

بازگشایی پرونده بانکداری الکترونیک در ایران

بانکداری سنتی و هزینه هایی که به مشتری تحمیل می شود

- کتر حمید آماده*
- حمود جعفرپور**

تاریخچه بانکداری در ایران نشان می‌دهد کشور ما خیلی دیر به عرصه عملیات جدید بانکی گام نهاد. آغاز عملیات بانکداری در ایران به سال ۱۸۸۹ (م) ۱۳۰۶- (ه ق) و به تاسیس بانک شاهنشاهی توسط رویتر باز می‌گردد.

گسترش رقابت همراه با تحولات وسیع در عرصه تجارت، کسب و کار، بانکداری و توسعه مفاهیم جهانی شدن، بسیاری از روش‌های سنتی انجام کارها را متحول و دگرگون ساخته و فضای رقابت را در عرصه جهانی حاکم نموده است. در چنین شرایطی تنها سازمان‌هایی به بقای خود ادامه خواهند داد که از مزیت رقابتی خاصی برخوردار بوده و خود را به پیشرفته‌ترین فناوری‌های اطلاعاتی و فنون اجرایی مجهز سازند تا بتوانند پاسخگوی تغییرات سریع محیطی باشند. سیستم بانکی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با پیدایش مفاهیم نوین در بانکداری، شیوه ارائه خدمات به مشتریان اقصی نقاط جهان دچار تحولات شگرفی شده است. با توجه به شیوه‌های سنتی موجود در بانک‌های کشور و نارسایی این روش‌ها در ارائه خدمات جدید، تهیه زیرساخت مناسب به صورت اتوماسیون جامع در بانک‌ها در برنامه تحولات بانکی کشور قرار گرفته است.

هم‌اکنون بانک‌های کشور با در نظر گرفتن این نکته که بهبود خدمات ارائه شده فعلی و ارائه خدمات نوین الکترونیکی و اینترنتی گزینه‌ای است که باعث تحول عظیم در رونق گرفتن سیستم بانکی و حرکت سریع‌تر آن در رسیدن به ایستگاه بانکداری الکترونیک خواهد شد، در ایجاد این زیرساخت و ورود به بانکداری نوین رقابت خوبی را آغاز و خدمات بانکی الکترونیکی را هر چند محدود و ناقص در کشورمان پایه‌گذاری کرده‌اند. در همین راستا، نویسندگان مقاله کوشیده‌اند موانع استقرار بانکداری الکترونیک در کشور را شناسایی و مشخص کنند.

دگرگونی‌های جهان به واسطه فناوری اطلاعات، اینترنت و به تبع آن تجارت الکترونیک که به نوبه خود از دستاوردهای فناوری اطلاعات است، 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. این عوامل، زمینه‌ای را برای تسهیل انجام امور تجاری و خرید و فروش ایجاد کرده و 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 مؤسسه‌ای 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 فائق 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.

پژوهش‌های محققان امور اقتصادی نشان داده است که بانک‌ها با افزایش مشتریان وفادار و تراز اول خویش و ایجاد رضایت موثر در مشتریان به طور بی‌سابقه‌ای به سود خود می‌افزایند. امروزه اکثر بانک‌ها با محیطی کاملاً پویا روبه‌رو هستند و همه بانک‌ها چه بزرگ و چه کوچک با توجه به تغییرات برق‌آسا در موقعیت‌های رقابتی و شرایط حاکم بر بازار، جذب و حفظ مشتریان تجاری را سرلوحه برنامه‌های خویش قرار داده‌اند. امروزه این حقیقت غیرقابل انکار وجود دارد که کفه ترازو و قدرت بازار به نفع 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 تجارت استوار است. در کشور ما و اکثر کشورهای پیشرفته دنیا، انجام سریع امور و عدم اتلاف وقت به عنوان مهم‌ترین عنصر موفقیت در

رقابت بانک‌ها محسوب شده و مشتریان به عنوان رکن اصلی تعیین‌کننده این رقابت، ارزش بسیار زیادی برای فناوری و سرعت و در درجه بعدی تخصص فنی بانک‌ها قائل هستند. در بانکداری نوین جهانی، تشریح 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 کارآمد شدن نیاز به کسب اطلاعات کافی از مشتری، درک علائق و خواسته‌های وی و توسعه روابط با او هستند. صنعت بانکداری در صورت هرگونه اهمال و کم‌توجهی از جانب نیروهای صف و ستادی خویش به اصول کلی بازاریابی با مرکزیت و نقطه ثقل مشتری، حیات خود

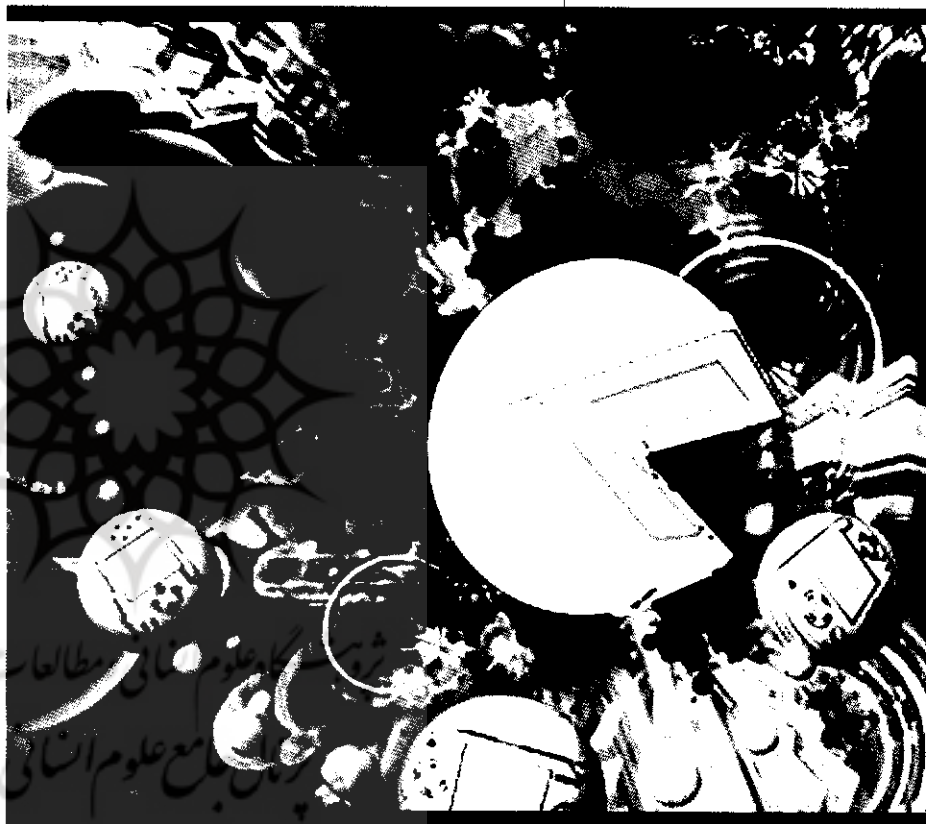
گزینه فرا روی بانک‌ها جهت تداوم بقا است. از این رو کشورهای پیشرفته و همچنین کشورهای در حال توسعه مانند کشورهای منطقه در این زمینه از سال‌های پیش بسترها و زیرساخت‌های لازم را به وجود آورده‌اند و در یک حرکت مستمر و منطقی و همه‌جانبه توانسته‌اند به نحو مطلوب از فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه تجارت و بانکداری استفاده نموده و از مزایای آن بهره‌مند شوند. با توجه به مزایای آشکار و غیر قابل انکار بانکداری الکترونیک و نقش موثر آن در توسعه کشور، ما در این پژوهش به دنبال شناخت مهمترین موانع استقرار بانکداری الکترونیک در ایران هستیم.

اهمیت، ضرورت و اهداف تحقیق

سرعت انجام کار در جهان، سهمین شدن در اطلاعات، حفظ ارتباطات تجاری و هدایت مبادلات بازرگانی بوسیله شبکه‌های ارتباطی، امروزه به صورت یک اصل تردید ناپذیر در آمده است. ویژگی اصلی همه این فعالیتها تسهیل فرآیندهای تجاری و اداری، حذف فرآیندهای غیر ضروری در انجام امور و کاهش هزینه‌ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه‌های اداری بویژه هزینه مکانیات و بهبود دسترسی به مشتری و افزایش تنوع خدمات ارائه شده به مشتریان است. به عنوان مثال در بعد هزینه، سالانه ۱۲۰ میلیارد ریال بابت جمع‌آوری و امحاء اسکناس به اقتصاد ملی تحمیل می‌شود در حالی که استقرار بانکداری الکترونیک علاوه بر ارتقاء سطح کیفی خدمات، ۶۰ تا ۷۰ درصد هزینه‌های بانک‌ها را کاهش می‌دهد. مهمترین ویژگی‌ای که می‌توان برای بانکداری الکترونیک برشمرد، برقراری ارتباط سریع با تمام مخاطبان و ارائه خدمات مبتنی بر نیازهای فرد فرد آنهاست. اینکه از یک سو نظام بانکی کشور استفاده از ابزار الکترونیکی در بانک‌ها را باور کرده و برای اجرای آیین‌نامه‌های اجرایی آن مصمم است و از سویی نیز عدم ارائه خدمات بانکی به موقع از طریق سیستم بانکی به عنوان مانعی جدی در راستای گسترش خدمات‌دهی بانک‌ها و در نتیجه توسعه اقتصادی کشور محسوب می‌شود، نویسندگان مقاله حاضر را به فکر واداشت تا موضوع تحقیق خود را موانع گسترش بانکداری الکترونیک انتخاب نموده و در مورد آن به بررسی بپردازند. ما در این مقاله کوشیده‌ایم موضوع یاد شده را در سه محور مورد بررسی قرار دهیم:

الف) آگاهی از خدماتی که به واسطه بانکداری الکترونیک در حال حاضر به مشتریان عرضه می‌شود.
ب) شناسایی مهمترین و عمده ترین دلایل عدم استقرار بانکداری الکترونیک در کشور
ج) کمک به گسترش بانکداری الکترونیک از طریق تبیین و مشخص نمودن اهمیت و جایگاه بانکداری الکترونیک در کشور و در این مسیر ۲ فرضیه زیر را مبنای تحقیق خود قرار دادیم:

۱- عدم وجود زیر ساخت‌های مناسب مخابراتی و فنی، به عنوان عمده‌ترین مانع استقرار بانکداری الکترونیک در کشور است.



را در معرض خطر قرار خواهد داد.

بنابراین شایسته است که در بازار رقابت تنگاتنگ کنونی بانک‌ها از یک سو درکنار عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) و از سوی دیگر [بر اساس بند ۲ و ۳ سیاست کلی اصل ۴۴ قانون اساسی]، و به تبع آن تاسیس بانک‌های خارجی در ایران و همچنین با توجه به خصوصی شدن تعداد زیادی از بانک‌های دولتی و همچنین اختلاف ناچیز سود بانکی در بخش جذب منابع و مصارف، باید هر چه سریع‌تر برای حفظ مشتریان خویش، چاره‌اندیشی کنند. بانکداری امروز شیوه‌های نو، مشتری‌مداری موثر، ارائه فناوری‌های نو، سرویس‌دهی و خدمات موردنظر مشتری را می‌طلبد. هر بانکی که در این امور موفق‌تر عمل کند در بازار رقابتی موفق به جذب منابع بیشتر خواهد شد و در نتیجه دوام و بقای دائمی آن بانک با بهره‌وری بالا افزایش خواهد یافت. بانکداری الکترونیک تنها

جدید بانکی، مشتری‌مداری بوده است نه حساب‌مداری. در این دوره صرفه‌جویی واقعی در نیروی انسانی بوجود آمده و پول کاملاً حالت الکترونیکی و غیر قابل لمس پیدا کرده است و ابزار تعامل دو طرف یعنی مشتری و بانک، خدمات الکترونیکی است.

مقایسه بانکداری سنتی با بانکداری الکترونیک
در جدول ۱ بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیک و ویژگی‌های آنها مقایسه شده است:

مقایسه ویژگی‌های بانکداری الکترونیک و سنتی
آنچه حائز اهمیت است ویژگی فعال و آینده‌نگر خصوصیات بانکداری الکترونیک در مقایسه با بانکداری سنتی است. بانکداری سنتی بیشتر با یک دید محافظه‌کارانه سعی دارد به شیوه‌های مختلف، هزینه‌های بانک را کاهش دهد. در صورتی که بانکداری الکترونیک ضمن ارائه جامع

۲- موانع فرهنگی که مهمترین عامل تعیین کننده در جهت استقرار بانکداری الکترونیکی در کشور محسوب می‌شود.

تاریخچه پیدایش بانکداری الکترونیک

تحولات شگرف در نظام بانکداری را به چهار دوره می‌توان تقسیم کرد. هر دوره از تکامل برای مدیران نظام بانکی، این امکان را فراهم کرده است که اوقات تلف شده را در محیط رقابتی به حداقل رسانده و در گستره بالاتری به ارائه خدمت بپردازند و سرعت، کیفیت، دقت و تنوع خدمات خود را افزایش داده و هزینه را کاهش دهند.

دوره اول: اتوماسیون پشت باجه

فناوری اتوماسیون پشت باجه در دهه ۱۹۶۰ رواج یافت و این امکان را فراهم کرد تا دفاتر و کارت‌ها از شعب حذف و گردش روزانه حساب‌ها در پایان هر روز، به رایانه‌های مرکزی برای به روز شدن ارسال شود. این دوره، نقطه آغازین کاربرد رایانه در نظام بانکی و کاربرد اصلی آن محدود به ثبت دفاتر و تبدیل اسناد کاغذی به فایل‌های رایانه‌ای بود. در این دوره، عملیات اتوماسیون تأثیری در افزایش رفاه مشتریان بانک‌ها ایجاد نکرد و تأثیر رقابتی نیز بین بانک‌ها بر جای نگذاشت. تنها تأثیر آن، افزایش دقت و سرعت در موازنه حساب‌ها بود.

دوره دوم: اتوماسیون جلوی باجه

این دوره از اواخر دهه ۱۹۷۰ و زمانی آغاز شد که کارمند شعبه به صورت پیوسته به حساب‌های جاری دسترسی پیدا کرد و امکان انتقال پیوسته اطلاعات از طریق بکارگیری خطوط مخابراتی و رایانه‌های بزرگ مرکزی میسر و ممکن شد. در این دوره بانک‌ها از شبکه‌های مخابراتی موجود که در اختیار و انحصار شرکت‌های دولتی بود و استفاده از آنها نه تنها از نظر فناوری محدود، بلکه از لحاظ هزینه‌ای بسیار گران بود، استفاده می‌کردند. در این دوره بود که نیاز به استفاده انبوه از اسناد کاغذی تا حدودی برطرف شد.

دوره سوم: متصل کردن مشتریان به حساب‌ها

در این دوره که از اواسط دهه ۸۰ آغاز شد امکان دسترسی مشتریان به حساب‌هایشان فراهم شد. یعنی مشتری از طریق تلفن یا مراجعه به دستگاه خودپرداز (ATM) و استفاده از کارت هوشمند یا کارت مغناطیسی یا رایانه شخصی به حسابش دسترسی پیدا می‌کرد و ضمن انجام عملیات دریافت و پرداخت، نقل و انتقال وجوه را به صورت الکترونیک انجام می‌داد. با این تحول سالن معاملات بانک‌ها به مرور خالی از صف‌های طولانی مراجعین شد و عملیات بانکی به صورت دستی - الکترونیکی درآمد. مهمترین ویژگی‌های دوره سوم که آن را از دوره‌های قبل متمایز کرد توسعه سیستم‌های ارتباطی مشتریان با حساب‌هایشان بود.

دوره چهارم: یکپارچه سازی سیستم‌ها و مرتبط کردن مشتری با تمامی عملیات بانکی

آخرین دوره تحول در نظام بانکی زمانی آغاز شد که انجام تمام عملیات بانکی به طور الکترونیکی دنبال شد. در این دوره هم بانک و هم مشتریان توانستند به طول دقیق و منظم اطلاعات مورد نیازشان را کسب کنند؛ چرا که اساس سیستم‌های

فناوری اتوماسیون پشت باجه در دهه ۱۹۶۰ رواج یافت و این امکان را فراهم کرد تا دفاتر و کارت‌ها از شعب حذف و گردش روزانه حساب‌ها در پایان هر روز، به رایانه‌های مرکزی برای به روز شدن ارسال شود. این دوره، نقطه آغازین کاربرد رایانه در نظام بانکی و کاربرد اصلی آن محدود به ثبت دفاتر و تبدیل اسناد کاغذی به فایل‌های رایانه‌ای بود. در این دوره، عملیات اتوماسیون تأثیری در افزایش رفاه مشتریان بانک‌ها ایجاد نکرد و تأثیر رقابتی نیز بین بانک‌ها بر جای نگذاشت. تنها تأثیر آن، افزایش دقت و سرعت در موازنه حساب‌ها بود.

آخرین دوره تحول در نظام بانکی زمانی آغاز شد که انجام تمام عملیات بانکی به طور الکترونیکی دنبال شد. در این دوره هم بانک و هم مشتریان به طور دقیق و منظم اطلاعات را کسب کنند

خدمات بانکی در فکر توسعه و تحول بر مبنای جلب رضایت مشتری و افزایش درآمد بر مبنای ارائه خدمات است که در قبالتش کارمزد دریافت می‌کند بنابراین در بانکداری الکترونیک هر چند کاهش هزینه‌های بانکی مورد توجه است اما بیشتر رشد درآمد بانک از طریق ارائه خدمات متنوع مورد تأکید است.

انواع سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجوه
مفاهیم مربوط به انتقال الکترونیکی وجوه، بر اساس دامنه و فضای اصلی انتقال الکترونیکی وجوه و فناوری اطلاعات و ارتباطات در بانکداری، به سه دسته اصلی تقسیم می‌شود که در این تحقیق تنها بخش نخست آن یعنی بانکداری الکترونیکی مصرف کننده مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد. (نمودار شماره یک)

بانکداری الکترونیک مصرف کننده (در سطح مشتری)

منظور از بانکداری الکترونیکی مصرف کننده آن بخش از بانکداری الکترونیکی است که توسط اشخاص و مشتریان حقیقی

یک بانک عمل کرده و بسیاری از وظایف اصلی بانکداری را انجام دهد و بخش عظیمی از مبادلات را با کمترین دخالت نیروی انسانی انجام دهد.

مشتریان از طریق این ماشین‌ها می‌توانند کارهای زیر را انجام دهند:

- ۱- برداشتن وجه از حساب
 - ۲- درخواست صورت حساب بانکی
 - ۳- به حساب گذاشتن چک یا وجه نقد
 - ۵- انتقال وجهی از یک حساب به حساب دیگر
 - ۵- علاوه بر موارد فوق از طریق ATM می‌توان بلیط هواپیما، اوراق قرضه و سهام خریداری کرد و نسبت به پرداخت صورت حساب‌های آب، برق و ... اقدام نمود.
- به منظور بررسی دقیق‌تر، به تجزیه و تحلیل تعداد کارت‌های صادر شده و دستگاه‌های خودپرداز نصب شده از سوی بانک‌ها در جدول شماره دو و سه پرداخته‌ایم.

ب) ماشین‌های نقطه فروش (EFTPOS)

EFTPOS به معنی انتقال الکترونیکی وجوه در نقطه فروش می‌باشد و طبق آن یک مشتری در هر نقطه‌ای از زمان و مکان که در آنجا کالا یا خدمات را می‌خواهد، با استفاده از اشکال مختلف تعیین هویت ایمن و حلقه اتصال الکترونیکی مطمئن وجه را از حساب خود در بانک یا مؤسسه مالی به فروشنده منتقل می‌کند.

این ابزار در دهه هفتاد میلادی در آمریکا مرسوم شد و نرخ رشد آن از ATM کمتر است. به منظور بررسی دقیق‌تر، به تجزیه و تحلیل تعداد ماشین‌های نقطه فروش از سوی برخی از بانک‌های خصوصی و دولتی در جدول شماره چهار ارائه شده است:

بانک مورد استفاده قرار گرفته و مصرف‌کنندگان نهایی با آن سر و کار دارند.

این بخش از بانکداری الکترونیک از قسمت‌های مختلفی تشکیل می‌شود که به شرح زیر در مورد آنها توضیحاتی ارائه می‌شود:

الف) ماشین خودپرداز (ATM)

یک ماشین خودپرداز ATM می‌تواند به عنوان یک شعبه از

بانکداری الکترونیک چیست؟

بانکداری الکترونیک، کلیه خدمات بانکی را به صورت الکترونیکی و از طریق واسطه‌های ایمن، ارائه می‌دهد و بر اساس آن دیگر نیاز به حضور فیزیکی مشتری در بانک نیست. بانکداری الکترونیک، خدماتی چون اطلاعات حساب و اعلام آن، حواله یا انتقال وجوه بین حساب‌ها، سپرده‌گذاری، تبدیل ارز و پرداخت صورتحساب و آب، برق و ... را به صورت فهرست‌بندی و زمان‌بندی شده در اختیار مشتری قرار می‌دهد. بانکداری الکترونیک 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 پایین‌تری ارائه داده و به حفظ و افزایش سهم بازار خود بپردازند. به طور مثال، در آمریکا یک معامله عادی مشتری از طریق روش‌های سنتی بانکداری ۱ دلار و از طریق تلفن ۰٫۶ دلار هزینه دارد در حالی که به صورت online حدود ۰٫۰۹ دلار هزینه در بردارد. همچنین با استفاده از سیستم‌های بانکداری الکترونیک 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 کنند. به عنوان مثال در آمریکا بانک ولز فارگو ۷٪ از طریق ارائه خدمات به دو صورت الکترونیکی و فیزیکی توانسته مشتریان زیادی را جذب کند به طوری که این بانک به حدود ۶۲۰ هزار مشتری خدمات ارائه می‌دهد و در رده‌های بعد نیش بانکی ۸ با ۵۰۰ هزار و کوترک ۹ با ۳۵۰ هزار مشتری قرار دارند.

یک ماشین خودپرداز ATM می‌تواند به عنوان یک شعبه از یک بانک عمل کرده و بسیاری از وظایف اصلی بانکداری را انجام دهد

مقایسه ویژگی های بانکداری الکترونیک و سنتی (جدول ۱)

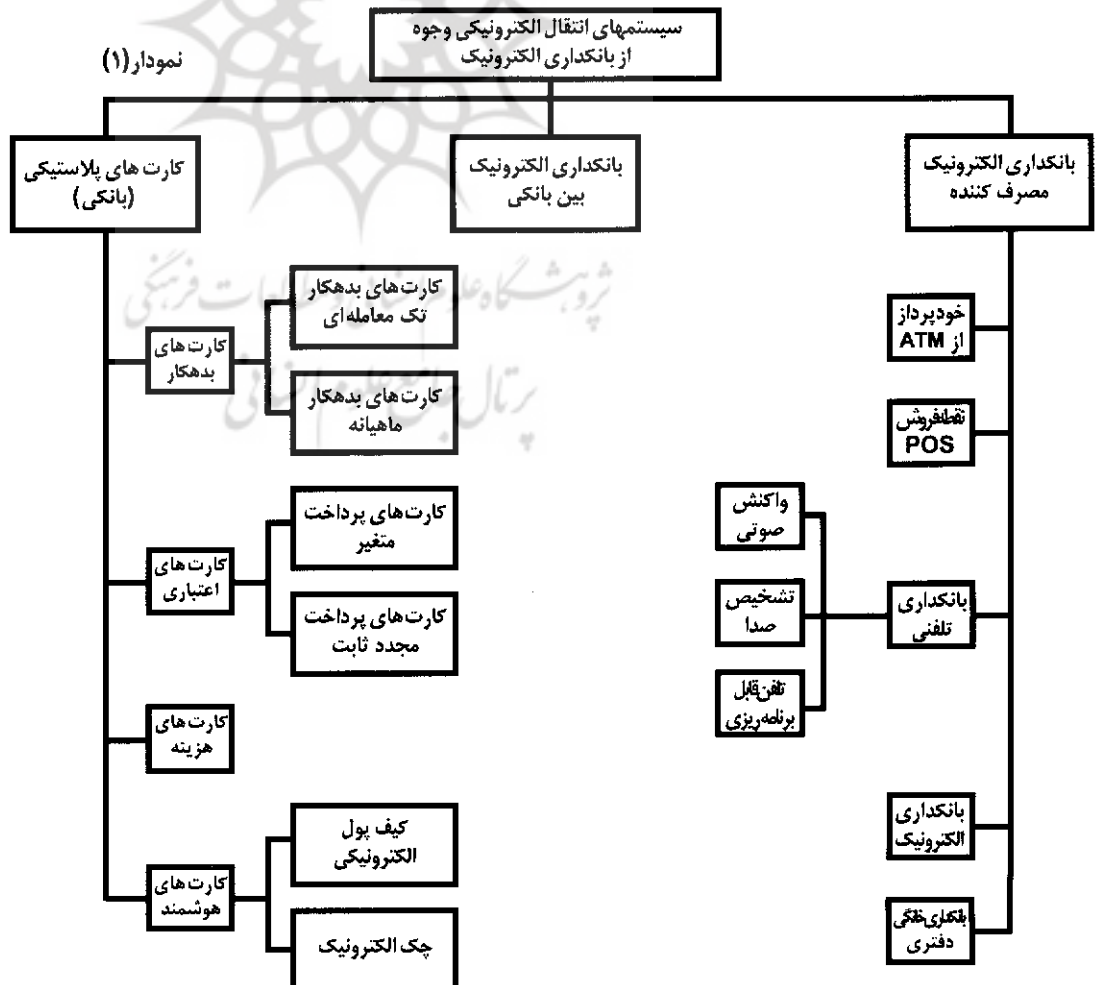
بانکداری سنتی	بانکداری نوین (الکترونیک)
<ul style="list-style-type: none"> - بازار محدود - عدم رقابت بین بانک ها - ارائه خدمات محدود - ارائه خدمات به یک شکل خاص - کسب درآمد از طریق حاشیه سود - متکی بر شعب - در قید ساعات اداری - نبود رابطه نزدیک و مرتبط - نیاز به تعداد زیادی نیروی انسانی - مصرف بسیار زیاد کاغذ 	<ul style="list-style-type: none"> - بازار نامحدود از لحاظ مکانی - از نظر زمانی نامحدود و ۲۴ ساعته - رقابت نام های تجاری - ارائه خدمات گسترده - ارائه خدمات متنوع بر اساس نیاز و سفارش مشتری - تمرکز بر هزینه و رشد درآمد - وجود رابطه نزدیک و تنگاتنگ بین بانکی - حذف هزینه هایی مانند تهیه کاغذ، بروشور و کاتالوگ - کاهش هزینه های معاملاتی و تدارکاتی - بهبود مدیریت بر روابط - کاهش آلودگی محیط زیست، ترافیک و ازدحام - نوآوری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل بانک ها

پیشنهادات:

- ۱- اتخاذ رویکرد کلان و استراتژیک از سوی مدیران عالی
- ۲- تدوین برنامه های اجرایی متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور در راستای استقرار بانکداری الکترونیک در کشور
- ۳- سنجش میزان پیشرفت کارها در قالب سند چشم انداز

انواع سیستم های الکترونیکی انتقال وجوه



منظور از بانکداری الکترونیکی مصرف کننده آن بخش از بانکداری الکترونیکی است که مصرف کنندگان نهایی با آن سرو کار دارند

کارت های صادر شده از سوی بانک ها و دستگاه های خودپرداز
نصب شده در کشور تا پایان شهریور ۱۳۸۵
جدول (۲)

تعداد کارت های صادر شده در کشور توسط بانک های دولتی و خصوصی: ۱۷۱۲۲۸۲۸ کارت	
بانک های دولتی: ۱۴۵۸۸۳۸۳	بانک های خصوصی: ۲۵۳۴۴۴۵
تعداد دستگاه های خودپرداز نصب شده توسط بانک های دولتی و خصوصی: ۶۰۹۷	
بانک های دولتی: دستگاه ۵ ۸۵۰	بانک های خصوصی: دستگاه ۲۴۷
نسبت کارت های صادر شده به دستگاه های خودپرداز در کشور:	۲۸۰/۴ کارت به ۱ دستگاه
نسبت کارت های صادر شده توسط بانک های دولتی به دستگاه های خودپرداز در بانک های دولتی:	۲۳۹۴/۷ کارت به ۱ دستگاه
نسبت کارت های صادر شده توسط بانک های خصوصی به دستگاه های خودپرداز در بانک های خصوصی:	۱۰۲۶۰۹ کارت به ۱ دستگاه
نسبت کارت های صادر شده به دستگاه های خودپرداز در تهران:	۳۳۹۲۴ کارت به ۱ دستگاه
نسبت کارت های صادر شده به دستگاه های خودپرداز در سایر استان ها:	۲۵۳۲۳ کارت به ۱ دستگاه



تعداد کارت های صادر شده از سوی بانک ها و دستگاه های
خودپرداز نصب شده توسط هر بانک در کشور تا پایان
شهریور ۱۳۸۵
جدول (۳)

بانک	تعداد کارت های صادر شده	تعداد خودپرداز نصب شده	نسبت کارت صادر شده به دستگاه خودپرداز
پارسیان	۲۰۴۱۶۸۹	۵۹	۳۴۶۰۴/۸۹ کارت به ۱ دستگاه
سامان	۳۴۰۹۹۶	۸۴	۴۰۵۹/۴۷ کارت به ۱ دستگاه
اقتصاد نوین	۱۳۳۷۰۵	۸۲	۱۶۳۰/۵۴ کارت به ۱ دستگاه
کارآفرین	۱۸۰۵۵	-	-
ملی	۴۱۰۰۵۸۵	۸۲۷	۴۸۹۹/۱۴ کارت به ۱ دستگاه
صادرات	۳۱۵۶۶۰	۱۱۳۱	۲۷۹/۰۹ کارت به ۱ دستگاه
سپه	۲۹۳۰۶۰۶	۸۶۵	۳۳۸۷/۹۸ کارت به ۱ دستگاه
تجارت	۲۰۲۷۰۹۰	۶۸۰	۲۹۸۱/۰۱ کارت به ۱ دستگاه
کشاورزی	۱۵۷۲۷۲۵	۵۲۶	۲۹۸۹/۹۷ کارت به ۱ دستگاه
پاسارگاد	-	۲۲	-
مسکن	-	۱۰۵	-
پست بانک	-	۵۲	-

یک ماشین خودپرداز (ATM)

می تواند به عنوان یک شعبه از یک بانک عمل کرده
و بسیاری از وظایف اصلی بانکداری هد
و بخش عظیمی از مبادلات را با کمترین دخالت نیروی انسانی
انجام دهد

کشور همراه با نظارت دائم و مستمر بر فرایندهای اجرای پروژه های
بانکداری الکترونیک

۴- هر چند انجام فعالیت های مرتبط با تجارت الکترونیکی
در کشور با رویکرد از پایین به بالا و توسط بخش خصوصی دنبال
شد اما استقرار بانکداری الکترونیک در کشور با رویکرد بالا به
پایین و برنامه ریزی های سطوح عالی میسر و ممکن خواهد بود.
۵- اتخاذ رویکرد مشتری محوری در بانکداری الکترونیک و
قرار دادن کسب رضایت مشتری به عنوان مرکز ثقل تمام
برنامه های بانک به منظور رسیدن به اثربخشی و کارایی پایدار
۶- ایجاد هماهنگی میان بانک های مختلف از یک سو و
سایر سازمان ها و موسسات مالی از سوی دیگر جهت تحقق
جامع تر اهداف با صرف هزینه های کمتر در تمامی ابعاد. (ایجاد

**استقرار بانکداری
الکترونیک در کشور
با رویکرد بالا به
پایین و
برنامه ریزی های
سطوح عالی میسر و
ممکن خواهد بود**

هماهنگی های افقی و عمودی هم در درون جامعه بانکی و هم خارج از آن)

۷- گسترش فرهنگ صحیح و موثر بکارگیری بانکداری الکترونیک در کشور. این وظیفه در گام نخست بر عهده بانک ها بوده و عزم ملی را طلب می نماید.

۸- حمایت از سازمان ها و بانک های پیشرو در عرصه بانکداری الکترونیک به منظور جلب حمایت های اجتماعی و

پی نوشت:

- ۱-Electronic Banking
- ۲-Electronic Money
- ۳-Electronic Funds Transfer Automated clearing house system(ACH)
- ۴-The
- ۵-Automated Teller Machine(ATM) Funds Transfer at the Point of Sale(EFTPOS)
- ۶- Electronic
- ۷-Wels Fargo
- ۸-Nation Bank
- ۹-Coterk
- ۱۰-Electronic Data Transfer
- ۱۱-Consumer Electronic Banking

منابع و ماخذ:

- ۱- مرکز پژوهش های ارتباطات (۱۳۸۲): ایران و جامعه اطلاعاتی؛ وضعیت، پیشرفت و چشم انداز. دانشگاه علامه طباطبائی و وزارت ارتباطات و فناوری
- ۲- مقدسی، علیرضا (۱۳۸۲). موانع و راهکارهای شکل گیری دولت الکترونیک، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی، تهران
- ۳- ابراهیمی، شاهد (۱۳۸۱). موانع بانکداری الکترونیک در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی
- ۴- ریاحی، حمید رضا (۱۳۸۲): دولت الکترونیک؛ هدف یا پهنانه؟ مجله تکفآ، شماره های ۷ و ۸، مرداد و شهریور
- ۵- نقدی فردهاشمیان، محسن (۱۳۸۲): مفاهیم دولت الکترونیک، مجله تکفآ، شماره های ۷ و ۸، مرداد و شهریور
- ۶- باجاج، ک.ک و ناگ، دیجانی (۱۳۷۶). از مبادله الکترونیک اطلاعات تا تجارت الکترونیک. ترجمه ایرج بهنام مجتهدی، مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
- ۸- بانک توسعه صادرات. (۱۳۷۹). مجموعه مقالات اولین همایش بانکداری الکترونیک.
- ۹- سرمد سعیدی، سهیل (۱۳۸۲)، کسب و کار الکترونیک چیست؟، ماهنامه تخصصی بازرگانی، شماره ۲۷.
- ۱۰- صنایعی، علی (۱۳۸۱)، تجارت الکترونیک در هزاره سوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.
- ۱۱- جعفرپور، محمود (۱۳۸۴). ویژه نامه تجارت الکترونیک، دانشگاه امام حسین (ع)، تهران.
- ۱۲- شیخانی، سعید (۱۳۷۸)، بانکداری الکترونیک و راهبردهای آن در جمهوری اسلامی ایران.
- ۱۳- لواسانی، احمد (۱۳۸۲)، روش های تجارت الکترونیک در ایران، نشریه ایران
- ۱۴- موسوی قمی، علی (۱۳۸۱)، نقش بانک های کشور در رونق تجارت الکترونیک، نشریه آسیا

تعداد دستگاه های نقطه فروش نصب شده توسط بانک ها در کشور تا پایان شهریور ۱۳۸۵
جدول (۴)

بانک	نقطه فروش نصب شده	بانک	نقطه فروش نصب شده
پارسیان	۴۹۲۷۴ دستگاه	ملی	۱۴۷۵ دستگاه
سامان	۲۳۳۳۶ دستگاه	توسعه صادرات	۱۴۸ دستگاه
صادرات	۱۱۱۸۲ دستگاه	سپه	۲۵ دستگاه
کشاورزی	۱۰۹۶۴ دستگاه	تجارت	۱۸ دستگاه
اقتصاد نوین	۲۵۵۲ دستگاه	مسکن	۱۰ دستگاه
ملت	۱۹۳۲ دستگاه		

اعتمادسازی و تشویق آن ها.

۹- تلاش فراگیر و همه جانبه رسانه های جمعی از جمله صدا و سیما، مطبوعات و ... به منظور آماده نمودن بسترهای فرهنگی جهت توسعه بانکداری الکترونیک در کشور.

۱۰- استفاده از ظرفیت های بخش خصوصی در جهت تحقق اهداف مورد نظر از قبیل در اختیار گرفتن خدمات مشاوره ای و پیمان کاری.

۱۱- طراحی مجدد فرایندها در نظام بانکی کشور به منظور نیل به هدف مشتری محوری بر پایه مزیت های رقابتی حاصل از بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات

۱۲- اصلاح، تقویت و به روز رسانی زیرساخت های فنی و مخابراتی کشور و ارتقای آن ها هم از بعد کمی و هم از بعد کیفی.

۱۳- بهره گیری از تجارب کشورهای موفق در پیاده سازی بانکداری الکترونیک و بومی سازی آن در راستای فرهنگ کشور.

۱۴- استفاده از متخصصین دانشگاهی

۱۵- آموزش مهارت های نوین بانکداری الکترونیک به کارکنان بانک ها در قالب دوره های کارآموزی و ضمن خدمت.

۱۶- نهادینه کردن استفاده از دستگاه های نقطه فروش در تمامی مراکز تجاری اعم از پایانه های مسافربری، فروشگاه های نچیره ای و ...

۱۷- گسترش دستگاه های خودپرداز (هم از بعد کمی و هم از