



تجارت الکترونیک

عبدالسعيد دهقانی

مقدمه :

بسیاری از مردم، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می‌دانند، در حالی که این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد. در اصل تجارت الکترونیک می‌تواند تمامی جنبه‌های تجاری و اقتصادی را شامل می‌شود. به سادگی می‌توان هرگونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیک دانست و می‌توان گفت، تجارت الکترونیک پل الکترونیک بین مراکز تجاری، خریداران و فروشندگان است. در تجارت سنتی، خریدار و فروشنده توانایی برقراری ارتباط فیزیکی را با هم داشتند، اما در تجارت الکترونیک، طرفین باید با زبان دیجیتالی یکسان به گفت‌وگو بنشینند. این دنیای مجازی، باعث می‌شود که طرفین مبادلات تجاری توانایی رد و بدل کردن اطلاعات را داشته باشند و همدیگر را ارزیابی کنند. اما نکته بسیار مهمی که در این زمینه باید مورد توجه قرار گیرد، امنیت ارتباط در تجارت الکترونیک است، چراکه برخلاف تجارت سنتی، خریدار و فروشنده همدیگر را در هنگام مبادله تجاری نمی‌بینند و باید راهی برای شناسایی منبع اطلاعات و تضمین صحت اطلاعات در هنگام جا به جایی و حفاظت اطلاعات پایه‌گذاری شود. در ابتدای پیدایش تجارت الکترونیک، چیزی بیش از یک وسیله اطلاع‌رسانی ساده تجاری نبود و هرکس می‌توانست محصولات خود را با استفاده از صفحات وب بر روی اینترنت تبلیغ کند، اما اکنون هدف از

تجارت الکترونیک واژه‌ای است که برای تجارت از طریق سیستم‌های اطلاعاتی - ارتباطی به کار می‌رود. تجارت الکترونیک با وجودی که مدت زمانی زیادی از عمر آن نمی‌گذرد، نقش بسزا و چشمگیری در زندگی روزمره ما دارد. به طوری که اجتناب از آن کار آسانی نیست. یکی از ساده‌ترین و کارآمدترین نقش تجارت الکترونیک در زندگی روزمره کاربران اینترنتی، خرید و فروش اجناس و تبادل وجوه مربوطه از طریق کارت‌های هوشمند است. تجارت الکترونیک مجموعه ارتباطات، مدیریت اطلاعات و قابلیت‌های امنیتی است که به سازمان‌ها، بنگاه‌ها، شرکت‌ها، مردم، دولت و... اجازه می‌دهد که اطلاعات خدمات و کالاها را بهینه‌تر، آسانتر و سریع‌تر با استفاده از شبکه‌های ارتباطی رایانه‌ای، به ویژه اینترنت عرضه دارند. تجارت الکترونیک، تجارت بدون کاغذ است. به وسیله تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و حمل و نقل کالاها، با زحمت کمتری انجام می‌گیرد. تجارت اینترنتی باعث می‌شود ارتباط شرکت‌ها، بنگاه‌ها و تمامی نهادهای مرتبط با تجارت ساده‌تر و سریع‌تر انجام گیرد. تجارت الکترونیک مجموعه فعالیت‌ها و خدماتی است که جستجوی اطلاعات، مدیریت اطلاعات و تبادلات، بررسی وضعیت اعتبار، ایجاد اعتبار، پرداخت مجازی، گزارش‌گیری و مدیریت اعتبارها را در اینترنت با ارتباط دیجیتالی امکان‌پذیر می‌کند.

به‌کارگیری تجارت الکترونیک، ارائه روشی جدید در انجام امور بازرگانی است.

هدف از تجارت الکترونیک که در واقع ترکیبی از تکنیک‌ها و شگردهای بازرگانی است، همکاری، رقابت و بازدهی بیشتر شرکت‌های مختلف است. به طوری که در ۱۵ سال گذشته سبب توانایی شرکت‌ها در زمینه‌هایی مثل اصلاح روش‌های تجارتي و پیشرفت در زمینه‌های ارتباط با شرکت‌های مرتبط و بالاخره گسترش دامنه بازرگانی، تجاری حتی در مقیاس‌های بزرگ و جهانی شده است. تجارت الکترونیک دارای زیر شاخه‌های عمده‌ای به شرح زیر است:

تجارت الکترونیک، کسب و کار الکترونیک، بازاریابی الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، کارت‌های هوشمند و مدیریت روابط عمومی با مشتری.

انسان از ابتدای خلقت تاکنون روش‌های تجاری متفاوتی را تجربه کرده‌است. در ابتدا نظام مبادله کالا رایج بود. برای مثال، شکارچی گوشت را با سلاح عوض می‌کرد. این نظام اشکالات فراوانی داشت. مثلاً ممکن بود شکارچی نتواند سلاح سازی را پیدا کند که به گوشت احتیاج داشته باشد. در این صورت گوشت‌ها فاسد می‌شدند. در بعضی تمدن‌ها سیستم کالای محبوب به وجود آمد. در سرزمینی که گندم غذای اصلی مردم آن بود، شکارچی گوشت را با گندم و گندم را با سلاح تعویض می‌کرد. این روش هم مشکلات زیادی داشت. کالای محبوب در سرزمین‌های مختلف متفاوت بود. از طرف دیگر معیاری برای سنجش ارزش آن وجود نداشت و حمل و نقل آن هم مشکل بود. بدون شک اختراع پول اولین انقلاب در زمینه تجارت بود. ارزش آن مشخص و حمل آن آسانتر بود، فاسد نمی‌شد و همه طالب آن بودند. فواید استفاده از پول به اندازه‌ای بود که حتی تا چند دهه قبل کمتر کسی انتظار یک انقلاب دیگر را داشت. ارتباط بین تجارت و فن‌آوری دیرزمانی است که وجود داشته و ادامه دارد. در واقع، ساخت کشتی باعث رونق تجارت شد. در حدود ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را به کار بردند تا از دریا بگذرند و به سرزمین‌های دور دست یابند. با این پیشرفت، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز و تجارت با سرزمین‌های دیگر آغاز شد. اکنون، شبکه جهانی اینترنت مانند همان کشتی است که نه تنها فواصل جغرافیایی، بلکه اختلافات زمانی را نیز کم‌رنگ و صحنه را برای نمایشی دیگر آماده کرده‌است. ترکیب تجارت و الکترونیک از سال ۱۹۷۰ آغاز شد. برای گسترش و پذیرش تجارت الکترونیک لازم است که پیش‌نیازهای این فن‌آوری از جمله زیرساختار مخابراتی، مسائل قانونی و ایمنی پیام‌رسانی فراهم شود.

مهم‌ترین هدف در تجارت -چه از روش‌های بسیار پیشرفته الکترونیکی استفاده کند و چه از روش‌های سنتی و قدیمی- همانا دستیابی به پول و سود بیشتر است. بالطبع در این میان، نقش بانک‌ها و موسسات اقتصادی در نقل و انتقال پول بسیار حیاتی است. هنگامی که در سال ۱۹۹۴ اینترنت قابلیت‌های تجاری خود را علاوه بر جنبه‌های علمی و تحقیقاتی به نمایش گذاشت، موسسات تجاری و بانک‌ها در کشورهای پیشرفته اولین نهادهایی بودند که برای استفاده هر چه بیشتر از این جریان تلاش جدی کردند. محصول تلاش آنها نیز همان بانکداری الکترونیک امروزی است. سپس به

سرعت مشخص شد که اینترنت بستر بسیار مناسبی برای انواع فعالیت‌های بانکداری و اقتصادی به‌شمار می‌رود.

بانکداری و تجارت الکترونیک هم اکنون در جهان به یک بحث بسیار تخصصی و در عین حال، بسیار پیچیده تبدیل شده‌است و تطبیق آن با سیاست‌های تجاری و اقتصادی کشورهای مختلف نیاز به تحقیق و برنامه‌ریزی دقیق دارد. در بررسی تاریخچه تجارت الکترونیک درمی‌یابیم که بورس‌های اوراق بهادار نیز موسسات دیگری بودند که به سرعت فعالیت خود را با روند پیشرفت اینترنت هماهنگ کردند و موفق شدند در مدت کوتاهی، با توجه به برتری‌های اینترنت در مقایسه با روش‌های قدیمی، به دلیل سرعت و دقت بالا، به موفقیت‌های بی‌نظیری دست یابند. تجارت الکترونیک، با وجود جوان بودن در جهان شناخته شده و در سال‌های اخیر رشد فزاینده و غیرقابل پیش‌بینی داشته‌است. این رشد تصاعدی حاصل استفاده از یک ابزار، یعنی اینترنت است. البته تجارت الکترونیک فقط در شاخه‌ها یا کشورهای خاصی جا افتاده و استفاده می‌شود. برای مثال، در سال ۱۹۹۷ صنعت جهانگردی و گردشگری مسئول ۲۰ تا ۳۰ درصد از فروش‌های مجازی بوده است.

تعریف تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک انجام دادن تمامی فعالیت‌های تجاری با استفاده از شبکه‌های ارتباطی رایانه‌ای، به ویژه اینترنت است. شرکت‌ها برای ارتباط با یکدیگر، محدودیت‌های فعلی را نخواهند داشت و ارتباط آنها با یکدیگر ساده‌تر و سریع‌تر انجام می‌پذیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان نیز می‌تواند به صورت یک به یک یا هر مشتری باشد. به عبارت دیگر، تجارت الکترونیک نامی عمومی برای گستره‌ای از نرم افزارها و سیستم‌ها است که خدماتی مانند جستجوی اطلاعات، مدیریت تبادلات، بررسی وضعیت اعتبار، اعطای اعتبار، پرداخت به صورت روی خط، گزارش‌گیری و مدیریت حساب‌ها را در اینترنت به عهده می‌گیرد. این سیستم‌ها زیربنای اساسی فعالیت‌های مبتنی بر اینترنت را فراهم می‌آورند. هدف از به‌کارگیری تجارت الکترونیک، ارائه روشی جدید در انجام امور بازرگانی است. با این روش، تاجرانی می‌توانند محصولات و خدمات خود را به طور تمام وقت و به تمام خریداران در سرتاسر جهان -مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملیت‌ها- عرضه کنند. بسیاری از مردم، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می‌دانند، در حالی که این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه‌های مختلف تجاری و اقتصادی را دربر گرفته‌است. به سادگی می‌توان هرگونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیک گنجانند.

تجارت الکترونیک روش دیگری برای تبادلات الکترونیکی اطلاعات و انجام مبادلات تجاری است که یک پل الکترونیکی را بین مراکز تجاری ایجاد کرده‌است. تجارت الکترونیک با حجم کمتری از اطلاعات که لزوماً در قالب یکسانی نبوده و بین مردم عادی رد و بدل می‌شود، سر و کار دارد. آمار منتشره از ۵۰۰ شرکت نشان می‌دهد که حدود ۳۴ درصد از آنها در سال ۱۹۹۵ و حدود ۸۰ درصد در سال ۱۹۹۶ از تجارت الکترونیک برای تبلیغ محصولات خود استفاده کرده‌اند. تا پایان سال ۲۰۰۱ بیش از ۲۲۰ بیلیون دلار معاملات مالی توسط صدها سایت تجاری بر روی اینترنت انجام گرفت.



بسیاری از مردم، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می‌دانند، در حالی که این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه‌های مختلف تجاری و اقتصادی را دربر گرفته است

مزایا و معایب تجارت الکترونیک

سوالی که در اینجا مطرح می‌شود، این است که تجارت الکترونیک غیر از مواردی که پیش از این به آن اشاره شد، چه فایده‌ای دارد؟ پاسخ آن این است:

افزایش فروش و در پی آن افزایش درآمد و توان سرمایه‌گذاری، افزایش سطح رفاه زندگی مردم از طریق ایجاد اشتغال، کاهش تردها و افزایش سرعت عمل، جهانی شدن، کاهش هزینه‌های تبلیغات برای شرکت‌ها و به دلیل حضور نداشتن واسطه.

با افتتاح فروشگاه اینترنتی شما این قابلیت را دارید که با هزینه‌ای کم، کالا و خدمات خود را در تمامی نقاط دنیا بازاریابی کنید و به فروش برسانید. در واقع شما مغازه‌ای دارید که در کل زمان روز و شب باز است و مراجعه کنندگان آن از تمام نقاط دنیا هستند! یعنی می‌توانید مطمئن شوید که یک تجارت جهانی راه‌اندازی کرده‌اید. در تجارت الکترونیک دیگر نیازی به واسطه و دلال برای فروش کالا، نیست. وقتی که در خرید و فروش سنتی صرف رفت و آمد های اضافه می‌شد، در تجارت الکترونیک صرف شناسایی نیازهای مشتری شود.

تجارت الکترونیک وارد شدن به بازارها را آسان کرده است، خریدار اینترنتی می‌تواند تنها با یک اتصال اینترنت از سرتاسر دنیا به فروشگاه شما متصل شود. تجارت الکترونیک موقعیت‌های تجاری جدید برای کارآفرینان را در اینترنت ایجاد می‌کند. با تجارت الکترونیک فروشنده قادر به تجزیه و تحلیل بهتر از نیازهای مشتری خواهد بود و خریدار اینترنتی قادر به ارزیابی بهتر قیمت‌ها و محصول مورد نیاز خود است.

البته همانند تمام فن‌آوری‌های ساخت بشر، معایبی در استفاده از تجارت الکترونیک وجود دارد که برخی از آنها عبارتند از: تأثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی انسان، ورشکستگی به علت

نداشتن توانایی شرکت‌های کوچک و کاهش تولید، بسترهای لازم برای تجارت الکترونیک، یک سیستم بانکی روان و دقیق، قوانین گمرکی، مالیاتی و بانکداری الکترونیکی، کد تجاری محصول و ایجاد امنیت اطلاعات، تهیه و تدوین نظام مالی اطلاعات و نظام حقوقی اطلاع‌رسانی (کپی رایت)، محرمانه بودن اطلاعات شخصی، تطبیق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل بین‌المللی، همکاری دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و سازمان‌های مختلف، پذیرش اسناد الکترونیکی توسط قوه قضاییه، تأمین، صدور و به‌کارگیری کارت هوشمند، تأمین خطوط ارتباطی پرسرعت و مطمئن و ایجاد بستر مخابراتی به شکل بی‌سیم.

راه‌اندازی تجارت الکترونیک

امروزه تجارت B2C قسمت زیادی از تجارت الکترونیک یا بهتر است بگوییم تجارت جهانی الکترونیک را دربر گرفته است. چرا که هر فرد می‌تواند در این عرصه به رقابت بپردازد. شما نیز می‌توانید یک تاجر اینترنتی باشید هر چند که خدمات یا محصولی که برای فروش دارید کم باشد، اما اینترنت و عرصه وسیع تجارت اینترنتی به خرید و فروش شما نیز وسعت می‌بخشد و حتی امکان رقابتتان را با تجارت جهانی فراهم می‌کند، اما چگونه می‌توانیم تجارت الکترونیک خود را در دنیای پر رقابت تجارت جهانی امروز آغاز کنیم. برای راه‌اندازی یک سایت تجارت الکترونیک ابتدا باید فروشگاه اینترنتی‌مان را راه‌اندازی کنیم و به این منظور باید مراحل زیر را طی کنیم:

۱. Domain و ثبت آن:

انتخاب domain name صحیح یا URL: نامی که انتخاب می‌کنید باید به گونه‌ای باشد که با یکبار شنیدن در ذهن بماند؛ مثل Amazon.com. این نام باید تجارت الکترونیک شما را معرفی کند نام سایتتان را مناسب با نام تجارتتان انتخاب کنید. نام انتخابی باید کوتاه باشد تا مشتری با یک بار شنیدن آن را به خاطر بسپارد.

۲. طراحی و ساخت سایت:

بهتر است در طراحی سایت فروشگاه اینترنتی خود به نکات زیر نیز توجه کنید: * یک کاتالوگ بر روی سایت برای صرفه‌جویی در وقت تهیه کنید که اطلاعات کاملی درباره محصولات و خدمات تجارت الکترونیک شما مثل، قیمت‌گذاری، خصوصیات محصولات و اطلاعات دیگر برای هر محصول یا خدمات را در بر داشته باشد.

* یک بخش (FAQ)، برای پیش‌بینی و پاسخگویی مسائل و سؤال‌های اساسی را که ممکن است به ذهن خریدار اینترنتی برسد، در نظر بگیرید. * اسکلت سایتتان به گونه‌ای باشد که مشتریان به آسانی بتوانند درباره خرید اینترنتی تصمیم بگیرند و به سرعت خرید الکترونیک خود را انجام دهند.

* صفحه اصلی سایت شما (Homepage) مانند ویرترین فروشگاه الکترونیک شماست و باید بر مخاطب شما اثر گذار باشد. آیا مخاطب شما کودکانند؟ افراد بازاری هستند؟ عامه مردمند؟

به این مسئله دقت کنید.

در صفحه اول سیاست‌های زیر نیز به شما کمک می‌کند که مشتری شما از هر قشری جذب سایتتان شود. نام شرکت و لوگو (نشانه تصویری) را

که تجارت اینترنتی شما را معرفی می‌کند، در صفحه اول قرار دهید. صفحه‌ای که نشانی و شماره تلفن، نامبر و نشانی پست الکترونیک سایت شما را دربر دارد، به طور مشخص در صفحه اول قرار دهید. از صفحه اصلی به صفحه‌ای که درباره فروشگاه اینترنتی شما توضیح داده، لینک دهید تا مشتریان بتوانند به راحتی درباره شما و امکاناتی که در اختیارشان قرار می‌دهید بدانند. بهتر است یک قسمت برای اخبار و معرفی محصولات داشته باشید که همیشه به روز شود. این باعث می‌شود که خریدار اینترنتی زود به زود به سایتتان سر بزند. سیاست حفاظت از اطلاعات شخصی خریداران را برای خریداران اینترنتی خود توضیح دهید تا اعتمادشان را جلب کنید و چه بهتر که این توضیح در صفحه اول قرار گیرد.

ساختار سایت فروشگاه اینترنتی شما به گونه‌ای باشد که مشتری برای رسیدن به محصول مورد نظر خود مجبور نباشد کلیک‌های زیادی کند. تعداد کلیک‌ها را به حداقل برسانید. ۴ تا ۶ کلیک بهترین کارایی را دارند. سعی کنید که لینک‌ها نظر مشتریان را جلب کنند تا بدانند باید کجا را برای چیزی که به دنبالش هستند، کلیک کنند.

* سایتتان را با عکس، انیمیشن و موسیقی و دیگر چیزهای دیداری یا شنیداری انباشته نکنید. از همان رنگ‌ها و قلم‌هایی که برای سایر ارتباطات مثل لوگو یا بروشورها به کار می‌برید، استفاده کنید. مطمئن شوید که تصاویر به کار رفته بر کیفیت سایت می‌افزاید نه اینکه بازدید کننده را گیج کند و شما را از هدفتان دور نگهدارد.

* مطمئن شوید که نوشته‌ها به آسانی قابل خواندن هستند، ممکن است نوشته‌های سیاه بر روی زمینه سفید زیاد جلب توجه نکنند، اما آنها برای خواننده شدن مناسب تر از نوشته‌های نارنجی بر روی زمینه بنفش هستند. * صفحات نباید با تصاویر سنگین پر شده باشند، زیرا زمان بارگذاری را افزایش می‌دهد. اکثر خریداران اینترنتی اگر بارگذاری یک صفحه بیش از ۸ ثانیه طول بکشد، جای دیگری را کلیک می‌کنند یا از اینترنت خارج می‌شوند.

۳. اجاره فضا بر روی اینترنت (Host)

۴. پرداخت الکترونیکی

۵. تأمین امنیت سایت

۶. بازاریابی، تبلیغ و جذب مشتری

۷. بررسی و تحلیل سایت

پس از آنکه سایت شما طراحی و آماده شد، میزبان و دامنه نیز برای آن مشخص بود، زمان آن می‌رسد که محل مناسبی برای فروشگاه اینترنتی خود پیدا کنید؛ مکانی که مشتری به آن اعتماد داشته باشد و با آن آشنا باشد، پرداخت را برای مشتری آسان و دنیا را از وجود سایت شما با خبر سازد.

تجارت الکترونیک در ایران

ایران مانند دیگر کشورها، دارای شرکت‌های بسیاری است که برای توسعه بازار خود به اینترنت وابسته‌اند. هدف بیشتر این شرکت‌ها از پایگاه‌هایی که در اینترنت ایجاد می‌کنند، توسعه صادرات است. متأسفانه فروش در شبکه اینترنت مخارج زیادی دارد و برای بسیاری مقرون به صرفه نیست. شرکت‌های بزرگ دنیا با سرمایه‌های کلان و نیروی انسانی کافی، پایگاه‌های تخصصی را برای مواردی همچون صادرات و فروش تجاری ایجاد کرده‌اند.

شرکت‌های متعددی نیز در ایران دست به ایجاد چنین امکاناتی زده‌اند، اما از آنجایی که هنوز هیچ متولی و مرکزی برای این پدیده وجود ندارد، این سازمان‌ها به صورت جزیره‌ای و خود محور اقداماتی را انجام می‌دهند که هنوز فرایند کامل تجارت را در بر نگرفته و به صورت مقطعی انجام می‌شود. هیچ آمار دقیقی هم از کاربران اینترنت و استفاده کنندگان از رایانه شخصی در دست نیست و هنوز به صورت یک طرح ملی به آن نگاه نشده‌است. بنابراین، در مرحله نوپایی است و نیاز به مراقبت و حمایت زیادی از طرف دولت دارد. دولت باید با ارایه یک طرح ملی، فرهنگ خرید جامعه امروزی ایران را تغییر دهد. باید توجه داشت که سرمایه‌گذاری مالی و زمانی بر روی زمینه‌ای که در آینده حرف اول را خواهد زد، مطمئناً باعث پویایی اقتصاد کشور خواهد شد. خوشبختانه، کشور ما از پشتوانه خوبی از نظر نیروی جوان برخوردار است و در نتیجه، وظیفه سازمان‌های دولتی و غیردولتی، وارد کردن این فن‌آوری به کشور و تشکیل دادن گروه‌های کاری، برای کار سازمان یافته بر روی این فن‌آوری جدید است. از سال ۱۳۸۱ پروژه موفق به صورت آزمایشی با نام پرداخت «www.pardakht.com» در ایران شروع شد که با وجود همه مشکلات یادشده راه حل مناسبی در تجارت الکترونیک ایران پدید آورده است. در این سیستم ابتدا خریدار وارد سایت اینترنتی فروشنده می‌شود و محصول یا محصولاتی را انتخاب و در سبد خرید خود قرار می‌دهد و پس از وارد کردن اطلاعات ارسال کالا در سایت پرداخت، خرید خود را نهایی می‌کند. این اطلاعات برای بررسی و تصمیم‌گیری در سایت اینترنتی به اطلاع فروشنده می‌رسد. فروشنده در صورت تمایل به ارسال، سفارش رسیده را آماده کرده و پس از اعلام در سیستم اینترنتی، پست آن را از فروشنده دریافت می‌کند و به دست خریدار می‌رساند و هزینه کالا به همراه هزینه ارسال را از خریدار دریافت می‌کند. واحد مالی پرداخت در دوره‌های زمانی مشخص با فروشندگان تسویه حساب می‌کند. تمامی مراحل عملیاتی سیستم از طریق اینترنت به اطلاع خریدار، فروشنده، شعبه پستی و مدیریت سیستم می‌رسد. شایان ذکر است، این سیستم طوری طرح‌ریزی شده است که امکان اتصال به سیستم‌های الکترونیکی بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری را داشته باشد و در کنار سیستم پرداخت هنگام تحویل قابلیت‌های پرداخت الکترونیکی نیز در آن پیش بینی شده است. پرداخت زیرساخت مناسب تجارت الکترونیک و تجارت در ایران است. زیر بستر تعامل فروشگاه اینترنتی و فروشگاه الکترونیکی با خریداران در راستای فروش اینترنتی و خرید اینترنتی به همراه امکانات مناسب پرداخت اینترنتی با کمک اینترنت است. این سیستم، خرید الکترونیکی و فروش الکترونیکی را تسهیل کرده است و حتی بدون نیاز به کارت اعتباری، روش‌های نوین پرداخت الکترونیکی را نیز تدوین می‌کند. خدمات‌دهی تجارت الکترونیک در همه زمینه‌ها از سیاست‌های کلی سیستم پرداخت است که با هدف فرهنگ‌سازی خرید اینترنتی و فروش اینترنتی در ایران انجام می‌گیرد. مشابه این سیستم در سایر کشورها نیز ایجاد شده است که از آن میان می‌توان به چین و کره جنوبی اشاره کرد که هر یک از این کشورها متناسب با شرایط اجتماعی و اقتصادی خود فعالیت می‌کنند.

بانکداری الکترونیک

زمانی که میان رایانه و ارتباطات بشری هماهنگی ایجاد شد و این دو

و شبکه،

موانع اساسی توسعه بانکداری در کشور

بزرگترین موانع توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور ما به شرح زیر است:

• بستر مخابراتی مناسب برای انتقال داده‌ها وجود ندارد. همان طوری که می‌دانید درباره خدماتی مانند آب، برق و گاز، سازمان‌های ذی‌ربط شاهراه اصلی را ایجاد می‌کنند و مشترکان تنها با پرداخت هزینه اشتراک از این خدمات بهره‌مند می‌شوند، اما در مورد خطوط مخابراتی، متقاضیان خود ناگزیر به ایجاد شاهراه ارتباطی با هزینه هنگفت هستند، در حالی که این کار از وظایف وزارت ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات است.

• میان درک مدیران تصمیم‌گیر و متخصصان مجری IT در سازمان‌ها فاصله وجود دارد. زیرا در بخش IT به‌رغم وجود برخی از بخش‌های تخصصی مانند پزشکی به‌جای این که افراد بی‌تخصص مقلد باشند، همه صاحب تشخیص شده‌اند،

• ضعف مدیریت نگهداری و به کار نگرستن متخصصان حرفه‌ای در سطوح بالا در بخش IT، برای تهیه بسته‌های نرم‌افزاری نیرومند بانکی

دلایل پیشرفت نکردن شبکه بانکی در بانکداری الکترونیکی

شبکه بانکی کشور ما به دلیل نبود ساخت‌های مناسب زیر، در اجرای بانکداری الکترونیکی به طور کامل موفق نبوده است: بستر مخابراتی کارآمد، نیروی انسانی کافی در بخش IT، مدیران حرفه‌ای آگاه به IT، جذب، حفظ و نگهداری متخصصان کیفی و حرفه‌ای IT در بخش دولتی (به‌دلیل پایین بودن دستمزدها)

موانع بانکداری الکترونیکی در ایران

امروزه فناوری اطلاعات، سودمندترین بخش در صنعت، اقتصاد و فرهنگ است. به طوری که در سال ۲۰۰۳ میلادی IT در ۶۰ درصد صنایع دنیا سهم و موثر بوده است. از طرف دیگر، از بین ۶ میلیارد نفر جمعیت جهان، حدود یک میلیارد نفر تا سال ۲۰۰۵ به اینترنت دسترسی داشته‌اند که طبق پیش‌بینی گارتنر تا سال ۲۰۱۰ به ۳ میلیارد نفر می‌رسد، به طوری که هر دقیقه یک سایت به شبکه جهانی اضافه می‌شود. از عمده‌ترین دستاوردهای فن‌آوری اطلاعات در زمینه‌های اقتصادی، تجارت الکترونیک است که سهولت دسترسی افراد به اینترنت، بستر مناسبی را برای مراودات تجاری و اقتصادی از طریق دسترسی به دنیای مجازی فراهم کرده است، موج تجارت الکترونیک تقریباً همه شرکت‌ها در تمامی اقتصادها را تحت تأثیر قرار داده است و این شرکت‌ها ناگزیر از ورود به عرصه تجارت الکترونیک هستند. بر اثر گسترش این فن‌آوری، حجم تجارت الکترونیک در جهان روز به روز در حال رشد است. یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیک، وجود سیستم بانکداری الکترونیک است که همگام با سیستم‌های جهانی مالی و پولی، عمل و فعالیت‌های مربوط به تجارت الکترونیک را تسهیل می‌کند. در حقیقت می‌توان گفت که پیاده‌سازی تجارت الکترونیک، نیازمند تحقق بانکداری الکترونیک است. صنعت بانکداری در جهان همچون سایر علوم در حال گسترش و تغییر و تحول است و امروزه بانک‌ها در اکثر کشورهای دنیا در صدد ارائه بهترین خدمات با بالاترین کیفیت و کمترین زمان ممکن به مشتریان خود هستند. نباید فراموش کرد، انجام چنین تحولاتی در شیوه ارائه

مقله پروتکل‌های یکدیگر را پذیرفتند و به همدیگر نزدیک شدند، پدیده جدیدی به نام فن‌آوری اطلاعات (Information Technology) یا به اختصار IT شکل گرفت که زمینه ساز گشایش فصل جدیدی در زندگی انسان شد. از این تحول به نام موج چهارم تکامل بشری یاد می‌شود که شروع کننده عصر نوین انفجار اطلاعات و ارتباطات است و بعضاً "عصر مجازی" ها نیز نامیده می‌شود.

در این عصر نوع فعالیت‌ها، نگرش‌ها و سیستم‌ها دگرگون شده و سرعت چرخش زمان نیز تند و شتابان شده است، اطلاعات به وفور در اختیار همگان قرار دارد، دسترسی به آنها آسان و کتمان آنها مشکل است و فعالیت بشری به سمت الکترونیک سوق می‌یابد. تغییر در ماهیت کار (E-Work)، تغییر در ماهیت بازرگانی (E-Commerce)، تغییر در ماهیت ارتباط (E-Mail)، تغییر در ماهیت آموزش (E-Learning) گوشه‌هایی از این دگرگونی‌ها هستند.

برای نمونه، در ایالات متحده در سال ۲۰۰۱، ۲۵/۸ میلیون نفر، در سال ۲۰۰۲، ۲۷/۵ میلیون نفر، در سال ۲۰۰۳، ۲۸/۵ میلیون نفر به روش‌های الکترونیکی و از راه دور به کار می‌پرداخته‌اند و پیش‌بینی شده که در سال ۲۰۲۰ این تعداد به ۶۴ میلیون نفر برسد.

این امر فکر بسیار جالبی خواهد بود که شما در منزل و در پای رایانه شخصیتان بتوانید خدمات مورد نیاز و روزمره خود مانند خرید مایحتاج زندگی، خدمات بانکی، امور اداری، امور آموزشی، تحصیلی و ده‌ها خدمت دیگر را دریافت کنید، بدون اینکه نیازی به خارج شدن از منزل داشته باشید.

بانکداری الکترونیکی نیز که یکی از زیرمجموعه‌های تجارت الکترونیک است، از همین خواستگاه شکل گرفته است. به این ترتیب که هر مشتری بتواند از راه دور به آسانی فعالیت‌های بانکی دلخواه خود مانند نقل و انتقال وجه و بررسی حساب را انجام دهد. از این‌رو خدمات الکترونیکی نوین بانکی مطرح و امکانات و قابلیت‌هایی برای مشتریان فراهم شده است که در چارچوب آنها بهره‌گیری از خدمات بانکی از دور امکان‌پذیر باشد.

وضعیت ابزارها و زیرساخت‌های پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی در ایران:

- برای پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی، به ابزارهای زیر نیاز داریم:
- تجهیز سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و ارتباطی شعبه‌ها برای کار در قالب یک شبکه
 - تعیین متدلوژی تمرکز و یا عدم تمرکز در شبکه اطلاعات
 - ایجاد شاهراه ارتباطی مناسب و درست
 - ایجاد بانک اطلاعاتی متناسب با نرم افزار
 - بهره‌گیری از یک سیستم عامل با ضریب امنیتی بالا
 - ایجاد یک نسخه پشتیبان در صورت گزینش متدلوژی تمرکز در شبکه
 - باتوجه به امکانات، قابلیت‌ها و بستر اجرایی موجود در کشور، اولویت‌بندی اجرای بانکداری الکترونیکی، در کشور باید به صورت زیر باشد:
 - ایجاد یک شاهراه ارتباطی مناسب و صحیح،
 - داشتن نرم افزار با قابلیت آنلاین،
 - به‌کارگیری نیروهای متخصص حرفه‌ای در بخش نرم‌افزار، سخت‌افزار

خدمات بانکی کشورها نه تنها نظام بانکی را متحول خواهد کرد بلکه نظام مالی و بازار سرمایه آن کشور را نیز متأثر خواهد ساخت و کشور به لحاظ اقتصادی در دوره گذار قرار خواهد گرفت.

بانکداری الکترونیکی

برای بانکداری الکترونیکی، تعریفی نداریم که همه با آن متفق القول باشند. اگر بانکداری الکترونیکی را الکترونیکی کردن فعالیت بانکی بدانیم، تمام بانک‌ها از جنگ جهانی دوم از رایانه استفاده کردند. پس بانکداری الکترونیکی به این مفهوم را تمام کشورها داشتند. مفهوم دیگر بانکداری الکترونیکی که در سال ۱۹۹۱ و با وجود آمدن اینترنت شکل گرفت، آن است که مشتری‌ها بتوانند بدون مراجعه به شعب کار خود را با مراجعه به فضای الکترونیک انجام دهند و امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه‌های ایمن و بدون حضور فیزیکی فراهم شود. بانکداری الکترونیکی به مشتریان امکان می‌دهد که سطح گسترده‌ای از نقل و انتقالات وجوه و اطلاعات را به شیوه الکترونیکی و از طریق وب سایت بانک عامل، انجام دهند. بانکداری الکترونیکی در واقع اوج استفاده از فن‌آوری اطلاعات در جهت حذف دو قید زمان و مکان استقرار شعب بانک‌ها و عوامل اصلی تسهیل گردش پول در جامعه شناخته می‌شدند. امروزه با ارائه خدمات بانکداری الکترونیک همچون بانکداری خانگی، مینی بانک‌ها و... این عوامل کم کم به دست فراموشی سپرده شده‌اند.

موانع کدامند؟

بانکداری الکترونیکی مانند تجارت الکترونیکی یک موضوع مهم و مطرح در شرایط فعلی است و بسیاری از جوامع جهان خواستار برقراری کامل آن هستند. در حالی که این موضوع مهم در ایران با موانع و چالش‌هایی رو به رو است که برخی از این موانع را تشریح می‌کنیم.

نبود برخی خدمات ویژه

امروزه در نظام جدید خدمات بانکی، برخی از خدمات ویژه چون مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری و امکان دریافت وجه نقد، چک، اسناد یا اعتبار مالی وجود ندارد. همچنین ارتباط از طریق پست الکترونیکی یا تلفن هم تا آن

حد توسعه نیافته است که بتوان از آن برای دریافت پاسخ سؤال‌های مالی و مشاوره‌ای استفاده کرد. این نقص بیشتر به دلیل پیشرفت نکردن روش‌ها و نرم افزارهای مناسب در ارائه اینگونه خدمات است. البته می‌توان امید داشت که با گذشت زمان و پیشرفت ابزارها این مشکل به مرور زمان حل خواهد شد.

زیرساخت مالی و بانکی

به طور یقین، تحقق بانکداری الکترونیکی نیازمند توسعه سامانه‌های الکترونیکی در بانک‌ها اعم از دستگاه خودپرداز، پایانه فروش، وب سایت ایمن و نرم افزارهای یکپارچه سازی است. با گسترش این سامانه‌ها انجام زیرساخت‌های لازم و امکان بهره‌مندی همگان از بانکداری الکترونیکی فراهم می‌شود که با بیشتر شدن پایانه‌های فروش و دستگاه‌های خودپرداز و... تمایل مشتریان به استفاده از خدمات این نوع بانکداری بیشتر از گذشته خواهد شد و مردم با توجه به امکان دسترسی به این وسایل الکترونیکی در اکثر مکان‌ها بانکداری الکترونیکی را به عنوان شیوه‌ای نوین به راحتی پذیرا خواهند بود و این چالش پیش روی بانکداری الکترونیکی به خصوص در کشورهای در حال توسعه به فرصتی برای بانکداری الکترونیکی تبدیل خواهد شد.

زیرساخت‌های فرهنگی

مدیریت بانکداری الکترونیکی در بخش فرهنگ سازی با دو چالش اساسی و محوری مواجه خواهد بود. اول اینکه با گرایش به سمت بانکداری، بسیاری از روش‌های کهنه باید در قالب این سیستم‌های الکترونیکی گنجانده شود و لازم است در این زمینه به کارمندان بانک‌ها آموزش‌های مناسب داده شود تا از این پدیده جدید استقبال کرده و خود را با آن هماهنگ کنند. باید کارمندان را توجیه کرد که در بانکداری به شیوه الکترونیکی بسیاری از کارهای سخت افزاری آنها حذف خواهد شد و در عوض سرعت کار آنها بالا خواهد رفت و به جای سخت کار کردن، سریع تر کار خواهند کرد. به عبارت دیگر، بانکداری الکترونیکی نیروهای موسسات مالی را از نیروی کمی به نیروهای کیفی تبدیل خواهد کرد.



نمودار - الگوی مفهومی بررسی موانع بانکداری الکترونیک در ایران



است. همان طوری که رواج هر فن آوری در جامعه نیازمند فراهم کردن زیرساخت‌هایی برای پذیرش و جلب اطمینان مشتریان است، بانکداری الکترونیکی نیز به عنوان فن آوری نوین در صنعت بانکداری به زیرساخت‌های امنیتی برای تداوم و پذیرش عمومی نیاز دارد. امنیت، اولین و مهمترین موضوع در بحث بانکداری الکترونیکی است و این مهم به خصوص در مورد بانکداری اینترنتی بیشتر جلوه می‌کند، زیرا محیط مجازی در ذات خود، ناامن است. در فرآیند بانکداری الکترونیکی، امنیت به معنای شناخت هویت مشتری و بانک و همچنین حفظ اطلاعات در طول انتقال آن است. یکی از عوامل مهم در مقبولیت و گسترده شدن فرآیندهای بانکداری الکترونیکی توسعه نرم افزاری و افزایش امنیت در سیستم های آن است. به هر حال مسئله امنیت، حتی در کشورهای بسیار پیشرفته همچنان یک چالش به شمار می‌رود. مسائل امنیتی در سیستم‌های الکترونیکی انتقال وجوه در چهار بخش اصلی خلاصه می‌شود. نخستین موضوع در بحث امنیت، مربوط به اتصالات ارتباطی در سیستم بانکداری نوین است که در برابر شیوه های مختلفی که برای قطع پیام یا اجازه حملات انفعالی (نظیر شنود غیر مجاز) یا حملات فعال (نظیر تغییر یا جایگزینی پیام) به کار می‌روند، آسیب پذیرند.

مسئله دوم در بحث امنیت رایانه هاست. امروزه استفاده همزمان، ارتباطات درون خطی و لحظه ای، فعل و انفعالات پایانه ای و اتصالات داده‌ای، در رایانه‌ها معمول شده است. این ابداعات فن آوری، به همراه توسعه کاربرد رایانه، استفاده نادرست از رایانه‌ها را افزایش داده است. دستیابی به یک رایانه از طریق پایانه راه دور یا دیگر دستگاه‌های جانبی نظیر کارت خوان میسر می‌شود. از این طریق برنامه‌ها یا داده‌هایی که در رایانه ذخیره یا در یک سیستم رایانه ای پردازش شده اند، می‌توانند در معرض نسخه برداری، تغییر، جانشینی یا حتی نابودی قرار گیرند. همچنین برای تأمین امنیت لازم است به امنیت پایانه‌ها توجه ویژه شود. در نظام انتقال الکترونیکی وجوه در بانکداری الکترونیکی کسانی که حق دستیابی به پایانه را دارند، از راه‌های مختلف می‌توانند امنیت آن را از بین ببرند. برای مثال، از جمله مواردی که عوامل داخلی نظام بانکداری نوین باعث اختلال در امنیت پایانه می‌شوند، عبارتند از: مرور اطلاعات کارت خوان، بررسی و آزمایش پایانه نظام انتقال الکترونیکی وجوه برای یافتن کلید رمز، استخراج اطلاعات وارد شده در پایانه به شیوه الکترونیکی و استخراج اطلاعاتی موسسه صادر کننده کارت. از این دید تأمین امنیت پایانه‌ها در نظام بانکداری الکترونیکی به عنوان یکی از مهمترین زیرساخت‌های امنیتی در جلب اعتماد مشتریان برای استفاده از خدمات بانکی و مالی به حساب می‌آید.

به علاوه لازم است امنیت کارت‌های بانکی به طور کامل تأمین شود. زیرا نسخه برداری و جعل کارت موارد اصلی تخلفات رایج کارت‌ها هستند. امروزه برای جلوگیری از بروز چنین تخلفاتی کارت‌هایی با خصوصیات تصادفی ساخته می‌شوند. دارندگان کارت اعتباری می‌توانند هر نوع کالا یا خدمات را به راحتی از طریق اینترنت خریداری کنند و بهای آن را فقط با ارائه شماره کارت خود بپردازند.

نبود تحقیقات کاربردی

در کشورهای در حال توسعه معمولاً در بانک‌ها برای ارائه خدمات جدید، از نظر اقتصادی بودن خدمات مذکور، منطبق بودن خدمات جدید با نیازهای جامعه، بهینه بایستی خدمات و اینکه چه سیستمی می‌تواند خدمات یادشده را

امنیت، اولین و مهمترین موضوع در بحث بانکداری الکترونیکی است و این مهم به خصوص در مورد بانکداری اینترنتی بیشتر جلوه می‌کند، زیرا محیط مجازی در ذات خود، ناامن است

چالش دوم مربوط به تطبیق ابزارها و روش‌های بانکداری الکترونیکی با فرهنگ و روحیه و دانش مردم است. مردمی که سال‌هاست با روش سنتی خو گرفته اند و به راحتی حاضر به کنار گذاشتن آنها نیستند. بسیاری از آنها هنوز به کارت‌ها اعتماد ندارند یا تلفن‌های گویا را ابزاری تجملی می‌دانند و به آن بی‌اعتمادند و خدمات این سیستم‌ها را غیر کاربردی و سطحی می‌دانند. در واقع بانکداری الکترونیکی برای توسعه، نیاز جدی به فرهنگ‌سازی برای جذب مشتریان دارد. به عبارتی، جامعه باید فرهنگ به کارگیری فن آوری را داشته باشد و به شیوه استفاده از آن مسلط باشد. بدون وجود فرهنگ استفاده و نگهداری از فن آوری بانکداری نوین رواج آن غیرممکن می‌شود و صرف زمانی طولانی برای آن ضروری خواهد بود.

هزینه بالا

یکی دیگر از چالش‌های پیش روی بانکداری الکترونیکی، استفاده از سیستم‌های پیشرفته و امکانات جدید است که به دلیل گران بودن این تجهیزات و هزینه بسیار بالا، نگهداری آن برای بسیاری از بانک‌ها، موجب عدم ارائه و توسعه خدمات نوین بانکداری الکترونیکی به طور بایسته شده است. برای حل این مشکل دو روش وجود دارد. یکی اینکه بانک‌ها با یکدیگر اقدام به خرید سیستم‌های بانکداری الکترونیک کنند و دیگر ایجاد شبکه پرداخت بین بانکی است. البته در ایجاد شبکه پرداخت بین بانکی هر یک از موسسات مالی موقعیت خود را به عنوان یک مرکز شبکه پرداخت از دست می‌دهد. چون در این حالت مشتریان هر یک از شبکه‌های پرداخت مؤسسات مالی، با شبکه‌های پرداخت دیگر مؤسسات مالی آشنا شده و به این نکته پی می‌برند که می‌توانند در کنار شبکه مؤسسات مالی مربوطه از خدمات شبکه‌های دیگر استفاده کنند و در نهایت آنها ترجیح می‌دهند تا با شبکه‌هایی کار کنند که از نظر هزینه، کاراتر و از نظر امنیت مطمئن‌ترند. در نتیجه امر، ممکن است شبکه‌های نامرغوب از رقابت کنار گذاشته شوند.

امنیت

از جمله چالش‌های اساسی پیش روی بانکداری الکترونیکی، مسائل امنیتی

به خوبی به مشتریان ارائه کند، بررسی قابل توجهی انجام نمی‌گیرد که دلیل اصلی آن نبود مراکز تحقیق و توسعه در اینگونه بانک‌هاست. معمولاً بانک‌ها با بررسی خدمات ارائه شده توسط سیستم بانکی کشورهای توسعه یافته اقدام به تقلید از آنها و ارائه خدمات می‌کنند. این بانک‌ها همواره با یک تأخیر ده تا بیست ساله این خدمات را ارائه می‌کنند و از طرف دیگر به دلیل انجام ندادن تحقیقات و بررسی‌های مورد نیاز در مورد خدمات یادشده، اینگونه خدمات را به صورت ناقص به مشتریان خود ارائه می‌کنند.

ناآگاهی عمومی

یکی دیگر از عیب‌های بانکداری الکترونیکی، ناآشنایی عده زیادی از افراد جامعه با آن است که از نبود آموزش‌های عمومی و زمینه‌های لازم فرهنگی و اجتماعی ناشی می‌شود. برای متداول شدن این شیوه بانکداری و استفاده مشتریان بانک از آن، به برگزاری دوره‌های آموزش شیوه کار با نظام خدمات الکترونیکی نیاز است. این مسئله امروزه در بیشتر کشورهای پیشرفته با برگزاری دوره‌های مختلف کوتاه مدت و عمومی تقریباً حل شده و تنها برای کشورهای در حال توسعه مطرح است.

اعتماد مشتری

وب سایت‌های بانکداری الکترونیکی یکی از مکان‌هایی است که بیشترین میزان سوء استفاده از اطلاعات حساس افراد به عمل می‌آید، از آنجا که مشتریان از پیامدهای امنیتی بانکداری الکترونیکی و اینترنتی نگران هستند و این نگرانی می‌تواند بر اعتماد آنها برای پذیرش بانکداری الکترونیکی و اینترنتی تأثیرگذار باشد، بی‌اعتمادی می‌تواند به مثابه مانعی در استفاده از بانکداری اینترنتی در نظر گرفته شود. اعتماد در جایی که مشتریان ملزم به ارائه اطلاعات حساس باشند، از اهمیت فوق العاده‌ای برخوردار است، زمانی که یک سازمان سعی می‌کند رابطه تک به تک با مشتریان برقرار کند، متوجه می‌شود که مستحکم‌ترین موقعیت در ذهن مشتری، قابل اعتماد بودن است. از این رو جلب اعتماد مشتری همواره یکی از اهداف اولیه در راه ایجاد رابطه بلند مدت با مشتریان است. در دنیایی که میزان وفاداری مشتریان به محصولات و خدمات، روز به روز کمتر می‌شود، تنها راه حفاظت از موقعیت رقابتی شدن روابط مبتنی بر اعتماد با مشتریان است. در غیر این صورت تنها راه باقی مانده برای فروشنده رقابت بر مبنای قیمت خواهد بود.

مقررات

هر فن‌آوری جدیدی برای گسترش و توسعه، پیش از مقبولیت عمومی نیازمند مقبولیت قانونی است تا تمامی ظرفیت‌های آن مورد استفاده قرار گیرد، یعنی اگر به دنبال این هستیم که فرآیند بانکداری الکترونیکی با اقبال عمومی مواجه شود، ضروری است بسترهای قانونی مورد نیاز را فراهم کنیم و با شناخت تمامی احتمالات در فرآیند بانکداری الکترونیکی درصد ریسک را کاهش و اعتماد عمومی را نسبت به سیستم‌های بانکداری الکترونیکی افزایش دهیم. همچنین لازم است در تدوین نظام نامه‌ها و آیین‌نامه‌های اجرایی به اصل مشتری‌مداری توجه زیادی داشته باشیم. همیشه باید توجه داشت که عامه مردم در مباحث اقتصادی ریسک بالا را نمی‌پذیرند، به خصوص اگر دریچه جدیدی برای حرکت و فعالیت‌های اقتصادی باز شده باشد. در این صورت تا زمانی که از پشتوانه‌های قانونی آن مطمئن نشوند، نقشی در توسعه فرآیند نخواهند داشت. بنابراین نبود قوانین و مقررات مدون

در بانکداری الکترونیکی به خصوص در کشورهای در حال توسعه و مسائل جدیدی که هر روزه گریبان‌گیر این جوامع می‌شود، چالشی اساسی را پیش روی بانکداری الکترونیکی قرار داده است که با تدوین قوانین و مقررات مناسب می‌توان در رفع آن گام برداشت. باید بپذیریم که اولین گام برای ارائه راهکارها و بهبود اجرا و توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور، شناسایی موانع موثر بر آن است. اگر چه موانع مختلف و متعددی می‌توانند بر اجرا و توسعه بانکداری الکترونیکی تأثیرگذار باشند، اما مدیران می‌توانند با رفع موانعی که ذکر شد توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور را تحت تأثیر قرار دهند و در جهت بهبود آن تلاش کنند.

اهمیت موضوع و نتیجه گیری

بانک‌ها در تجارت الکترونیکی نقش بسزایی دارند، زیرا در انتقال وجوه و اسناد اعتباری در سیستم اینترنتی و الکترونیکی شرایط و زمینه اصلی را برای برقرار شدن و رواج تجارت الکترونیکی فراهم می‌کند. در واقع بانکداری در شیوه نوین به عنوان مکمل تجارت نوین شناخته می‌شود تا جایی که اگر بانک‌ها در سیستم مبادلاتی الکترونیکی بهره‌نبرند، بخش بزرگی از مبادلات مختل می‌شود. در کل می‌توان اذعان داشت که بانکداری الکترونیکی و تجارت نوین مکمل یکدیگرند. در بازار رقابت تنگاتنگ کنونی و براساس بند ۲ و ۳ سیاست کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، در کنار عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی (WTO) 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 خود، چاره‌اندیشی کنند. بانکداری امروز شیوه‌های نو، خدمات‌دهی و خدمات مورد نظر مشتری را می‌طلبد که هر بانکی که 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 الکترونیکی تنها گزینه فراروی این بانک‌ها برای تحقق این اهداف است. برخی متخصصان پیش‌بینی می‌کنند در سال ۲۰۱۱ در انگلستان ۸۰ درصد از مردم برای انجام دادن عملیات بانکی خود از طریق اینترنت به بانک‌ها متصل خواهند شد. همچنین این قبیل از خدمات با رشدی روز افزون در عرصه بین‌المللی، توجه نظام بانکی کشورهای در حال توسعه را به خود جلب کرده است، به طوری که با توجه به رشد ۳ درصدی در سال ۱۹۹۷ در سال ۲۰۰۵ شاهد رشدی حدود ۶۰ درصد بوده است. همچنین برپایه آمار موجود، در بعد هزینه سالانه ۱۲۰ میلیارد ریال بابت جمع‌آوری و امحای اسکناس به اقتصاد ملی تحمیل می‌شود، در حالی که استقرار بانکداری الکترونیکی علاوه بر ارتقای سطح کیفی خدمات، ۶۰ تا ۷۰ درصد هزینه‌های بانک‌ها را کاهش می‌دهد. در کشور ما موضوع بانکداری الکترونیکی موضوع نسبتاً جدید و مطالعات و بررسی علمی در خصوص آن محصول سال‌های اخیر است. از طرف دیگر اجرا و توسعه بانکداری الکترونیکی و فرهنگ سازی آن در کشور ما خود با مسائل و مشکلات خاصی همراه است که این مسائل به همراه چالش‌های تجارت الکترونیکی، مشکلات به کارگیری بانکداری الکترونیکی در کشور را دو چندان کرده است.

منابع:

۱. خودآموز تجارت - تهران، کتاب الکترونیکی
۲. نشریه جهان گستر
۳. سایت‌های اینترنتی