

از بانکداری الکترونیک تا دولت الکترونیک

سید حسن حاتمی نسب دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی - گرایش تولید

hatami2157@gmail.com

سعید گلکاریه، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی - گرایش تولید

Sa_golkarieh@yahoo.com

چکیده

در عصر اطلاعات سرعت در ارائه خدمات به عنوان یک مزیت رقابتی قلمداد می گردد و با توجه به دگرگونی در نحوه تجارت و خصوصی سازی، سازمانها و مؤسساتی در جلب رضایت مشتریان موفق هستند که بیشترین ارزش را برای آنها ایجاد کنند. بانکها به عنوان مؤسسات مالی باید خود را به ابزاری تجهیز کنند که بتواند موارد مذکور را برآورده نماید. یکی از این ابزارها، قدم نهادن در مسیر بانکداری الکترونیکی می باشد که این عمل مطمئناً از طرفی برای بانک و از طرف دیگر برای مشتریان سودمند می باشد. در سطح کلان این مقوله در زمینه دولت نیز مصداق پیدا می کند. یعنی دولتها باید با یک سری ساز و کارهای از پیش تعیین شده و بررسی شرایط موجود خود را با عصر کنونی هماهنگ سازند و در مسیر پیشرفت با سایر ملل همگام باشند. دولت به مثابه یک سازمان بزرگ باید فضاهای مجازی و الکترونیکی را به عنوان یکی از ارکان ضروری ارائه بهتر خدمات دولتی و همچنین اصلاح رابطه میان دولت و شهروندان مورد استفاده قرار دهد.

واژه های کلیدی: دولت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، تجارت الکترونیکی

مقدمه:

امروزه با توجه به گستره جهانی رقابتهای تجاری، مؤسسه ای در جذب مردم موفق خواهد بود که بهترین و بیشترین سرویس ها را به مشتریان خود ارائه بدهد. ارزش سازی در بستر فعالیت های تجاری بر چهار محور استوار است: افزایش کیفیت کالا یا خدمات، افزایش کارایی کالاها و خدمات، افزایش نوآوری و خلاقیت در تولید کالاها و خدمات و بهبود روابط مشتریان. بنابراین یکی از استراتژی های موثر در کسب و کار، تامین رضایت مشتریان از طریق بهبود روابط با مشتریان و ارائه سرویس های ویژه و منحصر به فرد است [۱]. شغلی که بطور سنتی خدمت به مشتریان نامیده می شود، پیچیده تر از سفارش گرفتن، پس گرفتن

محصولات مرجوعی یا پاسخگویی به شکایتها است. براساس این نگرش، خدمت به مشتریان شامل کلیه اموری است که شرکت به منظور جلب رضایت مشتریان و کمک به آنها برای دریافت بیشترین ارزش از محصولات یا خدماتی که خریداری کرده اند انجام می دهد [۲].

هزاره سوم به زعم صاحب نظران، عصر اطلاعات و فناوری اطلاعات است. در عصر اطلاعات که محور اصلی قدرت، دانش و بصیرت است تکنولوژی اطلاعات به عنوان ابزاری برای ایجاد ارزش در فعالیت های تجاری، نقش های جدیدی به عهده گرفته است [۱]. واژه ارزش افزوده در بازاریابی نشان دهنده موارد اضافه شده به محصول است که ارزش آن محصول را برای مشتریان بالاتر می برد. در مورد بانک های تجاری، هر بانکی موظف است در زمان رجوع مشتریان در کلیه امور بانکی پاسخ مناسب به آنها ارائه نماید این کار خدمت به مشتریان نیست، بلکه محصول و خدمت ابتدایی است، ولی بانکی که به طور مستمر دارای سرعت بالا در انجام امور بانکی است و بدون وقفه پاسخگویی مشتریان باشد می تواند ادعا نماید که خدمات عالی به مشتریان ارائه می دهد و از این پتانسیل برخوردار است تا از رقبای خود پیشی گیرد [۲]. افزایش ساعات پاسخگویی، دسترسی راحت به خدمات، جلب مشارکت مشتریان برای دریافت خدمات از ارزش هایی است که در استراتژی مشتری مداری به آن اهمیت داده می شود [۱]. جایجایی اطلاعات با روشهای موجود از دهه چهارم قرن نوزدهم شروع شد و در اواخر آن مقدمات تأمین خبر و اطلاعات از طریق تلفن فراهم گردید. اولین ارتباط از طریق یک رشته سیم به طول ۱۶ کیلومتر به وسیله دستگاه تلگراف در سال ۱۸۳۸ منتقل شد. هر چند به موازات پیشرفت فن ارتباطات ساخت، الگو و کیفیت زندگی شهری نیز متحول شده است، اما این تغییرات از اوایل دهه هشتاد قرن بیستم، اثر خود را بیشتر به نمایش گذاشت. با پیشرفت تکنولوژی روز به روز بستر فعالیت های روزمره هموار تر شد، تا جایی که در عصر کنونی لازم نیست برای انجام بسیاری از فعالیت های زندگی به مکانهای مختلف مراجعه کنیم. به نحوی که حتی می توان در محل زندگی نیز کار کرد؛ که در این راستا اینترنت و در پی آن بانکداری الکترونیکی نقش ویژه ای ایفا می کنند [۴]. گسترش و رشد فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی آثار و تبعات مثبتی در عرصه های مختلف علمی، اجتماعی و اقتصادی جوامع بهره بردار از این فناوریها گذاشته است. توسعه روز افزون اینترنت در کشورهای مختلف و اتصال تعداد زیادی از مردم جهان به شبکه جهانی اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیکی بین افراد و سازمان های مختلف از طریق دنیای مجازی اینترنت بستر مناسب و مساعد برای برقراری مرادوات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است [۳]. توسعه پر شتاب و شدید فناوری اطلاعات که از سالها پیش آغاز شده است و همچنان ادامه دارد منجر به کاربرد وسیع آن در ابعاد گوناگون جامعه شده است [۵]. بانکها بعنوان مؤسسات مالی، بطور طبیعی به هر تغییری در اقتصاد و محیط تکنولوژیکی، واکنش سریع نشان می دهند. در چند دهه اخیر با گسترش ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی، بانکها نیز برای جذب مشتریان بیشتر و ایجاد گسترش و تنوع در خدمات خود بیکار نبوده اند و به سرعت، خود را با فناوریهای ارتباطات و اطلاعات همگام و همسو کرده اند [۳]. توسعه شگفت انگیز فناوری اطلاعات و ارتباطات و گسترش آن به بازارهای پولی و بانکی جهان، علاوه بر تسهیل امور برای مشتریان بانکها، روشهای جاری بانکداری را متحول و دگرگون کرده است [۶].

مشتریان بانک ها و نیازهای آنان با شدت زیاد در حال تغییر هستند [۴]. از اعصار قدیم، بشر متناسب با پیشرفت های اقتصادی و بازرگانی خود، وسیله ای را جهت معامله و پرداخت ابداع کرده است. در ابتدا برای معامله از مکانیزم کالا به کالا استفاده می کرد، پس از آن پول (سکه) را ابداع کرد، در دورانهای مختلف انواع سکه ها و پس از آن اسکناس را ابداع کرده و سیستم بانکداری را به وجود آورده است و از آن موقع تا به حال نیز سیستم های پرداخت مختلفی را متناسب با فناوری روز مورد استفاده قرار داده است [۶]. از نتایج و دستاوردهای اساسی اینترنت و T، بانکداری الکترونیک است [۷]. با توجه به ورود تکنولوژی جدید در

پردازش و تبادل داده‌ها، نیاز جدیدی برای نحوه ارائه خدمات بانکی مطرح شده است [۸]. مشتریان بانک دیگر از نوع کلاسیک خود که یا سپرده گذار هستند یا وام خواه یا تقاضای جابجایی وجوه را دارند در حال گذار به نوع خدمت خواه می‌باشند. طبیعی است که علت هر چیزی در بیرون خود است و نیروهای انگیزاننده این مشتریان نیز بر خواسته از تغییرات جامعه و تغییر در بازار است. بازاریابی از ابزارهایی است که می‌تواند رشد درآمدهای بانک را افزایش دهد. بنا به گفته مدیران بزرگ بانک‌های معروف دنیا فقط ۵٪ از مشتریان بیش از ۸۵٪ سودآوری بانک‌ها را تشکیل می‌دهند. همچنین تحقیقات محققان امور اقتصادی نشان داده که بانک‌ها با افزایش مشتریان ارزنده و تراز اول خویش و ایجاد رضایت موثر در مشتریان به طور بی‌سابقه‌ای به سودآوری خود می‌افزایند.

هر سال ماهنامه دینکر اطلاعات فن‌آوری‌های نوین در زمینه‌های مختلف بانکداری را در سراسر جهان جمع‌آوری می‌کند و اولین‌های هر زمینه را اعلان می‌نماید. اطلاعات جمع‌آوری شده حاکی از دو گرایش عمده در میان بانک‌های جهان بود. یکی از آنها برآوردن نیازهای مختلف مشتریان و دیگری روش‌های غلبه بر قوانین جدید بانکی بود که هر دو مورد از طریق نوآوری و اختراع راه حل‌ها، مجاری و بازارهای جدید بدست آمدند. در ادامه خلاصه‌ای از چند مورد ذکر می‌شود:

سبزترین پروژه (در مجموع): بانک "کاجا مادرید" یک پروژه برای داخل بانک تعریف و اجرا کرد تا میزان استفاده از کاغذ را به صفر برساند. این پروژه "ژیرو پی پر"^۲ نامیده شد و ۱۳۰۰۰ کارمند در ۲۰۰۰ شعبه را در سراسر اسپانیا در بر می‌گرفت. آمار نشان می‌دهد که بیش از ۱۵ درصد صرفه جویی در مصرف کاغذ بوجود آمد و ۲۱ میلیون یورو که تقریباً معادل ۲۱ میلیارد تومان ارزش داشت. این مقدار کاغذ از ۱۲۰۰۰ درخت بزرگ بدست می‌آید.

ابتکار سال (در مجموع): یکی از بزرگترین ابتکارهایی که در اواخر سال پیش توسط شرکت "ودافون"^۳ و بانک آمریکایی "سیتی"^۴ به صحنه آمد، حواله یا انتقال پول توسط موبایل بود. این روش احتیاج به هیچ نرم افزار اضافه روی موبایل و نیز احتیاج به افتتاح یک حساب بانکی ندارد. این روش فقط از پیام کوتا استفاده می‌کند و بعضی از مردم فقیر جهان را قادر می‌سازد که به یکدیگر پول منتقل نمایند. انتقال پول توسط کارگران مهاجر خارجی به کشورهای خود منبع درآمد مهمی برای بسیاری از کشورهای جهان است که میزان حواله پول را به ۲۶۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ رسانده است. با ابتکار شرکت "ودافون" و بانک "سیتی" می‌توان به یک روش دیگر در پرداخت‌های الکترونیکی دست پیدا کرد.

بازگشت سرمایه (در مجموع): بانک سی.آی.ام.بی.^۵ شرکای تجاری و همکاران خود در مالزی را در زمینه خودپرداز، پول گذاری و واگذاری چک تحت پروژه‌ای بنام "استار مانیتورینگ"^۶ به صورت الکترونیک تحت یک مدیریت یکپارچه در آورد. در نتیجه این کار خودپردازها بیشتر کار کردند و کمتر خراب شدند و کمتر گفتند پول نداریم. زمان متوسط خرابی از یک و نیم ساعت به ۱۵ دقیقه رسید، بازدهی ۱۹٪ افزایش یافت، زمان خرابی ۲۵٪ کمتر شد، هزینه نگهداری ۸٪ کاهش یافت، حجم پول دهی ۱۵٪ افزایش یافت و نسبت نیروی انسانی برای نگهداری خودپرداز از یک نفر برای ۷۴ خودپرداز به یک نفر برای ۹۲ خودپرداز رسید.

ارتباطات (در بازار سرمایه): پروژه "ارتباطات مالی" بوسیله "شبکه مجازی خصوصی" و بر بستر اینترنت شکل گرفت. در این پروژه، تجارت الکترونیکی روی اکسترانته^۷ است که از قرارداد اترنت استفاده می‌کند و عملیات مالی را بصورت آنی انجام

-
- 2.Zeropaper
 - 3.Vodafone
 - 4.City
 - 5.CIMB
 - 6.Star Monitoring
 - 7.Extranet

می‌دهد. در زمان بررسی ۱۰ شرکت مالی بزرگ از این پروژه استفاده می‌کردند و قرارداد نگهداری آنها شامل ۱۰۰ درصد کارکرد سامانه، تاخیری کمتر از ۵ هزارم ثانیه و بی‌ثباتی سیگنالی کمتر از ۲۵۰ میلی‌ونیم ثانیه بود. وقت برای تاجران طلاست. ممکن است یک میلی‌ثانیه چند میلیون دلار ارزش داشته باشد. در دنیایی که عمل خرید و فروش را ماشین‌ها انجام می‌دهند و ماشین‌ها هستند که تصمیم به خرید می‌گیرند، اگر بتوانید سریع‌تر تصمیم بگیرید می‌توانید سریع‌تر خرید کنید. این پروژه ارتباطی قوی بین سازمان‌های تجاری از قبیل بورس نیویورک، نزدک و مانند آنها روی اینترنت برقرار می‌کند.

بانکداری الکترونیکی

انقلاب تکنولوژی در صنعت بانکداری در سال ۱۹۵۰ آغاز شد، وقتی که اولین ماشینهای خودکار bookkeeping در تعدادی از بانکهای آمریکا شروع به کار کردند. اتوماسیون^۸ در بانکداری در دهه بعد از آن رایج شد و انقلاب دوم در صنعت بانکداری در سال ۱۹۷۰، با ایجاد تکنولوژی پرداخت الکترونیکی، بوقوع پیوست.^۹

در چند دهه اخیر تحولات شگرفی در نظام بانکداری به وجود آمده است این تحولات را به چهار دوره می‌توان تقسیم نمود. در هر دوره تا حدی رایانه و نرم‌افزار جایگزین انسانها و کاغذ شده‌اند [۶].

دوره اول؛ اتوماسیون پشت باجه^{۱۰}: در این دوره که نقطه آغازین کاربرد رایانه در نظام بانکداری می‌باشد با استفاده از رایانه‌های مرکزی^{۱۱}، اطلاعات و اسناد کاغذی تولید شده در شعب، به صورت دسته‌ای^{۱۲} به مرکز ارسال و شبانه پردازش روی آنها انجام می‌شود.

دوره دوم؛ اتوماسیون جلوی باجه^{۱۳}: این دوره از زمانی آغاز می‌شود که کارمند شعبه در حضور مشتری عملیات بانکی را به صورت الکترونیکی ثبت و دنبال می‌کند.

دوره سوم؛ متصل کردن مشتریان به حسابهایشان: در این دوره که از اواسط دهه ۸۰ آغاز شد امکان دسترسی مشتریان به حسابهایشان فراهم گردید. یعنی مشتری از طریق تلفن یا مراجعه به دستگاه خودپرداز (ATM^{۱۴}) و استفاده از کارت هوشمند یا کارت مغناطیسی یا کامپیوتر شخصی به حسابش دسترسی پیدا می‌کند و ضمن انجام عملیات دریافت و پرداخت، نقل و انتقال وجوه به صورت الکترونیکی انجام می‌دهد.

دوره چهارم؛ یکپارچه‌سازی سیستمها و مرتبط کردن مشتری با تمامی عملیات بانکی: آخرین دوره تحول در نظام بانکی زمانی آغاز می‌شود که همه نتایج به دست آمده از سه دوره قبل به طور کامل مورد توجه قرار گیرد و مشکلات آنها برطرف گردد و کلیه عملیات بانکی به طور الکترونیکی انجام شود. در این دوره هم بانک و هم مشتریان می‌توانند به طور دقیق و منظم اطلاعات مورد نیازشان را کسب نمایند [۶].

8.Automation

9.Roger W Ferguson,october,2000

10.Back Office Automation

11.Main Frame

12.Batch

13.Front Office Automation

14Automatic Teller Machine

واژه بانکداری الکترونیکی برای توصیف ارائه اطلاعات یا خدمات از طریق کامپیوتر و تلویزیون استفاده می شود. در ساده ترین شکل، بانکداری الکترونیکی، می تواند ارائه اطلاعات درباره بانک و محصولاتش از طریق یک صفحه وب سایت^{۱۵} معنی گردد[۲۲]. اساساً بانکداری الکترونیکی به فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه های ایمن و بدون حضور فیزیکی اطلاق می گردد [۹]. بانکداری الکترونیک به طور کلی انواع کانال های ارتباطی میان بانک و مشتری حقیقی و حقوقی را شامل می گردد. برخی از این سرویس ها عبارتند از:

۱- بانکداری مبتنی بر وب و اینترنت ۲- بانکداری مبتنی بر فناوری تلفن های همراه ۳- بانکداری مبتنی بر تلفن ۴- بانکداری کیوسکی ۵- بانکداری به کمک فکس ۶- پیام کوتاه ۷- بانکداری مبتنی بر دستگاه خودپرداز ۸- بانکداری مبتنی بر کارت های هوشمند و... [۷].

بنا بر تعریف دیگری، بانکداری الکترونیک به ایجاد محصولات و خدمات با بهای کم از طریق کانال های الکترونیکی اطلاق می شود. این محصولات و خدمات می توانند شامل صورتحساب، وام، مدیریت سپرده ها، پرداخت های الکترونیکی و ایجاد محصولات و خدمات پرداخت های الکترونیکی همانند پول الکترونیکی باشند^{۱۶}.

مهمترین خدمات بانکداری الکترونیکی که امروزه در سطح جهان ارائه می شوند عبارتند از: اطلاع رسانی در مورد حسابهای مشتریان، انتقال وجوه بین حسابها و به خارج از حساب مشتریان، خرید و فروش سهام، خرید و فروش ارز، انجام خدمات اعتبارات اسنادی، و ایجاد مسیر ایمن برای ارتباط بین بانک و مشتریان [۹].

مزایای بانکداری الکترونیکی

بانکداری الکترونیک یک ابزار ضروری برای بقاء است و بطور بنیادین در حال تغییر صنعت بانکداری در کل جهان می باشد^{۱۷}. بانکداری الکترونیک به بانکها اجازه توسعه فعالیت هایشان را جهت ایجاد خدمات جدید می دهد و سبب ایجاد موقعیت رقابتی قوی جهت ارائه خدمات بانکی می گردد.

توسعه مستمر بانکداری الکترونیک به بهبود کارایی بانکداری و سیستم پرداخت کمک می کند و سبب کاهش هزینه های مربوط به تعاملات در سطح ملی و بین المللی می گردد، که نتیجه آن رسیدن به بهره وری و بهبود در اقتصاد است. بانکداری الکترونیک بر خلاف پرداخت های سنتی و سیستم های پردازش اطلاعات، از کانال های متفاوتی برای ارائه خدمات استفاده می نماید و کارایی و قدرت رقابت را بهبود می بخشد.

تاثیرات مستقیم و سریع بانکداری الکترونیک بر روی روابط مشتری با بانک، سبب افزایش سرعت و کارایی و کاهش هزینه های بانکداری می گردد. تاثیر بلند مدت آن، ایجاد اعتماد در مشتری و همچنین تعهد و رضایتمندی می باشد. رضایت، هم بر روی اعتماد و هم بر روی تعهد، تاثیر گذار است که هر دو اینها بر روی استفاد از بانکداری الکترونیک تاثیر می گذارند. بانکداری الکترونیک، قابل دسترس تر از بانکداری سنتی است و این امکان را برای مشتریان فراهم می کند تا خدمات مورد نیازشان را سریع تر و کارتر دریافت نمایند. بانکداری الکترونیکی، زمینه آزادی بیشتر وقت مردم را فراهم می سازد [۴]. مؤسسات مالی، از

15. World Wide Web (www)
16. Basle Committee, 1998

طریق استفاده از بانکداری الکترونیک قادر به صرفه جویی در هزینه های عملیاتی و بازاریابی می باشند^{۱۸}. خدمات و محصولات بانکداری الکترونیکی، از جمله پول الکترونیکی می توانند فرصت های مهم و جدیدی را برای بانک ها فراهم کنند. بانکداری الکترونیکی و پول الکترونیکی، به بانک ها این امکان را می دهد که بازار خود را از نقش های سنتی سپرده گذاری و اعطای اعتبار فراتر برده و توسعه بخشند، مضاف بر این بانکداری الکترونیکی و پول الکترونیکی می تواند هزینه های [عملیاتی] بانک ها را کاهش دهد [۱۱]. بسترهای بانکداری الکترونیک، مشتریان جدیدی را جذب خواهد کرد و شعب بانکها آسانتر با مراکز ارتباط برقرار می کنند. اغلب بانکدارها به بانکداری الکترونیک به عنوان یک کانال جدیدی که جایگزین شعبه ها خواهد شد، می نگرند [۱۰].

مزایای بانکداری الکترونیک را نیز می توان از دو جنبه مشتریان و مؤسسات مالی مورد توجه قرار داد. از دید مشتریان می توان به صرفه جویی در هزینه ها، صرفه جویی در زمان و دسترسی به کانال های متعدد برای انجام عملیات مختلف بانکی را نام برد. از دیدگاه مؤسسات مالی، می توان به ویژگی هایی چون ایجاد و افزایش شهرت بانک ها در ارایه نوآوری، حفظ مشتریان علیرغم تغییرات مکانی بانک ها، ایجاد فرصت برای جست و جوی مشتریان جدید در بازارهای هدف، گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت و برقراری شرایط رقابت کامل اشاره کرد. بر اساس تحقیقات مؤسسه دیتا مانیور مهمترین مزایای بانکداری الکترونیکی عبارتند از: تمرکز بر کانالهای توزیع جدید، ارائه خدمات اصلاح شده به مشتریان و استفاده از راهبردهای تجارت الکترونیکی. البته مزایای بانکداری الکترونیکی از دیدگاههای کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت نیز قابل بررسی است.

رقابت یکسان، نگهداری و جذب مشتری از جمله مزایای بانکداری الکترونیکی در کوتاه مدت (کمتر از یکسال) می باشند. در میان مدت (کمتر از ۱۸ ماه) مزایای بانکداری الکترونیکی عبارتند از: یکپارچه سازی کانال های مختلف، مدیریت اطلاعات، گستردگی طیف مشتریان، هدایت مشتریان به سوی کانالهای مناسب با ویژگیهای مطلوب، و کاهش هزینه ها. کاهش هزینه پردازش معاملات، ارائه خدمات به مشتریان بازار هدف، و ایجاد درآمد نیز از جمله مزایای بلندمدت بانکداری الکترونیکی می باشند [۹]. بانکداری الکترونیک علاوه بر کاهش هزینه عملیات بانکی سبب کاهش خطای انسانی در انجام امور مالی نیز می گردد. همچنین لزوم به نگهداری و استفاده از پول نقد از بین می رود که این موضوع نیز از چند جهت بسیار مهم است. اول آنکه استفاده از پول نقد در انجام معاملات روزانه، موجب اصطحلاک پول شده و در نهایت سالانه هزینه هنگفتی به کشور تحمیل می گردد که با استفاده از بانکداری الکترونیک این مبلغ به نفع کشور صرفه جویی می شود، دیگر آنکه نگهداری پول نقد، سبب خارج شدن حجم زیادی از اعتبارات و پول از چرخه نظام اقتصادی کشور می شود که سبب تورم و نقدینگی است، اما با استفاده از بانکداری الکترونیک، کارهای بانکی به صورت اعتباری انجام می شود و پول در چرخه نظام اقتصادی کشور باقی می ماند.

مزیت دیگر بانکداری اینترنتی این است که استفاده از ارتباطات on line برای فروش محصولات شرکت ها افزایش می یابد و مشتریان این شرکتها می توانند از طریق خدمات بانکداری به راحتی نیاز خود را برطرف نمایند [۷]. نتیجه مهم بانکداری الکترونیکی آن خواهد بود که در سال های آتی ترکیب تکنولوژی اطلاعات با تجارت سبب ایجاد عصر بازرگانی الکترونیک به صورتی فراگیر خواهد شد [۷]. بعلاوه ایجاد یک شعبه اینترنتی بسیار کمتر از بنای یک شعبه به صورت فیزیکی برای شرکتها هزینه در بردارد. تحقیقاتی که در این زمینه به عمل آمده نشان می دهد اگر مشتریان قادر باشند انواع عملیات بانکی را با استفاده از تلفن، کامپیوترهای شخصی و دستگاه های ATM انجام دهند، بنابراین محل جغرافیایی اقامت آنان موضوع مهمی نخواهد بود. به عبارت دیگر، مکان های جغرافیایی در آینده از اهمیت بسیار اندکی برخوردار خواهد بود [۷]. در مقیاسی وسیع تر، توسعه و پیشرفت مداوم بانکداری الکترونیکی و پول الکترونیکی می تواند در کاهش هزینه های معاملات خرده فروشی هم در سطح ملی و هم در سطح بین المللی مشارکت و همکاری داشته باشد و این امر به نوبه خود و بالقوه می تواند به تولیدات بیشتر و رفاه اقتصادی منجر شود [۱۱].

از مزایای دیگر می توان به صرفه جویی در سرمایه ملی (کاغذ، چاپ، توزیع و ...) اشاره کرد. همچنین لازم به ذکر است که پول یک عامل بیماری است.

بانکداری الکترونیکی و مشتری

با توجه به اینکه حیات و چرخه اقتصادی همه مؤسسات مالی با حضور و سرمایه گذاری مردم ادامه می یابد، در راه اندازی سیستم های بانکداری الکترونیکی باید توجه بسیاری به اصل مشتری مداری داشت. بنابراین می توان توجه به نقش مشتری در توسعه فعالیت های اقتصادی را اصل قرار داد و برنامه های بانکداری الکترونیکی را با توجه به این اصل پی ریزی کرد [۳]. در حقیقت آنچه بانکداری الکترونیک بر آن تاکید دارد استفاده سریع تر و راحت تر مشتریان از خدمات بانکی و حذف بروکراسی و کاغذ بازی است [۱۲]. آنچه خدمات بانکها را در استفاده از سیستمهای بانکداری الکترونیکی متفاوت از روش های مرسوم می کند گسترش کمی و کیفی در خدمات به مشتری است. به عبارت دیگر بانکداری الکترونیکی این امکان را به مشتری می دهد تا از خدمات گسترده تر و متنوع تری برخوردار باشد. ضمن اینکه بعد زمانی و مکانی تاثیری در کاهش و یا افزایش خدمات رسانی به مشتری نخواهد داشت. همچنین مشتری می تواند بدون حضور فیزیکی در شعب بانک از هر محل فعالیت های مالی خود را کنترل کند [۳]. به هر حال، باید در نظر داشت سیستم ها و تکنولوژی های پیشرفته در این زمینه در جایگاه مناسب خود به کار گرفته شوند و مشتریان بتوانند معاملات خود را با شرکت های مختلف در هر نقطه از جهان با استفاده از اینترنت انجام دهند. سیستم بانکداری الکترونیک چند چیز را مورد توجه قرار می دهد:

۱- تقاضا مشتریان در هر زمان

۲- خدمت به هر کجا

۳- الزامات مربوط به زمان ارائه محصول [۱۰]

طی سالهای اخیر خدمات بانکداری الکترونیکی در جهان به صورت فوق العاده رشد نموده است. بر اساس گزارش های مؤسسه دیتا مانیتور^{۱۹} (یکی از مهمترین مراکز تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری اروپا)، که یکی از مهمترین مؤسسات تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری الکترونیکی در اروپاست، مشتریان بانکداری الکترونیکی در اروپا از حدود ۴/۵ میلیون نفر در سال ۱۹۹۹ به بیش از ۲۱ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ خواهد رسید [۹].

بانکداری الکترونیکی و تجارت الکترونیکی

یکی از ابزارهای مفید برای توسعه مبادلات تجاری و در نتیجه توسعه صادرات، کاربرد تجارت الکترونیکی است. تجارت الکترونیکی یک واژه عمومی است برای تشریح روشی که سازمان به صورت الکترونیکی تجارت می کند و از گروهی از فناوری های برای برقراری ارتباط با مصرف کنندگان و شرکت های دیگر، برای انجام تحقیق یا جمع آوری اطلاعات، یا انجام مبادلات تجاری بهره می برد [۱۵]. OECD^{۲۰} (۲۰۰۲) بیان می دارد: تجارت الکترونیکی نوعی مبادله الکترونیکی است که خرید و فروش کالاها و خدمات بین شرکت ها، افراد، دولت و سایر بخش های عمومی و خصوصی را شامل می گردد [۱۶]. با توجه به تاثیر گسترده و عمیق تجارت الکترونیک در سطره بر بازارهای جهانی همچنین نظر به اهمیت مبادلات پولی و اعتباری در هر فعالیت تجاری - اقتصادی می طلبد که ابزارها و بسترهای انتقال و تبادل پول نیز همگام و همسان با توسعه تجارت الکترونیک از رشد مناسب و مطلوب برخوردار شوند [۳]. برای توسعه تجارت الکترونیکی در کشور، ورود به بازارهای جهانی و عضویت در سازمانهایی نظیر سازمان تجارت جهانی، داشتن نظام بانکی کارآمد از الزامات اساسی به شمار می آید. بنابراین استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات در جهت ایجاد و توسعه بانکداری الکترونیکی در نظام بانکی کشور حائز اهمیت است [۹]. به دو دلیل روی بانکداری الکترونیکی تاکید داریم. یکی این که می خواهیم در این محیط در امور بانک ها گام های سریع تر و بلندتری برداریم. دوم این که این نظام بانکی ما متأسفانه گاه گاهی به خاطر غیررقابتی بودن کل سیستم، نیازمند دستورات مرجع بالاتر است [۱۳]. با توجه به اینکه مبادلات پولی و مالی جزء لاینفک مبادلات تجاری است، از اینرو همگام با گسترش حجم تجارت الکترونیکی جهانی، نهادهای پولی و مالی نیز به منظور پشتیبانی و تسهیل تجارت الکترونیکی به طور گسترده ای به استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات روی آورده اند [۹]. بانکداری الکترونیکی شالوده اصلی راه اندازی تجارت الکترونیکی است [۱۴]. اگر ما خواستار توسعه تجارت الکترونیکی هستیم، باید روی بانکداری الکترونیکی بیشتر تمرکز کرده و مورد توجه قرار دهیم [۱۳]. بانکها با حرکت به سوی بانکداری الکترونیکی و عرضه خدمات مالی جدید، نقش شایان توجهی در افزایش حجم تجارت الکترونیکی داشته اند [۹]. ابزار پرداخت الکترونیکی نقش مهمی در توسعه تجارت الکترونیکی دارند [۱۱]. گسترش فزاینده استفاده از پول الکترونیکی، پیامدهای تجاری، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی قابل ملاحظه ای به همراه دارد. از نظر اقتصادی مهمترین اثرات گسترش نشر پول الکترونیکی، افزایش سرعت گردش پول و ایجاد مشکل در مکانیزم اعمال سیاست های پولی از سوی دولت می باشد [۹].

حجم تجارت الکترونیک در رقابت با تجارت به شیوه سنتی از رشد و تحول مناسبی برخوردار بوده است. در تحقیقی که مؤسسه فارستر^{۲۱} انجام داده پیش بینی شده که در فاصله سالهای ۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶ به طور متوسط هر سال ۵٪ به حجم مبادلات تجاری از طریق بسترهای الکترونیکی افزوده می شود و مبلغ آن از ۲۲۹۳ دلار در سال ۲۰۰۲ به بیش از ۱۲۸۳۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ خواهد رسید [۳].

دولت الکترونیک

در پرتو گسترش دانش و فن الکترونیک، اندیشه ماشینی و ارتباطات مدرن، بسیاری از الگوها و کیفیات زندگی شهری با شتاب پیش بینی نشده ای شروع به تغییر کرد. از اوایل دهه نود جریان عملی برای رسیدن به هوشمندی در شهرهای جهان شدت یافته است. در ادامه آن تمام سیستم های اجرایی مثل برنامه حرکت وسایل حمل و نقل عمومی، فعالیت دانشگاه ها، خرید و فروش، ارتباطات اداری، بانکداری و ... شروع به تبادل اطلاعات به صورت هوشمند کردند و شبکه های رایانه ای و اینترنتی بیشترین نقش را در این زمینه ایفا می کند.

یکی از انواع ۵ گانه ارتباطات (بیولوژیکی و فیزیولوژیکی، اجتماعی، بین نظام های سیاسی - اجتماعی - اقتصادی - حقوقی - تشکیلاتی، عمومی، الکترونیکی)، ارتباطات الکترونیکی (ارتباط از راه دور با ابزارهای مختلف نظیر سیستم های رادیویی، تلفن، تلگراف، تلکس، بی سیم های مختلف، ماهواره ها و مجموع سیستم های و تجهیزات الکترونیکی) است که در روند تبدیل روشهای زندگی گذشته به سمت جهان مجازی جدید یعنی فضای سایبری^{۲۲} نقش اساسی و محور ایفا می کند. شتاب خارق العاده شبکه اطلاعاتی به ما اجازه می دهد که در عرض چند ثانیه در هر نقطه ای که می خواهیم حضور پیدا کنیم، در حالی که در هیچ کدام از آن نقاط حضور فیزیکی نداریم [۱۷].

دولت به مثابه یک سازمان بزرگ، نقش های گوناگونی را بر عهده دارد که مهمترین آنها شامل مواردی همچون: حفظ امنیت ملی و سازماندهی دفاع در مقابل حملات خارجی، تضمین سلامت و امنیت داخلی و قادر ساختن شهروندان به زندگی و کار با یکدیگر، پیشینه سازی شکوفایی اقتصاد ملی، تضمین استانداردهای زندگی برای تمامی شهروندان و سرانجام، تضمین تدارک خدمات و زیرساخت های لازم در یک شالوده ملی، می باشد. این نقش ها در عمل می تواند کمتر یا بیشتر از آنچه گفته شد باشد اما نکته اساسی در این میان، روح حاکم بر جریان ها و حوادثی است که در سالهای اخیر بر سازمانها مختلف حاکم بوده است. این روح، روح تغییر و اصلاح با هدف دستیابی به درجات بالاتری از اثرگذاری هاست. این تغییرات در پاسخ به الزامات متعدد و وابسته به هم شکل گرفته است به نحوی که هم بخش دولتی و هم بخش خصوصی را به شدت در معرض خود قرار داده است (آون هیوز، مدیریت دولتی نوین، ترجمه الوانی، ۱۳۸۰) [۱۸].

دولتها آموخته اند که ایجاد اصلاحات، دگرگونی و تغییر شکل در ارائه خدمات، محصولی از طراحی دوباره ساختارهاست به گونه ای که در آن شهروندان به عنوان محور در نظر گرفته شده و بر پدیده هایی همچون نتیجه گرایی و مشتری گرایی همراه با نوآوری و خلاقیت تأکید شود. از این رهگذر شبکه اینترنت به محیطی مهم برای سازمانهایی که نیاز به ارتباط متقابل با طیفی گسترده از سهامداران دارند، تبدیل شده است. این شبکه نیروی بالقوه را برای بازاریابی فرآورده ها و خدمات، انتقال اطلاعات به جامعه جهانی، تأمین و ایجاد گردهمایی های الکترونیکی برای ارتباط و ایجاد داد و ستدهای تجاری داراست. (Burn, Movingm Towards..., 2003, pp. 25-35) شبکه وب نیرویی عظیم را برای افزایش سطح خدمات کیفی دولت در دست دارد و این کار را از طریق تسهیل و دسترس پذیر نمودن خدمات فعلی برای شهروندان و شرکتهای که بر پایه کاغذ و خدمات مبتنی بر باجه^{۲۳} می باشد، انجام می دهد. به تدریج با به وجود آمدن ایده شهر اطلاعاتی یا شهر هوشمند در عصر اطلاعات و انقلاب دیجیتال، دولت ها و جوامع مختلف خواستار ورود به این عرصه شدند، که زمینه ساز نسلی جدید از دولت ها در قرن بیستم، به نام دولت الکترونیک، بود [۱۷].

انقلاب تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات که در رأس آن اینترنت به عنوان یک عامل حیاتی قرار دارد، روابط اقتصادی را از حالت گذشته خود خارج ساخته است که تحت عناوینی مانند اقتصاد دیجیتالی^{۲۴}، اقتصاد اطلاع رسانی^{۲۵}، اقتصاد مجازی^{۲۶}، و بطور خلاصه اقتصاد نوین^{۲۷} نامیده می شود^{۲۸}. طبیعی است که بخش خصوصی به تنهایی نمی تواند طلایه دار فناوری اطلاع رسانی باشد؛ زیرا رشد همه جانبه فناوری اطلاع رسانی و به تبع آن، گسترش هر چه بیشتر اینترنت و تجارت الکترونیک به سرمایه گذاری های بسیار کلانی نیاز دارد تا ساختارهای زیربنایی آن را ایجاد کند و موانع ساختاری را رفع نماید. همچنین در راستای جهانی شدن بازارها و تجارت جهانی نیاز به ارتباط و هماهنگی جهانی وسیعی دارد. از دیگر مسائل عمده در این زمینه، ایجاد سیستم های استاندارد داخلی و جهانی، ایجاد سیستم های پرداختی مناسب در معاملات، زیرساختاری مخابراتی لازم، مسائل قانونی و حقوقی، ایمنی پیام رسانی برای حفظ حقوق افراد، امنیت و حفظ حریم شخصی افراد با ایجاد مقررات لازم در این زمینه و ارتباط تنگاتنگ و دو طرفه بخش تجارت با بخشهای مختلف دولت از قبیل پرداخت انواع مالیات و عوارض، ثبت شرکتها، دریافت گواهینامه ها و مجوزها، تشریفات گمرکی، مسائل مربوط به رویدادها و دسترسی به اطلاعات عمومی، همه از جمله عواملی هستند که ورود دولت به دنیای فناوری اطلاع رسانی، اینترنت و جنبه های مختلف آن که مهمترین آن تجارت الکترونیک است را نه تنها الزامی بلکه حیاتی می سازد. به نحوی که دولت، هماهنگ و همپای بخش خصوصی و برخی مواقع به عنوان رهبری حرکت به سمت نفوذ هر چه بیشتر اینترنت در جامعه و گسترش تجارت الکترونیکی و کلاً ایجاد اقتصاد دیجیتالی فعالیت می نماید تا نه تنها دولت و ساختار آن مانع حرکت و رشد بخش خصوصی و کلاً توسعه اقتصادی کشور نشود، بلکه روند حرکت جامعه به سمت اقتصاد نوین را تسریع نموده و موانع کلیدی موجود را برطرف سازد^{۲۹}.

اما دستیابی به این مهم با استفاده از روشهای بوروکراتیک و سنتی گذشته امکان پذیر نیست، لذا لازم است کلیه اجزای حکومت و دولت همگام با دیگر اجزای جامعه وارد دنیای دیجیتالی شده و کلیه خدمات و اطلاعات لازم را به صورت روی خط^{۳۰} در اختیار همگان قرار دهد تا کلیه بخشهای جامعه به ویژه بخش تجاری بتواند به راحتی با کیفیت بالاتر و هزینه بسیار کمتر، از قبل با اجزای دولت ارتباط داشته و خدمات لازم را دریافت نمایند و به تبادل اطلاعات پردازند و به عبارت دیگر، دولت باید با استفاده از تکنولوژی جدید به ویژه کاربرد اینترنت به گسترش دسترسی و ارائه اطلاعات و خدمات دولتی به شهروندان، شرکتهای تجاری، کارمندان و کارگران و دیگر اقشار جامعه و همچنین خود اجزای دولت پردازد که مفهوم این امر همان ایجاد دولت الکترونیک یا دولت دیجیتالی است^{۳۱} [۱۹].

در میان تعاریف دولت الکترونیکی، برخی از جامعیت بیشتری برخوردار هستند. گارتز، دولت الکترونیکی را بهینه سازی مداوم ارائه خدمات، مشارکت ذی نفعان و دولت با دگرگونی ارتباطات داخلی و خارجی از طریق تکنولوژی، اینترنت و واسطه های جدید می داند. (Fang, Z, E. Government in ..., 2002)

24. Digital Economy

25. Information Economy

26. Virtual Economy

27. New Economy

28. Piazolo, Daniel, (2001), The new economy and international regulatory of framework, Kiel institute of world economics, working paper: 24105.

29. Nilles. J.M, (1999), Electronic Commerce and New Ways of Working in Thiland, JALA International, Inc. Los Angeles and Bonn.

30. On line

31. Digital Government or Electronic Government

فانگ عقده دارد دولت الکترونیکی شیوه ای است برای دولت ها به منظور استفاده از فناوری نو که تسهیلات لازم برای افراد جهت دسترسی مناسب به اطلاعات و خدمات دولتی بالا فراهم می آورد و فرصت های بیشتری را برای مشارکت مردم در فرایند دموکراسی ایجاد می کند. (Fang, Z, E. Government in ..., 2002)

رشتنهار و تامپسون، استفاده فزاینده از فناوری اطلاعات در دولت را به عنوان آخرین پدیده در یک رشته از دگرگونی های بزرگ تلقی می کند که به دولت یا حکومت، شکل دوباره داده است. دولت الکترونیکی را می توان به عنوان تلاش های دولت در راستای تأمین اطلاعات و خدماتی که شهروندان بدان نیاز دارند با بکارگیری گسترده از اطلاعات و فناوری های ارتباطی تعریف نمود. (Burn, Movingm Towards..., 2003, pp. 25-35)

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه OECD دولت الکترونیک را بدین گونه تعریف کرده است: استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و به خصوص اینترنت به عنوان ابزار توسعه دولتی بهتر [۲۰].

دولت الکترونیک دارای چهار اصل راهنماست:

تأمین خدمات بر مبنای افزایش حق انتخاب برای شهروندان

در دسترس پذیر کردن دولت و خدمات آن

تأمین شمول اجتماعی در زمینه های مختلف

استفاده بهتر از اطلاعات

در واقع نتیجه نهایی اصول یاد شده آن است که باید کاری کرد تا دولت بهتر کار کند [۱۸].

دولت الکترونیکی که از آن به انقلاب دوم پس از مدیریت نوین دولتی یاد می شود، نه تنها شیوه ارائه بهتر خدمات دولتی را دگرگون می کند، بلکه رابطه میان دولت و شهروندان را نیز تغییر خواهد داد. این دولت در سطح خدمات، ارائه کامل خدمات ۲۴ ساعته در هفت روز هفته را بدون حضور فیزیکی کاربران در در اماکن مورد نظر نوید می دهد و سطح عوامل اساسی مانند مسئولیت دولت، به عملی کردن دموکراسی از طریق تهیه و تدارک گزارش ها و سایر اطلاعات دولتی که در غیر اینصورت، بدست آوردن آنها بسیار دشوار است، کمک شایان می نماید. دولت الکترونیکی در نظر دارد تعامل میان دولت و شهروندان، دولت و بخش تجارت و دولت و کارکنان را هر چه تر، مناسبتر، شفاف تر و با هزینه کمتر فراهم کند. برای داشتن دولتی الکترونیک و گام نهادن در مسیر دنیای دیجیتالی مدلهای متفاوتی اراده شده است. مثلاً مدلی به نام سوبهاس باتنگارد^{۳۲} که آن لاین شدن بخشهای امور اداری (که نخستین مرحله آن ارائه اطلاعات و خدمات آن لاین به خصوص زمانی که سیستم گذشته به شدت دستی بوده است) را مد نظر قرار می دهد. (Bhaatnagard, 2002)

مدل دیگری وجود دارد که مراکز ارائه خدمات در مکان های مناسب و در امکان عمومی که خدمات دولتی گوناگون را زیر یک سقف ارائه می دهد. این مدل در کشورهایی که استفاده از اینترنت پایین است بیشتر مورد عنایت مردم قرار می گیرد. خدمات چندگانه ای چون پرداختها، صدور اسناد و گواهی ها در هر جایگاهی ارائه می شود. (همان، ص ۱۶۵)

مدل سوم سلف سرویس است که به منظور ارائه خدمات گوناگون طراحی شده است و به نحوی ترتیب داده شده است که آن را برای شهروندان مناسب و خوب جلوه دهد تا آنها خدماتی را بر اساس یک سیکل زندگی دریافت کنند، مانند بریتانیا و سنگاپور. چنین روشی توان شهروندان را در استفاده از خدمات افزایش داده و طبیعتاً نفوذ بسیار زیاد اینترنت را مسلم می کند. (همان، ص ۱۶۸)

مدلهای مطرح شده توسط باتنگارد صریحاً مدلهای خدماتی هستند که می توانند با هر رژیم سیاسی قابل تطبیق باشد [۲۰].

از این رهگذر، سازمان ملل متحد برای ارزیابی پیشرفت کشورها در برپایی دولت الکترونیکی، پنج مرحله را شناسایی نموده است: (Ronaghan, Benchmarking..., 2002)

۱. مرحله ظهور^{۳۳}: ضمن آن شماری از وب سایت های ساده و مستقل از یکدیگر توسط دستگاه های دولتی ایجاد می شود که بر روی آنها اطلاعات محدود و پایه ای گذاشته می شود.
۲. مرحله پیشرفته^{۳۴}: ضمن آن بر تعداد سایت های دولتی افزوده می شود. در این مرحله اطلاعات غنی و پویا هستند و تغییرات با تواتر بیشتری در سایتها اعمال می شوند و کاربران انتخاب های بیشتری در دسترسی به اطلاعات دارند.
۳. مرحله تعاملی^{۳۵}: در این مرحله کاربران از نرم افزارهای الکترونیکی استفاده می کنند و از طریق اینترنت با بخشهای دولتی برای انجام کار خود تماس برقرار می کنند.
۴. مرحله تراکنش^{۳۶}: ضمن آن کاربران قادرند پرداخت هزینه خدمات یا انجام تبادلات مالی را از طریق شبکه اینترنت و به صورت امن انجام می دهند.
۵. مرحله یکپارچگی^{۳۷}: در این مرحله تمامی فعالیت های دولتی به صورت یکپارچه توسط یک مدخل واحد بر روی شبکه اینترنت ارائه خواهد شد.

اما طبیعی است که این مسیر با چالشهایی روبروست. از این رهگذر، فاصله یا شکاف دیجیتالی به عنوان یکی از چالشهای مهم در عدم استفاده از فناوری اطلاعات که مانعی در راه استقرار موفق دولت الکترونیکی است، مطرح می باشد، که در ضمن آن از مواردی همچون گران بودن برای استفاده عموم، پیچیدگی در استفاده، عدم امنیت لازم، نداشتن دانش کافی، عدم استقبال از سوم عموم، نداشتن تجهیزات لازم برای عموم و مواردی مشابه برای عموم می توان نام برد [۱۸].

مزایای دولت الکترونیکی

- صرفه جویی بسیار زیاد در پول و زمان برای دولت، مصرف کنندگان و بازرگانان.
- کاهش چشمگیر هزینه های مبادلاتی
- دسترسی به اطلاعات و خدمات دولتی با کیفیت بالاتر به اندازه ۲۴×۳۶۵ سال در ساعت
- رابطه دولت و شهروندان از حالت سنتی خود (یکطرفه و سلسله مراتبی) خارج شده و به صورت دو طرفه، چند جانبه و شبکه تبدیل خواهد شد به نحوی که شهروندان، مشارکت کنندگان در دولت خواهند بود.
- دسترسی سریع و آسان به اسناد، مدارک و سوابق و امکان بایگانی و نگهداری اطلاعات در فضای بسیار محدود بر خلاف بروکراسی سنتی و به حداقل رساندن آسیب پذیری آنها [۱۹]
- آموزش و یادگیری از طریق اینترنت و ماهواره
- امکان دسترسی سریع و آسان به اطلاعات بازارهای بین المللی

33. Emerging
34. Enhanced
35. Interactive
36. Transacttion
37. Fully Integrated

- هماهنگی و انسجام بخشیدن به فرایند کسب و کار
- بازاریابی و تبلیغات کم هزینه تر و بهتر همراه با صرفه جویی
- از میان برداشتن نقش واسطه ها در عرصه تجارت و ارتباط مستقیم خریدار و فروشنده که کاهش قیمت را در پی خواهد داشت و فروشنده نیاز مشتری را بهتر درک می کند.
- امکان مقایسه سریع و آسان خدمات و تولیدات مراکز مختلف با یکدیگر [۲۱]
- کاهش تراکم ترافیک، آلودگی هوا و استفاده از اتومبیل
- امکان کار و خرید از راه دور و ... [۱۷]

وضعیت ایران در دنیای الکترونیک

با توجه به قیمت نسبتاً پایین کامپیوترهای شخصی و رشد قارچ گونه مراکز و شبکه های اینترنتی در کشور، افراد زیادی با اینترنت آشنا هستند و اطلاعات بدست آمده از آنرا برای نیازها و فعالیت های خود مورد استفاده قرار می دهند [۱۷]. اینترنت به عنوان یکی از شاخصهای مهم در دنیای الکترونیک است که معیارهایی از قبیل گستردگی شبکه تلفن و دیگر معیارهایی که مبین وضعیت دسترسی به اینترنت است، مانند هزینه اتصال به اینترنت، نرخ سواد و ... مد نظر قرار می گیرد [۱۹].

با توجه به اهمیت پدیده دولت الکترونیکی، تلاش می شود تا وضعیت این پدیده در ایران مورد توجه قرار گیرد. ایران اگرچه شاهد حرکتی برای پیاده سازی مقدمات دولت الکترونیکی بوده است (با توجه به مراحل ۵ گانه شکل گیری دولت الکترونیک، ایران هم اکنون توانسته است با راه اندازی سایت های مختلف اینترنتی در ارگانهای دولتی اعم از وزارتخانه ها، سازمانهای دولتی، شهرداری ها و ... تا حد بسیار زیادی مراحل اولیه - ظهور و پیشرفته - را طی کند. در زمینه مراحل دیگر فعالیت هایی آغاز گردیده که تا کنون نتایج قابل توجهی در پی نداشته است) اما به نظر می رسد این جریان هنوز به شکل نوعی تفکر استراتژیک از سوی مدیریت عالی کشور مورد توجه قرار نگرفته است. لذا چنین طرح هایی فاقد اثربخشی و کارایی لازم خواهد بود و نمی تواند پایه گذار تغییر اساسی در کشور باشد. از سوی دیگر، دولت الکترونیکی پروژه ای عظیم با ابعاد گسترده، متنوع و پیچیده است که نیاز به تأمین منابع مالی و الزامات اجرایی دارد.

آنچه که در دولت الکترونیک در اولویت و اهمیت اصلی قرار دارد، شهروند مداری و مشتری مداری است که مشتریان و کاربران آنرا شهروندان دولتی تشکیل می دهند که تا پیش از استقرار چنین دولتی، به صورت سنتی از خدمات دولت بهره مند بودند اما از این پس، ارائه خدمات به شکلی جدید یعنی الکترونیکی و مبتنی بر فناوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی ارائه خواهد گردید. لذا به منظور بهره مندی مطلوب قشرهای مختلف اجتماع از خدمات مورد نظر و بهره وری و اثربخشی سرمایه گذاری های کلان صورت گرفته و برگشت سرمایه و کاهش هزینه برای دولت، لازم است تا بستر فرهنگی و اجتماعی لازم در کشور ایجاد گردد.

بی شک دولت الکترونیکی، اندیشه ای است که زمان تحقق آن فرا رسیده و در بسیاری از کشورها توجه به مفهوم دولت الکترونیک و تلاش برای پیاده سازی آن اهمیت ویژه ای پیدا کرده است تا جایی که این دولت ها، برای اصلاح، بازآفرینی و باز مهندسی خود، به شکلی جدی، تلاشهای خود را در قالب برنامه های راهبردی خویش جای داده اند و برای استقرار چنین دولت

هایی، در پی ترکیبی از فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند تا به کمک آن زمینه های مناسب برای پیاده سازی دولت الکترونیکی را فراهم آورند.

آشنایی سرعتمند ایرانیان با تکنولوژی های رایانه ای و ماهواره ای، به ویژه در دهه گذشته تا امروز این ادعا را قوت بخشیده که جامعه برای پذیرش پدیده دولت الکترونیکی از آمادگی قابل قبولی برخوردار است [۲۰].

ارتباطات مجازی در عصر بزرگراه های اطلاعاتی بر فرم ها و فعالیت های شهری اثر می گذارد. برای مثال، فعالیت هایی با ارتباطات مجازی ایجاد می کند. از آنجایی که این فعالیت ها مجازی هستند، جوامع وابسته نیز مجازی شده و فرم و فضای مورد نیاز نیز برای این فعالیت ها مجازی و به زبان دیگر سایبری می گردند. فعالیت های مجازی از طریق تکنولوژی ارتباطات از راه دور^{۳۸} راهبردی می گردند.

با بررسی چند فعالیت نیازمند به ارتباط از راه دور در ایران، می توان جایگاه ایران را در عرصه های مجازی و شهر هوشمند بهتر درک نمود. این فعالیت ها را می توان با توجه به مبانی نظری و به صورت زیر خلاصه کرد:

۱. تجارت الکترونیکی

۲. بانکداری الکترونیکی [۱۷].

در ادامه بیشتر در این زمینه توضیح داده خواهد شد.

۱. تجارت الکترونیکی

لازمه ایجاد شرایط تجارت الکترونیکی در سطح وسیع، وجود سیستم بانکداری الکترونیکی و تجهیزات زیربنایی کافی در مناطق مختلف شهری می باشد. کشور ما در شروع ایجاد سیستم بانکی مناسب و گسترش شبکه های اطلاعاتی می باشد. در این زمینه فعالیت های وسیع که موجب عملکرد فرمانطقه ای باشد، ملاحظه نمی گردد [۱۷]. مؤید این ادعا رتبه بندی ای است که واحد اکونومیست برای سال ۲۰۰۰ در مورد وضعیت تجارت الکترونیکی در ۶۰ کشور مهم دنیا انجام داده است. در این رتبه بندی که در حقیقت، بررسی سهولت میزان دسترسی به تجارت الکترونیکی در کشورها را نشان می دهد، دو شاخص کلی محیط تجاری و ارتباطات استفاده شده است. برای شاخص محیط تجاری، از ۷۰ معیار مختلف از قبیل: گستردگی اقتصاد، چشم انداز ثبات سیاسی، محیط نظارتی، سیاستهای مالی و درجه آزادی تجارت و سرمایه گذاری استفاده شده است، که برای اساس این شاخص نمره کشور ما از ۱۰ نمره ۳/۶ است. یعنی در رتبه ۵۹ قرار دارد. شاخص دیگر که مورد تأکید است، شاخص ارتباطات می باشد که نمره کشور ما از ۱۰ نمره، برابر با ۳ است که در رده ۵۶ قرار دارد. در کل از نظر شاخص سهولت و میزان دسترسی به تجارت الکترونیکی، کشور ما در رده ۵۸ از میان ۶۰ کشور مورد بررسی قرار دارد.

البته اخیراً اقدامات بسیار مناسبی توسط مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی تنظیم و تدوین سیاست تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران انجام گرفته است که این سیاستنامه به تصویب کمیسیون تخصصی اطلاع رسانی، اقتصادی، بازرگانی و تجارت الکترونیکی شورای عالی اطلاع رسانی کشور رسیده است^{۳۹} و طی آن بر گسترش اینترنت در جامعه و جلوگیری از به انحصار در آمدن اینترنت و همچنین تجارت الکترونیکی به عنوان اصول اولیه تأکید شده است. همچنین در زمینه های اجرایی، بر

38. Wired and wireless

۳۹. روزنامه اقتصادی آسیا، سیاست تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران، ویرایش ششم، ۲۹ دیماه ۱۳۸۰.

نقش بانکها و وظایف آنها برای هماهنگی با اصول تجارت الکترونیکی و ایجاد بسترهای بانکداری الکترونیکی و سیستم های انتقال الکترونیکی، راهکارهایی ارائه شده است [۱۹].

در همین راستا در سطح کشور با فعالیت هایی مرتبط با تجارت مواجه هستیم. تبلیغات الکترونیکی، ایجاد Home page برای برخی برای برخی از شرکتها و کارخانه ها، امکان ارتباطات الکترونیکی با برخی از مؤسسات و شرکتها، فعالیت های محدودی است که در ارتباط با تجارت از دور در ایران جریان دارد. این فعالیت ها نوعاً آغازی برای رشد تجارت الکترونیکی در کشورمان می باشد [۱۷].

۲. بانکداری الکترونیکی

بدواً می توان به فعالیت بانک توسعه صادرات که به ایجاد بخش مطالعه و تحقیق در خصوص بانکداری الکترونیکی دست زده است، اشاره کرد. این بامک قدمهای عملی را از چند سال گذشته با پیوستن به شبکه SWIFT جهت مرادوات بین بانکی الکترونیکی و همچنین اجرا و پیاده سازی طرح خدمات کارت و نیز صدور کارت اعتباری بین المللی نظیر یورو کارت^{۴۰} و مستر کارت^{۴۱} برداشته است. از جمله اقدامات دیگر این بانک در جهت هدف مذکور می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- تغییر نظام اطلاعاتی بانک توسعه صادرات و تجهیز آن به بانک اطلاعاتی پیشرفته با قابلیت حمایت از بانکداری الکترونیکی.
- رایانه ای کردن سیستم های: ۱. اعتبارات اسناد صادراتی و وارداتی ۲. تعهدات ارزی ۳. حواله جات و نقل و انتقالات ارزی (کهزادی، ۱۳۷۹: X-VII)

از فعالیت سایر بانکها می توان به صدور کارت های هوشمند اشاره کرد. مهمترین پروژه مقدماتی، توزیع کارت های متعلق به بانک سپه بود که از سال ۱۳۸۰ بر مبنای صدور حدود یکصد هزار کارت شروع شد. حجم تخمینی مصرف کشور در این زمینه حدود ۱۵ تا ۲۰ میلیون کارت می باشد (امانی تهرانی، ۱۳۷۹: ۲۳-۲۶)

در شرایط موجود، پایه ای ترین فعالیت حرکت در مسیر سازماندهی شهر هوشمند در بانکداری الکترونیکی جای دارد که سرعت عمل موجود آن با الزامات تحولات ساختاری شهرها سازگاری ندارد. پیش بینی می شد که اجرای برنامه سوم توسعه کشور برنامه های تجدید ساختار بانکی طراحی گردد. این برنامه ها برای گذر از بانکداری سنتی شامل موارد ذیل می باشد:

- استفاده از تکنولوژی پیشرفته اطلاعات

- تغییر در سیستم ارائه خدمات بانکی به منظور ارائه خدمات دقیق، سریع و صحیح به مشتریان.
- کاهش شعب و حرکت به سمت بانکداری غیر حضوری به منظور کاهش سفرها و کاهش هزینه های سرمایه گذاری در ایجاد شعب، جلوگیری از اتلاف وقت و عدم نیاز به محدودیت در ساعت کار بانکها (برای مثال، کهزادی، ۱۳۷۹: X-VII)

بررسی عمومی حاکی از آن است که انتظارات زمینه سازی شهر هوشمند در برنامه سوم توسعه کشور به وقوع نپیوسته است. لذا، پی گیری آن برای برنامه چهارم، مخصوصاً با توجه به شرایط زیست محیطی کشور الزامی است. بانکداری الکترونیکی از طریق شبکه های عمومی مخابراتی، دوران آزمایشی خود را به پایان رسانده است و هم اکنون با هزینه های معقول و در زمان کم می توان آمادگی لازم را برای ارائه چنین سیستمی در سطح کشور ایجاد نمود [۱۷].

منابع و مآخذ

- [۱] دیواندری، علی. مدیریت استراتژیک در عصر اطلاعات
- [۲] سعید محمدی، غلامرضا. مفهوم جدید خدمت به مشتری
- [۳] حسنی، فرنود. بانکداری الکترونیکی E-Banking زیرساخت تجارت نوین
- [۴] بهزاد فر، دکتر مصطفی. ضرورت ها و موانع ایجاد شهر هوشمند در ایران
- [۵] مشایخی، علینقی، فرهنگی، علی اکبر، مؤمنی، منصور، علیدوستی، سیروس. بررسی عوامل کلیدی مؤثر بر کاربرد فناوری اطلاعات در سازمانهای دولتی ایران: کاربرد روش دلفی
- [۶] معاونت برنامه ریزی و بررسی های اقتصادی وزارت بازرگانی. انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری الکترونیکی در ایران
- [۷] نیاززاده، مهشید. مقدمه ای بر بانکداری الکترونیکی
- [۸] حسینی، مژگان. بانکداری الکترونیکی در ایران از تئوری تا عمل
- [۹] کهزادی، نوروز. بانکداری الکترونیکی در ایران و جهان
- [۱۰] انجمن علمی کامپیوتر و فناوری اطلاعات دانشگاه شیخ بهایی. بانکداری الکترونیکی
- [۱۱] غروبی، مرتضی. بانکداری الکترونیکی دنیا را تسخیر می کند پول الکترونیکی، پول ماندگار
- [۱۲] مومنی، مینو. این بانکداری نوین الکترونیکی نیست
- [۱۳] دژسند، دکتر فرهاد. الزامات بانکداری الکترونیکی در توسعه تجارت الکترونیکی
- [۱۴] معمارزاده، سیمین. بررسی فن آوری اطلاعات و ارتباطات (IT و ICT) و مظاهر آن در زندگی امروز
- [۱۵] نوری، روح بررسی میزان بلوغ تجارت الکترونیکی شرکت های صنعتی صادر کننده. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. شماره ۴۲. بهار ۱۳۸۶. ۱۶۵-۱۴۷
- [۱۶] عزیزی، شهریار، خداداد حسینی، دکتر سید حمید، الهی، دکتر شعبان. شناسایی موانع و راهکارهای بکارگیری تجارت الکترونیکی: مورد مطالعه شرکت ایران خودرو. فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. شماره ۳۷. زمستان ۱۳۸۴. ۸۹-۶۳
- [۱۷] بهزادفر، مصطفی. ضرورت ها و موانع ایجاد شهر هوشمند در ایران. مجله هنرهای زیبا. شماره ۱۵. پاییز ۱۳۸۲. ص ۱۵.
- [۱۸] ملک محمدی، حمیدرضا، هادیزاده، مجید. بازمهندسی دولت در قالب دولت الکترونیک؛ راهی نو به سوی تولید و اجرای سیاستها. مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی. شماره ۶۵. پاییز ۱۳۸۳. ص ۱۴۵.
- [۱۹] صناعی، علی، رضوانی، محمد علی. تجارت الکترونیک و دولت الکترونیک: درسهایی از تجربه ژاپن و چند کشور در حال توسعه برای ایران. پژوهشنامه بازرگانی. ص ۱۱۹-۱۳۸.
- [۲۰] اشتریان، کیومرث. آسیب شناسی دولت الکترونیک: تحول غیردموکراتیک در سیاست گذاری عمومی. مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی. شماره ۶۹. پاییز ۱۳۸۴. ص ۴۸-۵۰.
- [۲۱] صباغ کرمانی، مجید، اسفندیانی، محمد رحیم. بررسی تأثیر عوامل رقابتی بر جهانی شدن و تجارت الکترونیک. مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی. ۱۳۸۳.

[22] Danie, Elizabeth. Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland