک در جهان

بانکداری الکترونیک در جهان، عمری در حدود عمر رایانه دارد، یعنی از وقتی که رایانه‌هایی با لامپ‌های التهابی ساخته شد، انجام محاسبات و سرعت انجام امور بانکی نیز سرعت گرفت. دسترسی تعداد زیادی از مردم جهان به شبکه جهانی اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیک بین افراد و سازمان‌های مختلف از طریق دنیای مجازی، بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است. تجارت الکترونیک عمده‌ترین دستاورد به‌کارگیری فناوری در زمینه‌های اقتصادی است.

استفاده از این فناوری موجب توسعه تجارت، تسهیل ارتباطات عوامل اقتصادی، فراهم کردن امکان فعالیت برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، ارتقای بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان شده است. فناوری ارتباطات و اطلاعات امکان افزایش قابلیت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها را فراهم ساخته و همچنین به ایجاد مشاغل جدید منجر شده است. زمان شروع پرداخت الکترونیکی در دنیا به سال ۱۹۱۸ میلادی برمی‌گردد، یعنی هنگامی که بانک‌های فدرال رزرو آمریکا به انتقال وجوه از طریق تلگراف می‌پرداختند.

در سال ۱۹۷۰، متخصصان دانشگاهی به منظور اشتراک اطلاعات، اینترنت را توسعه دادند و تا سال ۱۹۹۳، عموم مردم، به ویژه تجاری که امید به گسترش دامنه تعداد مشتریان خود داشتند، از آن استقبال کردند و بدین ترتیب اینترنت در راستای اهداف بازاریابی، مبادلات وجوه، کالا و خدمات، مورد توجه واقع شد. بعدها با توجه به اعتنای تعداد کثیری از تجار بر مبادلات اینترنتی، توجه زیادی، معطوف به انتقال وجوه با استفاده از چنین شیوه‌ای شد. همسو با این تحولات، لازم بود بانکداری الکترونیک نیز تغییر کند. از طرف دیگر، هزینه‌های هنگفتی که بانک‌ها با آن مواجه بودند، منجر به ایجاد یک گرایش اساسی در صنعت بانکداری به استفاده از اینترنت در عرصه خدمات و محصولات شد. در سال ۱۹۹۴، بانک‌ها سعی کردند از اینترنت به عنوان یک نظام تحویل‌داری پیشنهادی برای محصولات و خدمات خود، استفاده کنند. به‌کارگیری اینترنت در عرصه خدمات و محصولات بانکی، برای بانک‌هایی که چندین شعبه داشتند، متضمن هزینه‌ی

کمتری بود. علاوه بر این، تضمین امکان دسترسی به بازارهای جهانی و تأمین رفاه بیشتر برای مشتریان در دریافت خدمات و محصولات شبکه بانکی، از دلایل اصلی گرایش نظام بانکداری به استفاده از شیوه الکترونیکی می‌باشد. دامنه این گرایش روز به روز بیشتر شد تا جایی که در سال ۲۰۰۰ تعداد بانک‌هایی که خدمات اینترنتی ارائه می‌کردند، به حدود ۱۵۰۰ شعبه رسید، در حالی که این رقم در آغاز کار، یعنی ژانویه ۱۹۹۵، حدود ۲۴ شعبه بانکی بود. (عباسی نژاد، ۱۳۸۵)

بر اساس گزارش تحقیقاتی مؤسسه "دیتا مانیور"^۱ (از مؤسسات برجسته‌ی تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری در اروپا)، آمار استفاده‌کنندگان از سیستم‌های بانکداری الکترونیک در هشت کشور فرانسه، آلمان، ایتالیا، هلند، اسپانیا، سوئد، سوئیس و انگلیس از ۴/۵ میلیون نفر در سال ۱۹۹۹ به حدود ۲۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ رسیده است. در سال ۲۰۰۵ بیش از ۷۵ درصد شرکت‌های فعال در کشورهای توسعه یافته، حداقل از یکی از خدمات بانکداری الکترونیک استفاده می‌کنند. همچنین بر اساس تحقیق مؤسسه مشاوره‌ای "بوز-الن و هامیلتون"^۲، اکنون بیش از نیمی از بانک‌های اروپایی خدمات بانکداری خود را از طریق شبکه‌ی اینترنت ارائه می‌دهند و سایر بانک‌ها نیز در صدد پیوستن به شبکه بانکداری الکترونیک می‌باشند. یکی از بسترهای ایجاد بانکداری الکترونیک، اینترنت و دولت الکترونیک می‌باشد. دولت الکترونیک عبارت است از استفاده‌ی سازمان‌های دولتی از فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، جهت ارائه و توزیع خدمات و اطلاعات به صورت به هنگام و شبانه‌روزی، در کمترین زمان، با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت به شهروندان، بخش‌های تجاری و تولیدی و سایر مشتریان دولت، به گونه‌ای که آن‌ها از طریق سیستم‌های کامپیوتر بتوانند با دولت ارتباط برقرار کنند و مشارکت بیشتری در اداره امور دولتی و فرایندها و نهادهای مردم سالار داشته باشند. تلفن اولین فناوری ارتباطی بود که در آغاز قرن ۲۰ سبب بهبود و تسریع روند فعالیت‌های دولت‌ها شد. زمانی که بخش‌های خصوصی در سال ۱۹۹۰ به ارائه خدمات الکترونیک پرداختند، دولت امریکا از این لحاظ بسیار عقب افتاده بود، لذا توجه به این مسئله معطوف گشت که ارائه خدمات به شهروندان به صورت الکترونیک بسیار ساده‌تر است.

فناوری بانک‌ها مشتمل بر پردازش، ثبت، نگهداری، تغذیه و تبادل اطلاعات مشتریان است. این فناوری‌ها، طی دوره‌های چهارگانه‌ای به تکامل رسیده است؛ هر یک از دوره‌ها بر جنبه‌ای

متفاوت از کار دلالت دارند. در هر دوره کامپیوتر و نرم افزار تا حدی جایگزین انسان و کاغذ شده است. هر دوره از تکامل، به مدیران سیستم بانکی این امکان را داده است که اوقات تلف شده را در شرایط کار رقابتی به حداقل برسانند و در گستره‌ی بالاتری به ارائه‌ی خدمات پردازند.

اولین دوره به نام " اتوماسیون پشت باجه " که نقطه آغازین کاربرد رایانه در نظام بانکداری است بیش از چهل سال قبل در دنیا آغاز شد. در این دوره بانکداری الکترونیک تنها به استفاده از رایانه‌های مرکزی برای پردازش شبانه بر روی اطلاعات و اسناد کاغذی تولید شده در طول روز در شعب منحصر می‌شد. با پیشرفت علم رایانه در دهه ۱۹۷۰، اتوماسیون پشت باجه به جای ارسال اسناد کاغذی عملیات روزانه شعب به مرکز، این اطلاعات را بر روی محیط‌های مغناطیسی ضبط و به مرکز ارسال می‌کرد تا پردازش اطلاعات و به روز رسانی حساب‌ها کماکان در اتاق‌های رایانه‌ی مرکزی انجام گیرد. این دوره تأثیر چندانی بر رفاه مشتریان بانک‌ها نداشت و تأثیر رقابتی نیز بین بانک‌ها بر جای نگذاشت و فقط باعث ایجاد دقت و سرعت در موازنه‌ی حساب‌ها شد. دوره‌ی دوم به نام " اتوماسیون جلوی باجه " که از اواخر دهه ۱۹۷۰ آغاز شد به معنای ثبت عملیات بانکی به صورت الکترونیکی و در حضور مشتری توسط کارمند شعبه است. در این دوره، انتقال پیوسته از طریق پایانه‌هایی که شبیه به رایانه‌های شخصی امروزی بودند، انجام می‌شد. در این اتوماسیون، از کارکنان بسیار و اسناد کاغذی استفاده می‌شد و از طرف دیگر نرم-افزارهای به کار گرفته شده در این دوره، غیر یکپارچه بوده و کمترین ارتباط را با هم داشتند. اما با آغاز دوره‌ی سوم در اواسط دهه ۸۰ که " اتصال مشتریان به حساب‌ها " نام داشت، امکان دسترسی مشتریان به حساب‌هایشان فراهم شد. به این ترتیب مشتری می‌توانست از طریق تلفن، دستگاه خودپرداز و یا کامپیوتر شخصی به حسابش دسترسی پیدا کند و ضمن انجام عملیات دریافت و پرداخت، نقل و انتقال وجوه را نیز به صورت الکترونیکی انجام دهد. در این دوره کارت‌های بانکی و هوشمند به معنای واقعی و به طور کامل الکترونیکی نشده بود و به عبارت دیگر تنها بخشی از فرآیند تبادل الکترونیکی اطلاعات وارد عملیات بانکی و سیستم مکانیزه شد. بنابراین در این دوره عملیات بانکی به صورت دستی- الکترونیکی درآمد. نظام بانکی در این دوره با عدم هماهنگی و یکپارچگی سیستم‌ها، نواقص خطوط مخابراتی جهت اتصال شعب به یکدیگر و همچنین ارتباط مؤثر مشتریان با بانک‌ها به عنوان چالش اساسی مواجه شد. آخرین

دوره به نام "یکپارچه‌سازی سیستم‌ها و ارتباط مشتری با تمام عملیات بانکی" با عنایت به همه-ی نتایج به دست آمده از سه دوره قبل و توجه به الکترونیکی شدن کامل فرآیند بانکداری به وجود آمد تا بانک و مشتری به طور یکسان از منافع الکترونیکی شدن بهره‌مند شوند. (کوهی اصفهانی، ۱۳۸۶، صص ۳ و ۴)

بانکداری الکترونیک در ایران

کشور ما در عرصه حضور و به‌کارگیری تجارت و بانکداری الکترونیک، کشوری جوان است و تا رسیدن به وضعیت مطلوب راه درازی در پیش رو دارد. بانکداری الکترونیکی در ایران با نظام‌های مکانیزه بانکی که تعاملات درون سیستمی را سامان‌دهی می‌نمود، آغاز شد. سابقه فعالیت‌های بانکداری الکترونیک در ایران به سال ۱۳۵۰ برمی‌گردد. در آن موقع بانک تهران با در اختیار گرفتن بین ۷ تا ۱۰ دستگاه خودپرداز در شعبه‌های خود، نخستین تجربه‌ی پرداخت اتوماتیک پول را تنها در همان شعبه نصب شده بر عهده داشت. نصب دستگاه‌های خودپرداز بعد از انقلاب تا سال ۶۹ دنبال نشد چرا که عده‌ای بر این عقیده بودند که این دستگاه‌ها ابزار ممالک غربی است و دید مثبتی نسبت به آن نداشتند. پس از جنگ، شرکت ایران ارقام به سفارش یکی از بانک‌ها یکسری دستگاه خودپرداز خریداری و به ایران وارد کرد اما به علت انجام نشدن معامله با بانک متقاضی، این دستگاه‌ها را به بانک سپه تحویل داد. در سال ۷۰ حدود ۵۰ دستگاه خودپرداز به عنوان اولین سری دستگاه‌های خودپرداز توسط بانک سپه نصب شد و از آن پس این دستگاه‌ها به عابر بانک‌ها معروف شدند. دومین سری از خودپردازها را شرکت خدمات انفورماتیک به سفارش بانک ملی تأمین کرد. در حال حاضر تعداد دستگاه‌های خودپرداز نصب شده توسط ۱۷ بانک دولتی و خصوصی کشور به ۷ هزار و ۵۹۸ دستگاه رسیده است. اواخر دهه ۱۳۶۰ بانک‌های کشور با توجه به کاربرد کامپیوتر شخصی و احساس نیاز به اتوماسیون عملیات بانکی به رایانه‌ای کردن عملیات بانکی پرداختند و پس از آن کارت‌های اعتباری، خودپردازها، سیستم‌های گویا، استفاده از تلفن، پیامک و ایمیل وارد خدمات نوین بانکی شد. طرح جامع اتوماسیون بانکی پس از مطالعه و بررسی‌های گوناگون در قالب پیشنهادی برای تحولی جامع در برنامه‌ریزی فعالیت‌های انفورماتیک بانکی‌ها به مسئولان شبکه بانکی ارایه شد که با مصوبه‌ی مجمع عمومی بانک‌ها در سال ۷۲ طرح جامع اتوماسیون سیستم بانکی شکلی رسمی به خود گرفت. از اهداف

کلان طرح، می‌توان به این موارد اشاره کرد: کاهش مشکلات اجرایی در شعب و ادارات مرکزی بانک‌ها و افزایش توان اجرایی نظام، تشریح اجرای عملیات نظام بانکی و ارتقای کیفیت آن، ارائه خدمات دقیق و به موقع به مشتریان، ایجاد هماهنگی لازم برای ارتباط با بانک‌های خارج از کشور. (حسین عباسی نژاد، ۱۳۸۵)

در همان سال بانک مرکزی، شرکت خدمات انفورماتیک را به عنوان سازمان اجرایی طرح جامع انفورماتیک سیستم بانکی تاسیس کرد. طی سال‌های ۷۲ و ۷۳ جرقه‌های ایجاد سویچ ملی جهت بانکداری الکترونیکی زده شد و در همان راستا، شبکه‌ی ارتباطی بین بانک ملی و فروشگاه‌های شهروند ایجاد شد. در خرداد ۱۳۸۱ مجموعه مقررات حاکم بر مرکز شبکه تبادل اطلاعات بین بانکی موسوم به شتاب به تصویب رسید. بدین سان اداره شتاب بانک مرکزی در ۱۳۸۱/۴/۱ تاسیس و با هدف فراهم کردن زیر ساخت بانکداری الکترونیکی آغاز به کار کرد. شتاب با ایجاد ارتباط بین دستگاه‌های خودپرداز سه بانک، رسماً متولد شد (بانک‌های کشاورزی، توسعه صادرات و صادرات ایران در پایلوت اولیه این طرح حضور داشتند و بانک‌های خصوصی سامان و کارآفرین نیز درخواست کردند که در آزمایش‌های اولیه‌ی شتاب حضور داشته باشند). قانون تجارت الکترونیک نیز در دی ماه سال ۱۳۸۲ تصویب شد. در حال حاضر بیشتر بانک‌های ایران به طور مستقیم طرح‌های بانکداری الکترونیکی خود را پیش برده و می‌برند. بانک ملی با طرح سیبا، بانک تجارت با طرح "اس جی بی"، بانک صادرات با طرح سپهر، بانک رفاه با طرح جاری همراه، بانک کشاورزی با طرح مهر، بانک ملت با طرح جام و بانک‌های خصوصی با طرح بانکداری ۲۴ ساعته و به صورت مجزا و منفرد، بانکداری الکترونیکی را در حوزه‌ی تحت پوشش خود تجربه کرده و می‌کنند. نگاره شماره ۱، تاریخ شروع فعالیت‌های اتوماسیون برخی بانک‌ها را نشان می‌دهد:

نگاره ۱- تاریخ شروع فعالیت‌های اتوماسیون در برخی از بانک‌های تجاری و تخصصی در ایران

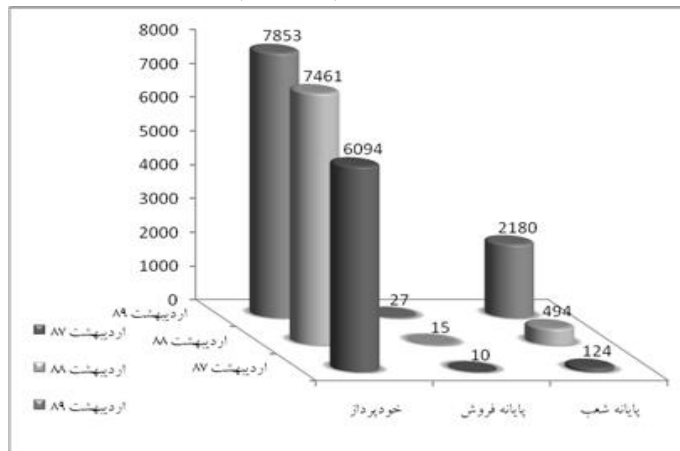
شرح	ملی ایران	صادرات	تجارت	کشاورزی	رفاه کارگران	مسکن	توسعه صادرات	صنعت و معدن
PC	۱۳۶۵	۱۳۶۹	۱۳۶۹	۱۳۷۴	۱۳۶۹	۱۳۶۹	۱۳۷۲	۱۳۷۳
LAN	۱۳۷۰	۱۳۶۹	۱۳۶۹	۱۳۷۴	۱۳۷۰	۱۳۷۱	۱۳۷۲	۱۳۷۴
S.W.I.F.T	۱۳۷۲	۱۳۷۳	۱۳۷۵	۱۳۸۰	۱۳۷۸	۱۳۸۰	۱۳۷۶	-
سیستم متمرکز	۱۳۷۶	۱۳۸۰	۱۳۷۶	۱۳۸۰	۱۳۷۸	-	۱۳۷۶	-

بر اساس آمار منتشر شده توسط بانک مرکزی، در مرداد ۸۹، ۱۹ بانک دولتی و خصوصی در شبکه‌ی بانکی کشور فعالیت می‌کنند که در مجموع بیش از ۱۶ هزار شعبه در سراسر ایران دارند. بر اساس همین آمار در اردیبهشت ماه ۸۹ در ایران حدود ۹۱ میلیون کارت وجود دارد. در این بخش، مهم‌ترین آمارهای مرتبط با بانکداری الکترونیکی کشور برای مقایسه آورده شده است. این آمار تا حد زیادی گویای کم و کیف پیشرفت ما در این حوزه در سال‌های اخیر است. در نگاره شماره ۲، آمارهایی در مورد تعداد کارت‌های پرداخت، تعداد دستگاه‌های خودپرداز، تعداد پایانه‌های فروش و ارائه شده است.

نگاره ۲ - خلاصه آمارهای مرتبط با بانکداری الکترونیک در سال ۱۳۸۵

مقدار شاخص	شاخص
۲۳.۴۳۷.۶۰۱ کارت	تعداد کل کارت‌های پرداخت تا پایان سال ۱۳۸۵
۹.۹۲۶.۰۷۲ کارت	صدور کارت‌های پرداخت جدید در سال ۱۳۸۵
۷۳ درصد	میزان رشد صدور کارت در سال ۱۳۸۵
۷.۴۶۸ دستگاه	تعداد کل خودپردازها تا پایان سال ۱۳۸۵
۳۰.۱۰ دستگاه	نصب و راه‌اندازی خودپردازهای جدید در سال ۱۳۸۵
۶۸ درصد	میزان رشد نصب خودپرداز در سال ۱۳۸۵
۱۹۲.۷۶۵ دستگاه	تعداد کل پایانه‌های فروش تا پایان سال ۱۳۸۵
۱۲۴.۲۳۳ دستگاه	نصب و راه‌اندازی پایانه‌های فروش جدید در سال ۱۳۸۵
۱۸۱ درصد	میزان رشد نصب پایانه‌های فروش در سال ۱۳۸۵
۹.۲۳۶ شعبه	شعب متمرکز
۱۵.۶۹۲ دستگاه	تعداد کل پایانه‌های کارت‌خوان شعب تا پایان سال ۱۳۸۵
۴.۴۲۴ دستگاه	نصب و راه‌اندازی پایانه‌های کارت‌خوان شعب در سال ۱۳۸۵
۳۹ درصد	میزان رشد و نصب و راه‌اندازی پایانه‌های کارت‌خوان شعب در سال ۱۳۸۵
۱۶۰.۶۲.۴۵۴ نفر	تعداد مشتریان داری امکان استفاده از تلفن بانک
۲.۹۱۸.۴۳۸ نفر	مشتریان کاربر پرداخت قبوض از طریق تلفن
۶۲۰.۲۹۹ نفر	مشتریان کاربر پرداخت قبوض از طریق اینترنت
۱۱۵.۰۲۳ نفر	مشتریان کاربر امکان بانکداری اینترنتی
۳۲۵.۶۷۷ نفر	مشتریان کاربر امکان اخذ صورتحساب اینترنتی
۱۱۶.۱۰۲ نفر	مشتریان کاربر خدمات پیام کوتاه بانکی
در ۹۲۳۶ شعبه متصل بانک‌ها فراهم است.	امکان واریز و برداشت الکترونیکی

نسبت تعداد تراکنش در ماه به تعداد پایانه‌های پرداخت الکترونیک



خدمات بانکداری الکترونیکی قابل ارائه در کلیه بانک‌های کشور تا پایان سال ۱۳۸۵ که شامل خدمات تلفنی (تلفن بانک، صورتحساب تلفنی و پرداخت قبوض)، خدمات اینترنتی (اینترنت بانک، صورتحساب اینترنتی و پرداخت قبوض) و خدمات تلفن همراه (همراه بانک و پیام کوتاه) می‌باشد، در نگاره ۳ قابل مشاهده است.

تحقیقی با عنوان "بررسی رفتار مشتریان در استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک با رویکرد داده کاوی" و با استفاده از تکنیک داده کاوی و پیروی از فرآیند کشف دانش، به دنبال فراهم کردن ابزاری برای شناسایی رفتار مشتریان بانک، در استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک می‌باشد. در واقع این تحقیق در پی کشف الگوهای موجود بین مشخصات فردی مشتریان و رفتار آن‌ها در استفاده از ابزارهای الکترونیک بانکی و همچنین پیش بینی رفتار آتی مشتریان است. محقق با استفاده از خوشه‌بندی، مشتریان را به سه گروه مشتریان وفادار، عادی و آسیب پذیر در استفاده از ابزارهای نوین بانکی تقسیم کرده است. پس از ادغام مشخصات مشتریان با نتایج خوشه‌بندی، مشخص شد که افراد دارای تحصیلات دیپلم و بالاتر، مردها و افراد میان سال، جزء مشتریان وفادار هستند. در مقابل، افراد پایین دیپلم، زن‌ها و جوانان جزء مشتریان آسیب پذیر محسوب می‌شوند.

نگاره ۳- آمار وضعیت ارایه خدمات بانکداری الکترونیک تا پایان سال ۱۳۸۵

خدمات تلفن همراه	خدمات اینترنتی			خدمات تلفنی			بانک	
	SMS	همراه بانک	پرداخت قبوض	صورتحساب	اینترنت بانک	پرداخت قبوض		صورتحساب
✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	اقتصاد نوین
✓	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	پارسیان
-	-	-	-	-	-	✓	✓	پاسارگاد
-	-	-	-	-	-	-	-	پست بانک ایران
✓	-	-	✓	✓	-	-	-	تجارت
✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	توسعه صادرات
-	-	-	-	-	-	-	✓	رفاه
✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	سامان
✓	-	✓	✓	✓	-	✓	✓	سپه
-	-	-	-	-	-	✓	✓	سرمایه
✓	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	صادرات ایران
-	-	-	-	-	-	✓	✓	صنعت و معدن
-	-	-	-	-	-	-	-	کارآفرین
-	-	-	-	-	-	-	-	کشاورزی
✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	مسکن
-	-	-	-	-	-	-	-	ملت
✓	-	-	✓	-	✓	-	✓	ملی ایران

یزدانی فر (۱۳۸۴) در تحقیق خود با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده کننده از خدمات بانکداری الکترونیک در ایران"، با استفاده از مدل پذیرش تکنولوژی دیویس، تاثیر متغیر خارجی خود اثربخشی استفاده از کامپیوتر بر ادراکات فرد را در مورد سهولت استفاده و مفید بودن این خدمات در نمونه‌ای متشکل از ۱۲۰ مشتری بانک سامان مورد بررسی قرارداد است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک و مفید بودن این خدمات و نیز خود اثربخشی فرد در استفاده از کامپیوتر، با قصد استفاده کننده از این خدمات، رابطه مستقیم دارد.

امینی (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان "بررسی موانع و چالش‌ها در مسیر توسعه و بهبود بانکداری الکترونیک"، و با استفاده از جامعه آماری متشکل از متخصصان و کارشناسان آشنا با

موضوع بانکداری الکترونیک در بانک پارسیان، موانع موجود را به این ترتیب اولویت بندی کرده است: عوامل سازمانی، تکنولوژیکی، مدیریتی، و هزینه‌ها.

تحقیقی با عنوان "بررسی عوامل بازدارنده استقرار و توسعه بانکداری الکترونیک" با نظر-سنجی از دست‌اندرکاران توسعه و کاربری فناوری اطلاعات در نظام بانکی استان سیستان و بلوچستان، به این نتیجه رسیده است که، موانع فنی - مخابراتی، سازمانی - مدیریتی، شرایط محیط محلی و موانع فرهنگی - اجتماعی، به ترتیب، بیشترین تاثیر را در ممانعت استقرار و توسعه بانکداری الکترونیک در این استان داشته‌اند.

تحقیق انجام شده تحت عنوان "بررسی و ارزیابی رویکردهای انتقال از بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیک در ایران و ارائه یک رویکرد مناسب"، از طریق مقایسه بانک‌های دولتی و خصوصی با بانک پارسیان، به این نتیجه رسیده است که، بانک پارسیان در مقایسه با سایر بانک‌ها، از موفقیت نسبی برخوردار است.

نتایج به دست آمده از تحقیقی با عنوان "تعیین میزان تاثیر عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک از دیدگاه مشتریان" نشان می‌دهد که سه عامل انتظار عملکرد، انتظار تلاش و تأثیرات اجتماعی بر تمایل به استفاده از خدمات مؤثر هستند و دو عامل تمایل به استفاده و شرایط تسهیل گر، روی استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک تأثیرگذارند. عوامل تعدیل گر نیز تنها در برخی از روابط معنادار شناخته شده‌اند.

اعتصامی (۱۳۸۸) در تحقیق خود با عنوان "بررسی تأثیر روش‌های آموزشی کارکنان بانک ملی شهر تهران در ارائه خدمات بانکداری الکترونیک" این فرضیات را مورد آزمون قرار داده است: بین استفاده کارکنان از آموزش‌های ضمن خدمت و ارائه هرچه بهتر خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان بانک ملی شهر تهران رابطه معناداری وجود دارد، بین استفاده کارکنان از آموزش‌های شبیه‌سازی شده و ارائه هرچه بهتر خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان بانک ملی شهر تهران رابطه معناداری وجود دارد و در آخر بین استفاده کارکنان از آموزش‌های اطلاع‌رسانی و ارائه هرچه بهتر خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان بانک ملی شهر تهران رابطه معناداری وجود دارد. در نهایت محقق به این نتیجه رسیده است که آموزش‌های ضمن خدمت، شبیه‌سازی شده و اطلاع‌رسانی، به ترتیب از بیشترین تا کمترین همبستگی برخوردارند.

مهربانی (۱۳۸۸)، در تحقیق خود با عنوان "بانکداری الکترونیک و ترجیحات مشتریان" به دنبال بررسی، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری تصمیم مشتریان بانک اقتصاد نوین در پذیرش و استفاده از خدمات الکترونیک بوده و به این نتیجه رسیده است که میزان آگاهی مشتریان از خدمات الکترونیک بانک‌ها و عدم تمایل آن‌ها به تغییر، عوامل مؤثر بر پذیرش خدمات الکترونیک بانک اقتصاد نوین توسط مشتریان می‌باشد.

مزایای بانکداری الکترونیک

با توجه به اینکه نیاز ما به بانک هر روز بیشتر و بیشتر می‌شود و تبادلات مالی و اعتباری در اغلب کارهای امروزه ما نقش فراوانی دارد، تصور رفت و آمد به بانک و ایستادن در پشت پیشخوان بانک هم عذاب‌آور است و تقریباً انجام این کارها با روش‌های سنتی حرکت جامعه را متوقف می‌کند. راهکار چیست؟ در بانکداری الکترونیک شما به واسطه امکانات ارتباطی مانند تلفن می‌توانید به بانک خود سر بزیند و بسیاری از امور را به سادگی انجام دهید. یعنی با امکانات معمولی می‌توانید کارهایی را انجام دهید که قبل از آن به جز مراجعه حضوری راهی برای انجام آن‌ها وجود نداشت. مزایای بانکداری الکترونیک بسیار فراتر از این است. به عنوان مثال خودپردازها دستاوردی است تا عابران و رهگذران به راحتی بتوانند امور بانکی و اعتباری خود را به صورت ۲۴ ساعته انجام دهند، اموری مانند برداشت وجه، انتقال وجه، اعلام مانده حساب و اطلاع از گردش‌های حساب اموری است که در بانکداری الکترونیک پیش پا افتاده تلقی شده و به عنوان خدمات عمومی ارایه می‌شود. بزرگ‌ترین مزیت بانکداری الکترونیک صرفه‌جویی در وقت و جلوگیری از اتلاف سرمایه است. که نمونه ساده و بارز آن را در انتقال وجه می‌توان دید. به عنوان مثال خانواده‌ای که فرزندشان در شهری دور مشغول به تحصیل و یا انجام خدمت سربازی است در شکل سنتی برای ارسال پول برای او، باید هر دو در بانکی مشترک دارای حساب باشند و پس از ارسال وجه، مدتی در حدود سه روز کاری صبر کنند تا وجه در شهرستان قابل برداشت گردد. اما در شکل الکترونیک فقط کافی است افراد در یک بانک (مشابه و یا غیر مشابه) دارای حساب باشند و پس از اینکه والدین اقدام به انتقال وجه از هر طریق نمودند فرزندشان پس از چند ثانیه می‌تواند وجه را از بانک برداشت کند، حال تفاوتی نمی‌کند در چه ساعت از شبانه روز و یا در کدام یک از ایام هفته باشد.

مزایای بانکداری الکترونیکی را می‌توان از دو جنبه مشتریان و مؤسسات مالی مورد توجه قرار داد. از دید مشتریان می‌توان به صرفه‌جویی در هزینه‌ها، صرفه‌جویی در زمان و دسترسی به کانال‌های متعدد برای انجام عملیات مختلف بانکی اشاره کرد.

از دیدگاه مؤسسات مالی، می‌توان به ویژگی‌هایی چون ایجاد و افزایش شهرت بانک‌ها در ارایه نوآوری، حفظ مشتریان علی‌رغم تغییرات مکانی بانک‌ها، ایجاد فرصت برای جست‌وجوی مشتریان در بازارهای هدف، گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت و برقراری شرایط رقابت کامل اشاره کرد. بر اساس تحقیقات، مهم‌ترین مزایای بانکداری الکترونیکی عبارتند از: تمرکز بر کانال‌های توزیع جدید، ارایه خدمات اصلاح شده به مشتریان و استفاده از راهبردهای تجارت الکترونیک. البته مزایای بانکداری الکترونیک از دیدگاه‌های کوتاه مدت، میان‌مدت و بلندمدت نیز قابل بررسی است. رقابت یکسان، نگهداری و جذب مشتری از جمله مزایای بانکداری الکترونیک در کوتاه مدت (کمتر از یک سال) هستند. در میان‌مدت (کمتر از ۱۸ ماه) مزایای بانکداری الکترونیک عبارتند از: یکپارچه‌سازی کانال‌های مختلف، مدیریت اطلاعات، گستردگی طیف مشتریان، هدایت مشتریان به سوی کانال‌های مناسب با ویژگی‌های مطلوب و کاهش هزینه‌ها. کاهش هزینه پردازش معاملات، ارایه خدمات به مشتریان بازار هدف و ایجاد درآمد نیز از جمله مزایای بانکداری الکترونیک در بلندمدت است.

با توجه به قابلیت بانکداری الکترونیک در ارائه خدمات در وب‌سایت، این نوع بانک‌ها مزایای مهمی را در بردارند:

۱. دستیابی در هر مکان و هر زمان: تا زمانی که شما یک کامپیوتر و امکان اتصال به اینترنت را دارید، بدون در نظر گرفتن ساعات بانکی و تعطیلات، می‌توانید به آن دسترسی داشته باشید.
۲. عدم هرگونه دردسر برای گشایش حساب: بانک‌های صد درصد اینترنتی نه تنها برای گشایش حساب، امکان انجام کلیه مراحل از طریق خط اینترنت را می‌دهند، بلکه واریز وجه برای گشایش حساب نیز می‌تواند انجام شود.
۳. سهولت در استفاده از وب‌سایت‌ها و قدرت عملیاتی بیشتر: اینترنت تنها شعبه برای بانک‌های اینترنتی محسوب می‌شود. این گونه بانک‌ها با جهت‌گیری بهتر به طرف مشتری و با ایجاد یک

ارتباط از طریق شبکه، تجارت بسیار بهتری را برای کاربران آن در مقایسه با بانک‌های عادی به ارمغان می‌آورد.

به طور خلاصه مزایای بانکداری الکترونیک را می‌توان به این صورت نام برد: امکان دسترسی مشتریان به دریافت خدمات بانکی بدون حضور فیزیکی با ارتباطات ایمن، استفاده از اینترنت برای ارائه عملیات و سرویس‌های بانکی و اعمال تغییرات انواع حساب‌های مشتری، ارائه مستقیم خدمات و عملیات بانکی جدید به صورت شبانه‌روزی، کاهش هزینه ترافیک، افزایش دقت و سلامت کاری، کاهش هزینه دولت و مشتریان و در نهایت، کاهش هزینه چاپ و انتشار اسکناس. (راخ، ۱۳۸۹، ص ۱۰)

مشکلات به کارگیری بانکداری الکترونیک و روش‌های مقابله با آن

هر تکنولوژی اجرایی و جدید، دارای معایبی است که می‌توان افراد و دولت‌ها را در استفاده از این تکنولوژی منصرف کند. از جمله معایب این سبک بانکداری می‌توان به این موارد اشاره کرد: لزوم دسترسی به کامپیوتر برای بهره‌مند شدن از مزایای بانکداری الکترونیک و مسئله امنیت؛ بانک‌ها جهت اطمینان از امنیت در سیستم بانکداری الکترونیک به طور منظم در حال بازنگری و اصلاح برنامه‌های امنیتی (کدها و سخت افزارها) هستند. این امر منجر به افزایش هزینه‌های بانکداری الکترونیک می‌شود.

تبعات سوء ناشی از نبود مدیریت ریسک مبتنی بر فناوری برای ردگیری تراکنش‌ها و نظارت بر کانال‌های توزیع دیجیتال می‌تواند به افزایش هزینه‌های سربار بانک‌ها و مؤسسات پولی و مالی منجر و یا حتی ممکن است ارایه خدمات مبتنی بر فناوری را با شکست مواجه کند.

وجود یک مشکل امنیتی در یک مؤسسه پولی و مالی، می‌تواند پیامدهای منفی زیادی به دنبال داشته باشد که عبارتند از: افزایش هزینه و کاهش درآمد، خدشه به اعتبار و شهرت یک مؤسسه پولی و مالی، از دست دادن داده و اطلاعات مهم، اختلال در فرایندهای جاری یک مؤسسه پولی و مالی و در آخر سلب اعتماد مشتریان و سرمایه‌گذاران.

عدم توجه کافی به مسائل فرهنگی، عدم توجه کافی به مسائل امنیتی، عدم حمایت کافی از سوی دولت، عدم آگاهی کافی کاربران در مورد سیستم‌ها و مزیت‌های آن (آموزش و تبلیغات)، قوانین دست و پاگیر اداری و مقاومت کارمندان در مقابل تغییرات، عدم وجود تشکیلات منسجم بین‌بانکی، حاکمیت سیستم‌های سنتی بانکداری بر بانک‌های کشور، گران بودن سیستم‌های بانکداری الکترونیک، عدم وجود قوانین مدون در ارتباط با بانکداری الکترونیک، کمبود نیروهای متخصص و مراکز تحقیق و توسعه در بانک‌های کشور، عدم وجود تحقیقات کاربردی در زمینه بررسی میزان نیاز جامعه به این‌گونه خدمات و بررسی شرایط اقتصادی و اجتماعی جامعه در پذیرش آن، عمده موانع توسعه در بانکداری الکترونیک است.

به نظر می‌رسد مشکلات موجود بر سر راه گسترش بانکداری الکترونیک در جامعه ایران شامل سه موضوع کلی و اساسی باشد که عبارتند از: مشکلات زیرساختی، دلایل فرهنگی و تبلیغات.

مشکلات زیر ساختی. در چند سالی که از عمر خدمات محدود الکترونیک در بانک‌های کشور می‌گذرد وجود مشکلات ساختاری و فنی، باعث ایجاد بی‌اعتمادی زیادی نسبت به آن شده است. ضعف در زیرساخت‌ها مشکلات متعددی به وجود آورده، از جمله: قطع و وصل ارتباط و معطلی و بلا تکلیفی مردم در شعب بانک‌ها، قطع و وصل و یا نداشتن پول و یا خرابی دستگاه‌های "ای تی ام"^۴، ضعف در پاسخگویی و یا تأخیر در اجابت مطالبات و خواسته‌های مردم در مورد مشکلات، مغایرت‌ها و...

با توجه به اینکه زیرساخت‌های مختلف از جمله تجهیزات و مسائل فنی، قوانین و مقررات نظام اداری و بانکی، در ایران دارای نواقصی است، لازم است جهت تقویت و تصحیح این زیرساخت‌ها فعالیت‌هایی شامل این موارد انجام داد: الف) تشکیل ستاد یا کمیونی ویژه در بانک مرکزی یا هیئت دولت با قدرت تصمیم‌گیری و اجرایی بالا در جهت ارائه و پیگیری مطالبی همچون تهیه و تصویب پروژه بانکداری الکترونیک به عنوان یک پروژه ملی، تعیین و تقسیم وظایف به طور مشخص و دقیق برای سازمان‌ها و ارگان‌های مختلف و نظارت و کنترل جهت انجام این امور به طور دقیق، ایجاد هماهنگی، انسجام و وحدت رویه در بین بانک‌های مختلف بدون در نظر گرفتن منافع هر کدام از بانک‌ها، ایجاد نگرش کلان در میان تصمیم

گیران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران این فعالیت و پرهیز از هرگونه مدیریت جزیره‌ای با اولویت حفظ منافع ملی در درازمدت، آموزش کامل به کارکنان، همچنین تبلیغات صحیح از نوع آگهی خدمت عمومی و نظارت بر حسن اجرای برنامه‌های بانک‌های مختلف در این راستا از نکات بسیار مهمی است که باید در این پروژه ملی در نظر گرفته شود. ب) ایجاد تسهیلات و بسترسازی مناسب در جهت استفاده مشتریان از تجهیزات بانکداری الکترونیک و به تبع آن ایجاد و افزایش حسن اعتماد آنان از طریق بررسی و رفع موانع و مشکلات فنی و تعیین تکلیف مناسب برای هر کدام از بانک‌ها به منظور مرتفع کردن مشکلات موجود از جمله: افزایش تعداد دستگاه‌های "ای تی ام" نظارت لحظه به لحظه آن‌ها و برطرف کردن سریع عیب‌های پیش آمده و نیز پول‌گذاری بدون وقفه این دستگاه‌ها، به کارگیری نرم‌افزارها و سخت افزارهای جدید و قوی، فراهم نمودن بستر مناسب در جهت کاهش زمان درخواست‌های مشتریان مانند درخواست انواع کارت‌های بانکی، تعویض یا تغییر آن کارت‌ها، مشکلات مربوط به بلوکه شدن کارت و همچنین پاسخگویی سریع، صحیح و مناسب به مشکلات و مغایرت‌های پیش آمده و نظارت دقیق و کامل بر اجرای برنامه‌های مختلف در واحدهای صف، همچنین در مورد پرداخت الکترونیکی قبوض، اعطاء کد رهگیری و پاسخگویی مناسب هم از طرف پرسنل بانک و هم پرسنل سازمان‌های متولی قبوض در مواقع بروز مغایرت‌ها نیز بسیار حائز اهمیت است. شایان ذکر است تمامی موارد عنوان شده به منظور تسهیل در امور مشتریان و نهایتاً ایجاد و افزایش حس اعتماد آن‌ها می‌باشد. (مجید کوهی اصفهانی، ۱۳۸۶، صص ۱۵ و ۱۶)

دلایل فرهنگی. دلایل فرهنگی از جمله دلایل روند بسیار کند در گسترش پدیده بانکداری الکترونیک می‌باشد. این دلایل فرهنگی هم به سبب نوآوری در این صنعت و آهنگ پذیرش نوآوری‌ها قابل توجه است و هم از منظر عادت غالب بر مردم ایران که اکثر افراد زمانی به سمت و سوی انجام امور می‌روند که از لحاظ زمانی مجبور به انجام آن کار شده باشند. بر اساس دو دلیل فوق‌الذکر، بیش از ۵۰ درصد مردم ایران نسبت به پذیرش بانکداری الکترونیک با تأخیر وارد عمل شده‌اند. (مجید کوهی اصفهانی، ۱۳۸۶، ص ۳۰)

به دلیل نبود یک متصدی برای هدایت، ترویج و اشاعه فرهنگ بانکداری الکترونیک، تاکنون آموزشی که به صورت هدفمند موضوع را مدنظر داشته باشد انجام نگرفته است. برای

برخورد با این مشکل می‌بایست از آموزش مستقیم استفاده کرد. آنچه که در اینجا به عنوان آموزش مستقیم عنوان می‌گردد آموزش برای عامه مردم نیست بلکه اقشار خاص جامعه از جمله کارمندان بانک‌ها، دانش‌آموزان و دانشجویان مد نظر می‌باشد. لذا می‌بایست با انواع وسایل آموزشی و کمک آموزشی کارمندان بانک‌ها را با اهداف و سپس انواع و مراحل خدمات بانکداری الکترونیک و طریقه استفاده از آن آشنا کرد تا خود آنان با درک حساسیت موضوع و پی بردن به این نکته مهم که حجم کار بسیار زیاد آنان به واسطه استفاده مشتریان از بانکداری الکترونیک بسیار کاهش پیدا می‌کند، خود به عنوان مروج و بازاریاب این خدمات باشند. از سوی دیگر دانش‌آموزان و دانشجویان به دلیل قدرت یادگیری بالا و نیز کلام علمی آنان که منشأ آن کلاس‌های درسی، مدرسه و دانشگاه باشد، و تأثیر آن جملات و مفاهیم بر خانواده‌ها، به عنوان شروع این مرحله تأکید می‌گردد.

تبلیغات. از دیگر دلایل گسترش ضعیف بانکداری به شیوه الکترونیکی، ضعف و یا عدم تبلیغات پیرامون محاسن، نتایج، دلایل و نحوه کاربرد روش‌های آن می‌باشد. به واسطه نپرداختن به این موضوع، نه تنها گروه‌های کند پذیر و دیر پذیر انگیزه و دلیلی برای ورود به این حوزه ندارند، بلکه افراد زود پذیر هم نسبت به وجود خدمات متنوع و نیز طرز استفاده از آن بی‌اطلاع هستند.

به منظور دستیابی به اهداف مطلوب و مدنظر، لازم است از بهترین ابزار و شیوه‌های تبلیغاتی استفاده شود. در این میان به دو روش اصلی اشاره می‌گردد: استفاده از روش‌های مختلف بازاریابی برای خدمات الکترونیک با استفاده از ابزارهای مختلف و استفاده از آگهی خدمت عمومی در رسانه‌های ارتباط جمعی با محوریت تلویزیون. در مورد اول، می‌توان از نمونه‌های ترغیب و تشویق مختلفی که می‌تواند محرک افراد باشد، کمک گرفت؛ از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: عدم کسر کارمزد از مبالغ پذیرندگان پایانه‌های "پز"^۵ فروشگاه‌ها، اعطای امتیاز جهت شرکت در قرعه‌کشی سالیانه حساب‌ها و یا اعطاء سود به مبالغ واریزی فروشگاه‌ها به منظور ترغیب هرچه بیشتر آنان در استفاده از دستگاه‌های "پز" و دریافت انواع کارت‌های بانکی به جای پول نقد، شارژ کارت‌های مختلف نقدی با مبالغ کم در نوبت اول به منظور آگاهی و تشویق افراد از نحوه استفاده و مزایای آن، تشویق و ارائه سریع نرم افزارهای مربوط به موبایل

بانک، اعطای جایزه به سبک قرعه‌کشی به کسانی که بیشترین استفاده از دستگاه‌های "ای تی ام"، تلفن بانک، موبایل بانک و پایانه‌های "پز" کرده‌اند. همچنین در مورد پرداخت قبوض خدمات عمومی از روش‌های الکترونیکی (ترجیحاً تلفن بانک، موبایل بانک و اینترنت) اعطای جایزه ویژه ملموس و لحظه‌ای مثل کاهش مبلغ قبض برای استفاده‌کنندگان از روش نوین. در ارتباط با روش دوم، استفاده از آگهی خدمت عمومی و پخش در رسانه‌ها به خصوص تلویزیون یکی از اصلی‌ترین و مؤثرترین روش‌هایی است که برای تبلیغ، ترویج، آموزش و گسترش بانکداری الکترونیک می‌توان از آن بهره جست. اگرچه تاکنون بانک‌ها در شناسایی و انتخاب وسیله و نوع کانال ارتباطی خود با مشتریان بهترین گزینه یعنی تبلیغات تلویزیونی را انتخاب کرده‌اند ولی با توجه به اینکه اکثر این آگهی‌ها جنبه بازرگانی داشته، به نظر می‌رسد کمتر توانسته در زمینه معرفی و فرهنگ‌سازی خدمات الکترونیک در حوزه بانکی موفق باشد. (مجید کوهی اصفهانی، ۱۳۸۶، ص ۳۰).

یکی دیگر از دغدغه‌های اصلی برای پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی در ایران، مشکل امنیت سرمایه‌هاست. چرا که به عقیده بسیاری از مردم، یک هکر می‌تواند به راحتی به سیستم بانکی نفوذ و مبلغی را از حسابی برداشت کند. به رغم تمامی مزیت‌ها و رضایت مشتریان از خدمات و محصولات بین‌بانکی از طریق شبکه شتاب و راه‌اندازی سیستم تسویه ناخالص آئی "آر تی جی اس" بین بانک‌ها از سوی بانک مرکزی و ارایه خدمات برداشت و انتقال وجوه از طریق دستگاه‌های "پین پد"^۷، "ای اف تی"^۸ و "پز" هنوز در ایران گسترش زیادی پیدا نکرده است و هنوز بسیاری از مسایل مربوط به ریسک و سیستم‌های نظارتی مکانیزه و مشکلات ناشی از آن برای بعضی از بانک‌ها و مؤسسات مالی و مشتریان آشکار نشده است. یکی از کارهایی که باید انجام شود اطلاع‌رسانی درست به مردم درباره مکانیزم استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی و جلب اعتماد آن‌ها به این سیستم است.

نتیجه گیری

امروزه یکی از معیارهای توسعه هر کشوری میزان استفاده نظام بانکی آن کشور از شیوه های جدید برقراری ارتباطات بین بانکی و مشتریان است. افزایش رقابت، تغییرات محیط کسب و

کار و جهانی‌سازی از تغییرات عمده‌ای است که در صنعت خدمات مالی و بانکداری به وقوع پیوسته است. تقاضا برای خدمات مالی به سرعت در حال تغییر است و رفتار مشتریان نسبت به دهه قبل تغییر کرده است. با گذر مشتریان از مرحله بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیکی، راهبردهای جدیدی برای جذب مشتریان کنونی لازم است.

بانکداری الکترونیک، فرصت‌هایی را فراهم می‌آورد تا کیفیت خدمات ارائه شده به شهروندان بهبود یافته و آن‌ها را قادر می‌سازد تا در هر دقیقه و یا ساعت (هفت روز هفته) و در بیست و چهار ساعت به خدمات یا اطلاعات دسترسی داشته باشند که این امر در نظام بانکی ایران یکی از ضروریات است. (قلی پور سلیمانی، ایمانی، ۱۳۸۷، ۱۰)

همچنین بانکداری الکترونیک به عنوان یک نیاز و موتور حرکتی اقتصاد در دولت الکترونیک است که دور شدن از آن نه تنها جلوی پیشرفت کشور را می‌گیرد بلکه روند حرکت اقتصاد کشور را معکوس کرده و لطمات جبران‌ناپذیری را بر کشور وارد خواهد کرد.

پی‌نوشت‌ها:

- ¹ -Data Monitor
- ² -Booz-Allen & Hamilton
- ³ -SGB
- ⁴ -ATM
- ⁵ -POS
- ⁶ -RTGS
- ⁷ -PINPAD
- ⁸ -EFT

منابع و مآخذ

۱. امینی، بی بی اکرم. (۱۳۸۵). بررسی موانع و چالش‌ها در مسیر توسعه و بهبود بانکداری الکترونیک در بانک پارسیان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۲. امیری، فهیمه. (۱۳۸۴). بررسی رفتار مشتریان در استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک با رویکرد داده کاوی (مورد کاوی: یک بانک خصوصی)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء (س).

۳. الهیاری فرد، محمود. (۱۳۸۴). خدمات بانکداری الکترونیک و نیازهای اجرائی آن در مقایسه تطبیقی هزینه های عملیاتی خدمات مختلف بانکی، پژوهشکده پولی و بانکی، بانک مرکزی.
۴. راخ، شیوا. (۱۳۸۹). بازاریابی راهبردی و مزیت رقابتی پایدار در بازار خدمات مالی بازاریابی الکترونیک.
۵. سرگزی کوشه، زهره. (۱۳۸۵). بررسی عوامل بازدارنده استقرار و توسعه بانکداری الکترونیک در استان سیستان و بلوچستان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۶. عباسی نژاد، حسین. (۱۳۸۵). بانکداری الکترونیک، انتشارات سمت.
۷. قلی پور سلیمانی، علی؛ ایمانی، سهیلا. (۱۳۸۷). سیر فناوری اطلاعات در بانکداری.
۸. کوهی اصفهانی، مجید. (۱۳۸۶). راهکارهای فرهنگ سازی بانکداری الکترونیک در جامعه ایران.
۹. مهربانی، ساناز. (۱۳۸۸). بانکداری الکترونیک و ترجیحات مشتریان (بانک اقتصاد نوین)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا (س).
۱۰. نیاززاده، مهشید. (۱۳۸۵). مقدمه ای بر بانکداری الکترونیک.