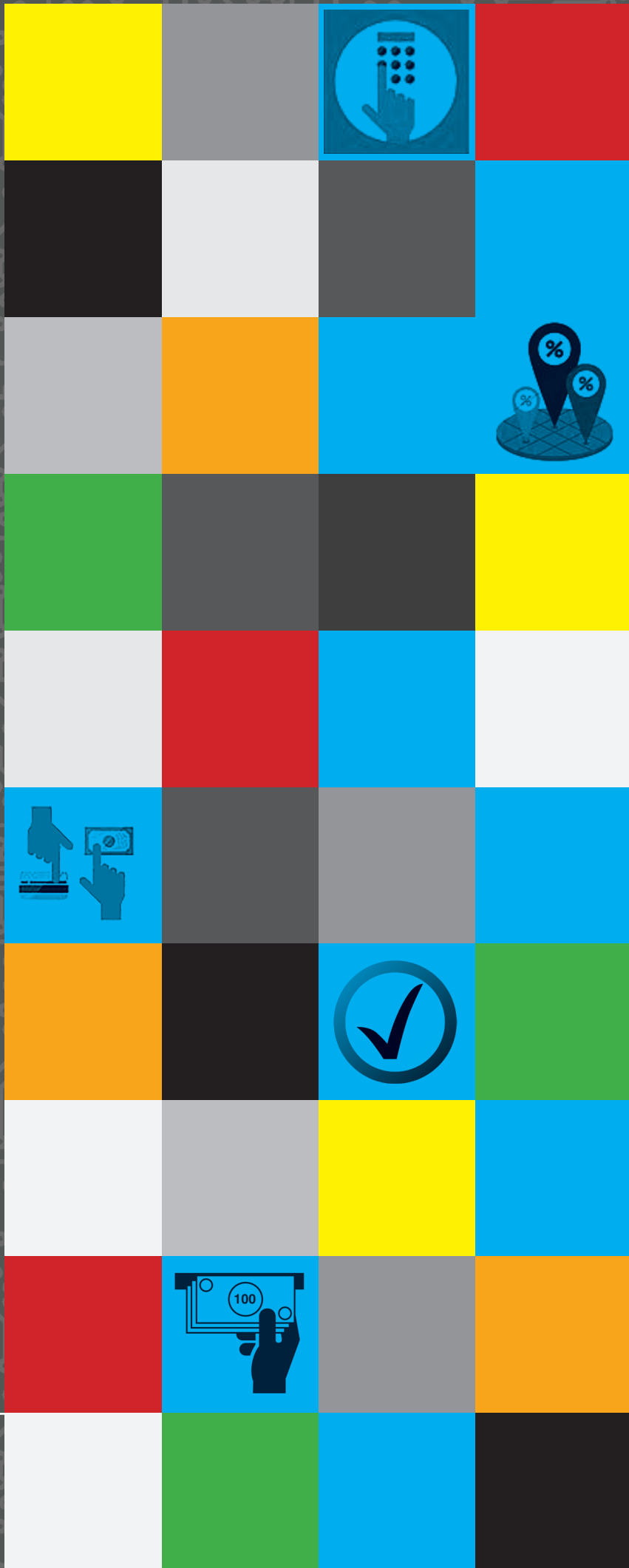




پیام مهر

ویژه نامه

بانکداری الکترونیکی



آبان ۱۳۹۲

بازار مالی



پیشرو

نشریه داخلی بانک کشاورزی

ویژه بانکداری الکترونیک
بخش نخست

صاحب امتیاز: بانک کشاورزی

مدیر مسئول: خسرو صادقزاده

سردبیر: مرتضی مهدویان

مدیر داخلی: مرضیه امیری

ناظر کیفی: الهام خرمی

اداره کل روابط عمومی

سرنوشت

توان نهفته

در روزگاران دور، دریانوردان بریتانیایی که به سرعت از هر وسیله تازه‌یافتی از قطب‌نما گرفته تا صمغ درختان مناطق حاره برای بهتر کردن کار دریانوردی خود استفاده می‌کردند، احتمالاً نمی‌دانستند که در حال تدارک وسایل برای ایجاد بزرگ‌ترین امپراتوری استعماری تاریخ هستند. این حقیقت فقط زمانی آشکار شد که اسپانیا، هلند و فرانسه نیز ناوگانی دریایی به هم زدند و به دنبال کشتی‌های انگلیسی برای ایجاد سرپل در خشکی‌های تازه‌یافته در ماورای دریاها بادبان افراشتند. هنگامی که قرن نوزدهم آغاز شد رقابت آنها برای رسیدن به مستعمرات جدید به اوج رسید و طبیعی بود که اگر کسی می‌خواست قدرت این کشورها را نسبت به هم بسنجد، باید فقط یک مقایسه انجام می‌داد: میزان توانایی دریایی و تعداد ناوگان آنها را.

از آن روزها، بیش از ده‌ها سال گذشته و دیگر تعداد ناوگان دریایی معیاری برای مقایسه توانمندی نیست؛ اما اصل وجودی مقایسه پابرجاست. حال اگر بخواهیم مقایسه را به دنیای امروز و بانک‌ها و موسسات مالی تعمیم دهیم، باید توان بانک‌ها در ارائه خدمات برخط را مصداق همان ناوگان دریایی در اوایل قرن نوزدهم به حساب آوریم. خدمات برخط بانک‌ها یا همان بانکداری الکترونیک که رویکرد تجارت در جهان را تغییر داده، شیوه‌ای از بانکداری است که مجموعه‌ای از خدمات را در کوتاه‌ترین زمان ممکن با بهترین کیفیت در اختیار مشتری قرار می‌دهد. به زبان دیگر، بانکداری الکترونیک مجموعه بسیاری از ظرفیت‌آفرینی‌هاست که امروز هزینه است و فردا درآمد و پتانسیل یا نیروی نهفته‌ای است که انباشتگی آن در آینده فوران می‌کند و جایگاه برتر می‌آفریند.

حال آنکه بانکداری الکترونیک چیست و چه کارکردی برای توسعه تجارت الکترونیک دارد، بانکداران چگونه الکترونیک شده‌اند، ایرانی‌ها از کجا به حوزه بانکداری الکترونیک وارد شده‌اند و در نهایت اینکه بانک کشاورزی در کجای این حوزه ایستاده که از آن تحت عنوان بانک پیشرو در نسل چهارم بانکداری الکترونیک یاد می‌کنند؛ موضوع ویژه‌نامه حاضر است که با همکاری مشترک مدیریت امور بانکداری الکترونیک و اداره کل روابط عمومی بانک کشاورزی تهیه شده است.

- بانک‌ها، در توسعه تجارت الکترونیک پیشرو هستند/ ۳
- عامل موفقیت: بومی‌سازی شیوه‌های نوین/ ۵
- شیوه جدید، مخاطرات تازه/ ۸
- خدماتی پر تعداد با قابلیت به‌روزرسانی/ ۹
- «مهرگستر» از تولد تا اجرا/ ۱۲
- مروری دوباره بر یک التهاب دو روزه/ ۱۴
- نوین کشاورز از آغاز تا امروز/ ۱۴
- آگاهی نه آگهی/ ۱۶
- مبانی نظری یک رویکرد فراگیر/ ۱۸
- رها از زمان و مکان/ ۲۰
- پدربزرگ ATM‌های امروزی از کجا آمدند؟/ ۲۲
- پنج مزیت برای مشتری/ ۲۲

شرایط کنونی بانکداری الکترونیک ایران در گپی کوتاه با مدیرعامل بانک کشاورزی؛ **بانک‌ها، در توسعه تجارت الکترونیک پیشرو هستند**



و توسعه بانکداری الکترونیک، میان دو کشور فاصله زیادی در شاخص‌های اندازه‌گیری توسعه‌یافتگی پرداخت الکترونیک وجود دارد.»

او ضعف دانش تخصصی را از چالش‌های پیش‌روی بانکداری الکترونیک می‌داند و خاطر نشان می‌کند: «به نظر می‌رسد دانش تخصصی بانکداری الکترونیک در ایران در قیاس با کشورهای پیشرفته در سطح متوسطی باشد. با وجود اینکه در داخل کشور نظام بانکداری به‌مراتب برتر از سایر حوزه‌ها عمل کرده، در مقیاس جهانی باید اقدام‌های اساسی برای پیشبرد سطح دانش بدنه کارشناسی بانک‌ها انجام شود. به‌عنوان مثال کانال‌های آموزشی برای کارکنان بانک‌ها و بدنه کارشناسی باید بسیار متنوع بوده و ایشان بتوانند به‌صورت گروه‌های تخصصی روی موضوعات مختلف فعالیت کنند. همچنین نباید به کانال‌های سنتی آموزش مانند برگزاری کلاس، خواندن مقالات و مانند اینها محدود شد.»

در برخی قسمت‌ها هنوز به تمام خواسته‌ها و استانداردهای لازم در حوزه بانکداری الکترونیک و ارائه خدمات غیرحضوری نرسیده باشد، اما در ارائه خدمات غیرحضوری، قوی‌تر از سایر حوزه‌ها عمل کرده است. با در نظر داشتن این مهم که صنعت بانکداری به لحاظ داشتن چالش‌های خاص خود مانند لزوم در دسترس بودن دائمی، رعایت موارد امنیتی، کنترلی و... در تغییر و پیاده‌سازی نرم‌افزارها، هزینه‌های بیشتری نسبت به سایر بخش‌ها متحمل می‌شود، ولی با این حال باید اذعان کرد که صنعت بانکداری در این حوزه، یعنی ارائه خدمات غیرحضوری، قوی‌تر از سایر حوزه‌ها عمل کرده است و بقیه صنایع و حوزه‌هایی که اصولاً باید خدمات غیرحضوری ارائه دهند، بر بالغ بودن و همچنین الگو بودن صنعت بانکداری اذعان دارند.»

اما با وجود پیشرو بودن بانک‌ها در توسعه تجارت الکترونیک، هنوز با پیشرفت‌های نوین جهانی در حوزه بانکداری الکترونیک فاصله زیادی داریم. چنانکه مدیرعامل بانک کشاورزی هم بر این مهم اذعان داشته و می‌افزاید: «با وجود پیشرفت‌های حاصل شده در یک دهه اخیر، اما نسبت به کشورهای پیشرفته در ابتدای راه قرار داشته و حتی با کشورهای منطقه نیز فاصله داریم. به‌عنوان مثال در مقایسه با کشوری مثل ترکیه که به لحاظ پارامترهای جمعیتی و مانند آن شرایط مشابهی با ایران دارد؛ بر اساس آمار موجود در رشد

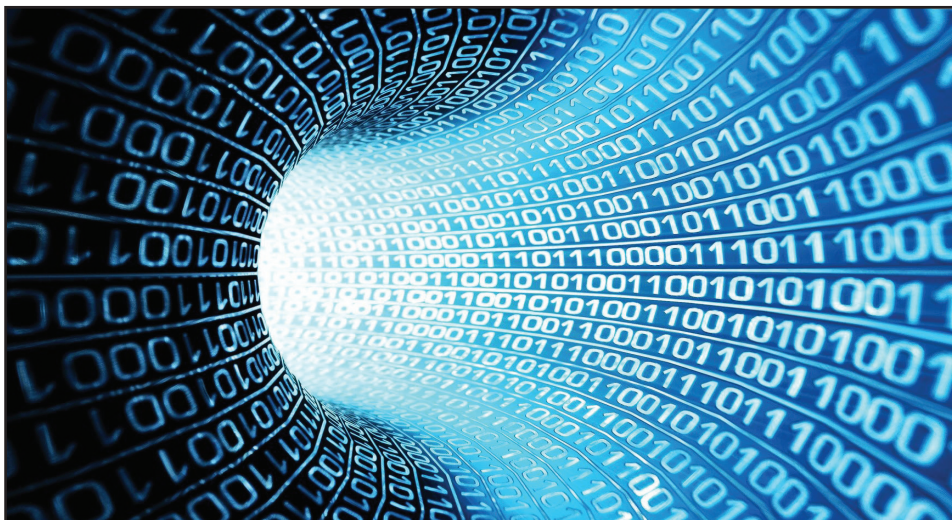
با اینکه بانکداری الکترونیک برای اولین بار در دهه پنجاه شمسی به ایران راه پیدا کرد، اما برهه توسعه بانکداری الکترونیک را باید دهه هفتاد و شکوفایی آن را دهه هشتاد دانست. چنانکه پس از پایان سال‌های جنگ تحمیلی، مشکلات و معضلات اقتصادی که گریبانگیر نظام اقتصادی کشور به‌ویژه نظام سنتی بانکداری ایران بود، نمایان شد. به همین دلیل سیاست‌گذاران اقتصادی و بانکی کشور مصمم شدند با اصلاح ساختار سیستم بانکی کشور، زمینه شکوفایی و رشد و بالندگی اقتصاد ملی را فراهم کنند. از این‌رو بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با هدف بهبود سرویس‌دهی بانک‌ها به مشتریان و استفاده بهینه از بودجه‌های تخصیص یافته به پروژه‌های انفورماتیک بانک‌ها، طرح اتوماسیون بانکی یا همان بانکداری الکترونیکی را به‌طور جدی در اولویت فعالیت‌های خود قرار داد. این رویه شامل بهینه‌سازی روش‌های بانکداری، اتوماسیون شعب، سرپرستی‌ها و تهیه یک الگوی نرم‌افزاری، ساخت‌افزاری و مخابراتی برای استفاده بانک‌های کشور بود.

حال با گذشت دو دهه از آن برهه زمانی، شرایط کنونی توسعه بانکداری الکترونیک در ایران را از دکتر محمد طالبی، مدرس دانشگاه و مدیرعامل بانک کشاورزی ایران جویا شدیم. او پیرامون شرایط کنونی بانکداری الکترونیک در ایران می‌گوید: «با توجه به بالا بودن سطح استانداردهای بانکداری الکترونیک، شاید نظام بانکداری

اطلاعات هم وارداتی است و در مواردی امکان تهیه مجوز استفاده از ابزارهای پیشرفته در کشور با مشکلاتی همراه است.» اما در کنار چالش‌های یادشده، باید بر این نکته تاکید کرد که توسعه بانکداری الکترونیک، ضرورت امروز اقتصاد کشور است و بدون شک توسعه تجارت الکترونیک بر بستر بانکداری الکترونیک استوار است. مدیرعامل بانک کشاورزی در این باره یادآور شد: «پیشرفت اقتصادی یک کشور در گرو داشتن نظام بانکی مترقی است و چنانچه در این دنیای مدرن و پیچیده، نظام بانکی بخواهد به نحو احسن به رسالت اقتصادی خود جامه عمل بپوشاند، نیازمند استفاده مناسب از خدمات پیشرفته بانکداری الکترونیک است. اصولاً راه‌اندازی هر نوع تجارت الکترونیکی مستلزم وجود بانکداری الکترونیکی است. از سوی دیگر امروزه مزایای بانکداری الکترونیک بسیار آشکارتر شده و تاثیر خود را در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مانند صرفه‌جویی در هزینه‌ها، افزایش بازدهی، افزایش نظارت‌ها و کنترل‌های داخلی و مبارزه با پدیده‌هایی چون پول‌شویی، امکان تخصیص صحیح منابع به فعالان اقتصادی، کاهش جرم در جامعه، کاهش

اما ضعف دانش تخصصی تنها چالش پیش‌روی نظام بانکی برای توسعه بانکداری الکترونیک نیست و با وجود پیشرفت‌های انجام شده در زمینه ابزارهای پرداخت، بانکداری الکترونیک در کشور هنوز چالش‌های زیادی دارد. چنانکه، گرچه تعداد کارت‌های صادره در فاصله ۶ سال اخیر از حدود ۱۹ میلیون به حدود ۱۶۰ میلیون افزایش یافته - که حاکی از رشد ۷۴۰ درصدی است - اما باید معترف شد که نظام بانکی به ارائه خدمات سنتی در قالب ابزارهای جدید پرداخته است. دکتر طالبی در پاسخ به پرسشی مبنی بر اینکه فارغ از ضعف دانش تخصصی مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی توسعه بانکداری الکترونیک در شرایط حاضر را چه مواردی می‌داند، می‌گوید: «کمبود زیرساخت‌های ارتباطی و نرم‌افزاری و همچنین عدم هماهنگی سیاست‌گذاری‌های کلان حوزه بانکی با صنعت بانکداری، ناکافی بودن آموزش کیفی بدنه کارشناسی، نبود زیرساخت مناسب در مورد امضای دیجیتال و استاندارد نبودن ماهیت و کیفیت خدمات بانکی را می‌توان به‌عنوان چالش‌های این بخش در نظر داشت. از طرف دیگر برخی از بخش‌های فناوری

پیشرفت اقتصادی یک کشور در گرو داشتن نظام بانکی مترقی است و چنانچه در این دنیای مدرن و پیچیده، نظام بانکی بخواهد به نحو احسن به رسالت اقتصادی خود جامه عمل بپوشاند، نیازمند استفاده مناسب از خدمات پیشرفته بانکداری الکترونیک است. اصولاً راه‌اندازی هر نوع تجارت الکترونیکی مستلزم وجود بانکداری الکترونیکی است



عامل موفقیت: بومی‌سازی شیوه‌های نوین



از آخرین روزهایی که صفوف بانکی برای پرداخت قبوض آب، برق، تلفن و ... را به یاد می‌آوریم، کمتر از ۵ سال می‌گذرد؛ صف‌هایی که به واسطه توسعه بانکداری الکترونیک به خاطر پیوستن طیف همین دوران مسابقه‌ای در شبکه بانکی کشور شکل گرفت برای پیشی گرفتن از هم در ارائه خدمات الکترونیک به مشتریان؛ مسابقه‌ای که یک مانع بزرگ پیشرو داشت: بی‌اعتمادی. بانک‌ها باید مشتریانی که سر و کله زدن با متصدی باجه بانک را عادت خود کرده بودند و در نهایت مهر «پرداخت شد» یا «دریافت شد» را ضمانت نقل و انتقالات پولی خود می‌پنداشتند را به سمتی سوق می‌دادند که از سر و کله زدن با متصدی باجه گذر کرده و به کار با سیستم‌های ماشینی عادت کنند. در این رقابت برای سرویس‌دهی، برخی بانک‌ها و موسسات مالی پیشرو شدند و برخی با اندک تاملی به خواست مشتریان خود پاسخ دادند. بانک کشاورزی از جمله موسسات مالی بود در زمره پیشروها قرار گرفت؛ چنانکه به بانک کشاورزی عنوان بانک پیشرو در نسل چهارم بانکداری الکترونیک را داده‌اند. در این رابطه و به منظور بررسی عملکرد بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی و همچنین آگاهی از روش‌های فرهنگ‌سازی به منظور ترویج بانکداری الکترونیک در بین مشتریان بانک، با محمدجعفر زمانی، مدیر امور رایانه‌ای و بانکداری الکترونیک بانک به گفت‌وگو نشستیم که حاصل آن از نظر تان می‌گذرد.

شرایط خاص و تخصصی بودن، به‌عنوان یک بانک پیشرو، فرآیندهای پیچیده عملیاتی کردن یک سیستم بانکداری متمرکز نسل چهارم که شامل تمام خدمات و محصولات بانکی می‌شود را اجرا کرده است. این سیستم متمرکز و یکپارچه هم در قالب «مهرگستر» نمود خارجی یافته است. **با توجه به اینکه تاکنون رتبه‌بندی مدونی برای انتخاب بانک برتر الکترونیکی در کشور برگزار نشده است، آیا مصداقی هم برای پیشرو بودن بانک کشاورزی در حوزه بانکداری الکترونیک دارید؟**

در گزارش عملکرد سه ماهه سوم سال ۱۳۹۰ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، این بانک در اجرای نظام بانکداری الکترونیک در رتبه نخست بانک‌های کشور قرار گرفت. بر اساس این گزارش، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران عملکرد نظام بانکی کشور در زمینه پیاده‌سازی نظام بانکداری الکترونیک از نظر شاخص‌هایی از قبیل کارت اعتباری، سایت Mirror، DR، پایانه‌های غیرحضوری، انتقال وجه از طریق اینترنت، تبدیل حساب‌های سنتی به متمرکز، واریز آنی و مستقیم و جوه دریافتی به ساتنا، راه‌اندازی ACH و اختصاص شماره شبا مورد ارزیابی قرار داد. بر اساس این گزارش بانک کشاورزی به‌عنوان تنها بانک در نظام بانکی کشور بوده که تمام این شاخص‌ها را به مرحله اجرا درآورده است. این گزارش می‌افزاید سامانه مهرگستر به‌عنوان اولین نظام بانکداری الکترونیکی متمرکز (core banking) کشور، در بانک کشاورزی راه‌اندازی شد و هم‌اکنون تمام شعب این بانک به این سامانه متصل هستند. در ضمن بانک کشاورزی به دلیل عملکرد مناسب در پرداخت یارانه‌ها، از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از بانک‌های برتر در این حوزه معرفی و بر اساس انتخاب هیئت داوران همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت به‌عنوان یکی از بانک‌های برتر در حوزه بانکداری الکترونیک معرفی شد.

نسل چهارم بانکداری الکترونیک به چه معناست؟

رشد بانکداری الکترونیک در دنیا مرحله به مرحله اتفاق افتاده است که از این مراحل گاهی تعبیر به نسل هم می‌شود، مرحله یا نسل اول به اتوماسیون پشت باجه اطلاق می‌شود که به‌طور عمده در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی (دهه ۴۰ و ۵۰ شمسی) حادث شد و هدف آن حذف دفاتر و کارت از شعب بانک‌ها و جهت‌گیری به استفاده از کامپیوتر بود. نسل دوم بانکداری الکترونیک از اواسط دهه ۱۹۷۰ تا اوایل دهه ۱۹۸۰ (دهه ۵۰ و ۶۰ شمسی) مطرح شد و هدف آن اتوماسیون جلوی باجه بود و کارمندان شعب بانک‌ها در حضور مشتری نسبت به ثبت اطلاعات و گردش حساب‌ها در سیستم‌های کامپیوتری (ترمینال‌ها) اقدام کردند. در نسل سوم بانکداری امکان دسترسی مشتریان به حساب‌هایشان از طریق ابزارهایی مانند کارت‌های مغناطیسی، دستگاه‌های خودپرداز و تلفن بانک امکان‌پذیر شد و مشتری می‌توانست عملیات دریافت، پرداخت و انتقال وجه را به‌صورت الکترونیکی انجام دهد. ولی عدم یکپارچگی سامانه‌های بانکداری در جلو و پشت باجه و جزیره‌ای بودن آنها و همچنین عدم ارتباط بین بانک‌های مختلف از مواردی بود که باید فکری به حال آن می‌شد که در نسل چهارم بانکداری الکترونیک یکپارچه‌سازی سامانه‌های بانکی و مرتبط کردن مشتری با تمام عملیات بانکی مد نظر قرار گرفت و علاوه بر آن منجر به ارائه خدمات از سایر کانال‌ها مانند اینترنت‌بانک و موبایل‌بانک شد. علاوه بر اینکه امکان ارتباط بین بانک‌ها با یکدیگر هم فراهم آمد.

ریشه اینکه می‌گویند بانک کشاورزی در نسل چهارم بانکداری الکترونیک پیشرو است، در چیست؟

با در نظر داشتن شرایط جامعه بانکی کشور برای پیاده‌سازی بانکداری اسلامی، بانک کشاورزی با وجود

خاص بانکداری اسلامی و ایرانی ترکیبی متعادل اجرا شود. سیستم مهرگستر چه تأثیراتی بر ساختار سازمانی بانک داشته است؟

بدیهی است ساختار سازمانی که بر مبنای تبدلات و کنترل‌های الکترونیکی و سیستم‌های نرم‌افزاری مورد نیاز شکل می‌گیرد، با ساختار سازمانی بانکداری سنتی و دستی بسیار متفاوت است. با توجه به اینکه برخی وظایف و خدماتی که در سیستم غیرمتمرکز ارائه می‌شود با وجود سیستم متمرکز غیر موجه است، بنابراین ساختار شعب از نظر ارائه خدمات نیز متفاوت خواهد بود. ضمن اینکه ساختار سازمانی ادارات مرکزی نیز با وجود سیستم متمرکز و دسترسی به‌روز به اطلاعات، دیگر نیازمند مکاتبات و روال‌های قبلی برای جمع‌آوری و تهیه انواع آمارها و گزارش‌ها توسط واحدهای صف و مدیریت‌های استانی نبوده و می‌تواند با ساختار کاملاً متمرکز به انجام وظایف خود بپردازد. از سویی دیگر رشد ارائه خدمات نوین بانکداری به مشتریان گاهی سبب نیاز به ایجاد فعالیت‌ها و وظایف جدیدی هم در حوزه فناوری اطلاعات و هم حوزه‌های کسب‌وکار شده و ساختار بانک از این نظر نیز تغییر قابل ملاحظه‌ای داشته است. به‌عنوان مثال، واحدهای جدید مانند مدیریت کارت‌های بانکی و کانال‌های ارتباطی مربوط، واحدهای نظارتی و پشتیبانی شبانه‌روزی و واحدهای امنیتی ایجاد شده و در مورد برخی پست‌های موجود نیز شرح وظایف به‌روزرسانی شده است. به دنبال این تحولات، شرکت گسترش فناوری نوین کشاورز هم که پیشتر شکل گرفته بود، قوام یافته و به شکل جدی کار خود را دنبال کرد.

ضرورت تاسیس شرکت گسترش فناوری

وین کشاورز چه بود؟

در راستای سیاست‌های برون‌سپاری فعالیت‌های تخصصی و ایجاد فضایی حرفه‌ای به‌منظور گسترش توانمندی‌های بانک در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه آن مطابق با نیازهای درون سازمانی و با توجه به توسعه سریع علوم حوزه فضا، شرکت گسترش فناوری‌های نوین کشاورز به‌عنوان شرکت تخصصی فناوری اطلاعات این بانک از اواسط سال ۱۳۸۷ تاسیس شد. این شرکت فعالیت خود را رسماً از نیمه دوم سال ۱۳۸۹ با تمرکز بر گستره‌ای از فعالیت‌های مبتنی بر بستر اطلاعات و ارتباطات آغاز کرد. از جمله اهداف راه‌اندازی شرکت گسترش فناوری نوین کشاورز ارائه خدمات تخصصی و مشاوره‌ای در اجرای سیستم بانکداری متمرکز، ارائه خدمات تخصصی و مشاوره اجرای پروژه‌های مکانیزاسیون فرآیندهای سازمانی، ارائه خدمات تخصصی و رایانه‌ای مرتبط با سیستم‌های نرم‌افزاری، ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های محلی و گسترده، مشاوره و ارائه خدمات مرتبط با طراحی، پیاده‌سازی و مدیریت مراکز داده، ارائه مشاوره و خدمات مرتبط با محصولات مبتنی بر بانکداری الکترونیک و برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با حوزه بود.

با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از مشتریان این بانک را کشاورزان تشکیل می‌دهند آیا بانکداری الکترونیک برای استفاده این مشتریان بانک کارایی لازم را داشته است یا خیر؟

با توجه به گسترش زیرساخت‌های مخابراتی و تلفن

سیستم مهرگستر چگونه در بانک کشاورزی متولد شد و چه عقبه اطلاعاتی و پژوهشی را یدک می‌کشید؟

بانک کشاورزی از سال ۱۳۸۱ مطالعه برای انتخاب نرم‌افزار جامع متمرکز بانکی خود را آغاز کرد و پس از بررسی نرم‌افزارهای مطرح و قابل دسترس در سطح دنیا، محصول BANCs (سیستم مهرگستر) از شرکت FNS/TCS استرالیایی خریداری شد. سپس از آبان‌ماه سال ۱۳۸۳ شروع پروژه که شامل مطالعات سیستم و تحلیل نیازهای بانک و برنامه‌نویسی توسعه سیستم (بومی‌سازی) بود، رقم خورد. تا اینکه در سال ۱۳۸۵ پس از صرف ۱۴۰ هزار نفر-روز کار شبانه‌روزی، در شعب پایلوت نصب و راه‌اندازی شد و در سال ۱۳۸۷ فاز مربوط به عملیات نصب و راه‌اندازی «مهرگستر» در تمام شعب بانک همراه با انتقال اطلاعات همه حساب‌های سپرده‌ای و شعبه‌ای سیستم غیرمتمرکز موجود در شعب تکمیل شد. در ادامه با تلاش‌های فراوان و شبانه‌روزی همکاران در اوایل سال ۱۳۸۹ فاز دوم پروژه یعنی انتقال تمام حساب‌ها و اطلاعات سیستم متمرکز قبلی «مهر» محصول شرکت خدمات انفورماتیک، به سیستم «مهرگستر» به بهره‌برداری رسید. در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۱ هم فاز بومی‌سازی سیستم جامع بانکداری متمرکز بانک کشاورزی با راه‌اندازی بخش تجارت بین‌الملل شامل اعتبارات اسنادی، بروات اسنادی و حوالجات ارزی تکمیل شد. هم‌زمان با تکمیل فاز راه‌اندازی سیستم «مهرگستر» در تمام شعب، پیاده‌سازی و راه‌اندازی سامانه‌های متعدد مدیریتی و نظارتی الکترونیکی با استفاده از توان خود همکاران بانک آغاز شد و در حال حاضر بیش از ۲۵ سامانه مهم در این بخش وجود دارد.

سیستم مهرگستر با توجه به چه نیازهایی در بانک و همچنین با چه اهدافی راه‌اندازی شد؟

لزوم استفاده از دستاوردهای تکنولوژی اطلاعات و ضرورت پاسخگویی به درخواست‌ها و انتظارات روزافزون مشتریان، مدیران ارشد بانک را بر آن داشت تا به دنبال سیستمی باشند که به مفهوم واقعی متمرکز بوده و جوابگوی نیازهای بانک از لحاظ تعداد شعب و کاربران و همچنین رشد اطلاعات و داده‌ها همراه با هزینه معقول و منطقی باشد. هدف نهایی هم از راه‌اندازی سیستم «مهرگستر» نیز چابکی و چالاک‌ی بانک در ارائه و توسعه همه خدمات نوین بانکی به مشتریان با کیفیت برتر بوده است.

مهم‌ترین مزایا و البته چالش‌های سیستم مهرگستر را چه مواردی می‌دانید؟

با توجه به اینکه این سیستم به معنای واقعی یک Core متمرکز است، دربردارنده مزایای زیادی است که در طول سنوات گذشته درمورد آن زیاد بحث شده است. اما از چالش‌های این سیستم، تجربه کار با یک شرکت خارجی و مشکلات بومی‌سازی آن بود که با تلاش همکاران، این چالش‌ها نیز به فرصت تبدیل شدند و سبب موفقیت منحصر به‌فرد بانک کشاورزی در تجربه راه‌اندازی یک سیستم خارجی شد. به‌عبارتی دیگر سیستم مهرگستر یک سیستم خارجی بود که توسط بانک کشاورزی به بهترین شکل ممکن بومی‌سازی شد. چنانکه سعی شد ضمن حفظ نقاط مثبت الگوی خارجی محصول خریداری شده، با بومی‌سازی

لزوم استفاده از دستاوردهای تکنولوژی اطلاعات و ضرورت پاسخگویی به درخواست‌ها و انتظارات روزافزون مشتریان، مدیران ارشد بانک را بر آن داشت تا به دنبال سیستمی باشند که به مفهوم واقعی متمرکز بوده و جوابگوی نیازهای بانک از لحاظ تعداد شعب و کاربران و همچنین رشد اطلاعات و داده‌ها همراه با هزینه معقول و منطقی باشد



همراه در نقاط متخلف کشور و افزایش ضریب نفوذ استفاده از موبایل و اینترنت در میان روستاییان و کشاورزان و آشنایی قشر جوان روستایی و تحصیل کرده با ابزارهای الکترونیک، عملاً استفاده از بانکداری الکترونیک در بین کشاورزان به‌ویژه کشاورزان جوان، جایگاه خود را پیدا کرده است و تفاوت زیادی بین این گروه از مشتریان و بقیه احساس نمی‌شود. **به‌منظور فرهنگ‌سازی در زمینه استفاده از بانکداری الکترونیک در روستاها تا به حال چه اقدام‌هایی انجام شده است؟**

از اصطلاح فرهنگ‌سازی در حوزه بانکداری الکترونیک معمولاً دو معنی برداشت می‌شود، یکی تشویق به استفاده بیشتر از خدمات بانکداری الکترونیک و دیگری استفاده صحیح و امن از این خدمات، مانند رعایت فاصله در صف خودپرداز با فردی که مشغول به کار با آن است یا محافظت از رمز کارت و... از یک سو معتقدیم متولی فرهنگ‌سازی با مفهوم اخیر، بانک‌ها نیستند و احساس می‌شود مقوله فرهنگ‌سازی در بانکداری الکترونیک بدون متولی مانده است و شاید منطقی باشد که بانک مرکزی این وظیفه را بر دوش بگیرد، مانند آنچه که گاهی بیمه مرکزی برای صنعت بیمه انجام می‌دهد. از سوی دیگر شدیداً معتقد هستیم استفاده از خدمتی که واقعا مفید باشد، نیاز به فرهنگ‌سازی نداشته و تنها نیازمند معرفی و آموزش است که در این بعد همکاران ما در ادارات دیگر مانند روابط عمومی و بانکداری خرد اقدام‌هایی مانند تهیه و پخش تیزرهای تلویزیونی و بروشورهای آموزشی انجام داده‌اند و با توجه به پوشش سراسری صدا و سیما و ضریب نفوذ مناسب استفاده از تلفن و موبایل در اکثر روستاهای کشور و سهولت رفت‌وآمد به مراکز شهری، عملاً تفاوت چندانی بین روستا و شهرها احساس نمی‌شود.

نظر به اهمیت روزافزون مقوله پدافند غیرعامل در حوزه بانکداری و استوار شدن هرچه بیشتر خدمات بانکی بر بستر بانکداری الکترونیک، بفرمائید حوزه بانکداری الکترونیک بانک کشاورزی چه اقداماتی در راستای پدافند غیرعامل انجام داده است؟

به نکته بسیار مهمی اشاره کردید که همواره مد نظر مدیریت و اداره‌های مرتبط بانک در حوزه بانکداری الکترونیک بوده است. لکن از جمله اقداماتی که در این زمینه صورت گرفته به صورت تیتروار می‌توان به مواردی چون ساخت سایت جدید بانک، پروژه تداوم کسب و کار، پروژه مقابله با حوادث، امن‌سازی شبکه و سامانه‌های بانک، بکارگیری استانداردهای امنیتی در تولید و خرید نرم‌افزارها و تجهیزات سخت‌افزاری و پیاده‌سازی مدیریت امنیت اطلاعات ISMS در سطح شعب و ادارات مرکزی بانک اشاره کرد.

لازم به یادآوری است که ساخت سایت جدید بانک در نظر گرفتن الزامات پدافند غیرعامل و همچنین اعمال حداقل سطح Tier 3 و مطابق با استاندارد TIA-942 بوده است. پروژه‌های تداوم کسب‌وکار و مقابله با حوادث نیز از

توقف کار بانک در هر شرایطی جلوگیری می‌کند. چنانکه پروژه تداوم کسب‌وکار، این امکان را به بانک می‌دهد تا در صورت وقوع هر نوع رخدادی که منجر به توقف کار شعب بانک شود با دست‌والعمل‌های تدوین شده، پاسخگوی مشتریان بانک باشد و در هر شرایطی بانک را قادر به ارائه خدمات به مشتریان بانک کند. در پروژه مقابله با حوادث هم بانک با برنامه‌ریزی و اقدامات انجام شده آمادگی خود را برای هرگونه حادثه غیرمترقبه حفظ می‌کند.

آخرین دستاوردهای بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی در زمینه‌های اینترنت بانک، موبایل بانک، تلفن بانک و چه بوده است؟

راه اندازی سیستم ارسال پیامک خبری به مشتریان، فراهم شدن امکان دستور پرداخت مستمر در «مهرگستر»، اضافه شدن خدمات جدید مانند انتقال شتابی کارت در اینترنت بانک، انتقال وجه از طریق پایا با استفاده از اینترنت بانک و همراه بانک، مدیریت حساب تسهیلات و پرداخت اقساط در همراه بانک و اینترنت بانک، استعلام وضعیت دسته چک در اینترنت بانک و راه‌اندازی بخش ارزی «مهرگستر» از آخرین دستاوردها در این حوزه بوده است که به جرات می‌توان ادعا کرد در زمینه تنوع ارائه خدمات، بین چند بانک برتر کشور قرار داریم.

در صورت امکان آخرین آمارهای عملکردی بانک کشاورزی در زیربخش‌های بانکداری الکترونیک را هم بیان کنید.

در حال حاضر در کانال همراه بانک حدود ۸۰۰ هزار مشتری، تلفن بانک حدود ۵۰۰ هزار مشتری و اینترنت بانک بیش از ۳۲ هزار مشتری از خدمات بانک کشاورزی استفاده می‌کنند. همچنین حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار مشتری در حال استفاده از خدمات پیامک خبری بانک هستند. از سوی دیگر میزان تراکنش‌های موبایل بانک بیش از یک میلیون و ۷۰۰ هزار تراکنش در ماه و اینترنت بانک قریب به ۲۱۰ هزار تراکنش در ماه است که روند حرکتی روبه رشد دارد. خودپردازهای شعبه‌ای و خارج شعبه‌ای بانک نیز ۲ هزار و ۴۴۰ دستگاه است.

و به‌عنوان پرسش پایانی، اهم اهداف برنامه مدیریت متبوع جنابعالی مشتمل بر چه مواردی است؟

شناسایی دقیق مشتری و نگرش ۳۶۰ درجه‌ای به مشتری، توسعه سیستم‌های نظارتی و مدیریتی صد درصد الکترونیکی و هوشمند، امکان سرویس دهی به مشتریان بزرگ در معاملات الکترونیکی (B2B)، عملیاتی کردن پرداخت تسهیلات خاص حوزه کشاورزی و مدیریت آن در ادامه کار، محاسبه انواع ریسک‌های عملیاتی ناشی از سیستم‌های الکترونیکی بانک، توسعه سامانه‌های کشف تقلب، افزایش سطح امنیت سیستم‌های الکترونیکی بانک و تقویت بخش هوش تجاری و بخش بین‌الملل بانک از اهداف و برنامه‌های آینده مدیریت بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی است.

سیستم مهرگستر یک سیستم خارجی بود که توسط بانک کشاورزی به بهترین شکل ممکن بومی‌سازی شد. چنانکه سعی شد ضمن حفظ نقاط مثبت الگوی خارجی محصول خریداری شده، با بومی‌سازی خاص بانکداری اسلامی و ایرانی ترکیبی متعادل اجرا شود

گذری بر ریسک‌های موجود در بانکداری الکترونیک؛

شیوه جدید، مخاطرات تازه

بخشی از این ریسک به سیستم الکترونیک بانکداری و بخش دیگر به سیستم جذب و استخدام بانک مربوط می‌شود که البته این بخش از ریسک، با استخدام افرادی که دانش کافی و مربوط به سیستم بانکداری الکترونیک دارند، کاهش می‌یابد. در بخش اول نیز باید طراحی سیستم یا اقتباس، پیاده‌سازی و همچنین اجرای سیستم الکترونیک از اصول و زیرساخت‌های قوی بهره‌مند باشد. بحث نظارتی نیز با تعریف حوزه‌های کاری و کنترل آن میسر است.

ریسک بول شویی

این ریسک از ضعف در شناسایی و شناخت نسبت به مشتریان و ضعف در سیستم حسابرسی داخلی ناشی می‌شود. شناخت مشتریان، به‌ویژه مشتریان کلیدی و تقویت زیرساخت‌های بررسی، بازرسی و کنترل داده‌های الکترونیک بانک توسط حسابرسان داخلی در این مورد ضروری است. البته این بازرسی و کنترل نباید به معنای دسترسی به اطلاعات محرمانه مشتریان باشد. بنابراین سطح دسترسی به اطلاعات الکترونیک باید همراه با تقویت زیرساخت‌های الکترونیک حسابرسی داخلی تعریف شود. علاوه بر این، عدم رعایت این موضوع، توان افزایش ریسک شهرت بانک را در پی خواهد داشت.

ریسک استراتژی

این ریسک به تولیدات و خدمات جدید در سیستم بانکداری الکترونیک مربوط می‌شود. تحلیل اشتباه هزینه‌های توسعه عملیات یا ایجاد عملیات جدید، نبود کارکنان ستادی کافی برای پشتیبانی از عملیات و نبود پوشش بیمه‌ای کافی از عوامل مؤثر در این ریسک هستند. بنابراین ضرورت دارد قبل از توسعه یا ارائه خدمات و امکانات جدید در بانکداری الکترونیک، بررسی‌های هزینه منفعت و مطالعات کافی برای برنامه‌ریزی و کنترل طرح به درستی انجام شوند.

ریسک فراهوزه‌ای

این ریسک به ریسک‌های متنوع و ادغام شده می‌پردازد، مثل ریسک بازار یا اقتصاد که می‌تواند ریسک توسعه نظام بانکداری الکترونیک را افزایش دهد. به عبارتی این ریسک به شرایط نامطمئن اقتصادی و مالی توجه دارد؛ ضعف در قوانین محافظت از مشتری در سطح کشور، قانونگذاری و عملیات مالی مبهم، عدم ارائه اطلاعات گزارشی، تفاوت‌هایی که در شرایط اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشورهای دیگر در مبادلات ارزی و عملیات بانکی الکترونیک در مبادلات بین بانکی، شعب و بانک‌های بین‌المللی وجود دارد از جمله این شرایط نامطمئن اقتصادی و مالی هستند و ریسک نرخ ارز هم از عوامل اثرگذار بر این ریسک است. این ریسک از ریسک‌های خارجی است که بر سیستم الکترونیک بانک‌ها تحمیل می‌شود.

ریسک سنتی

به ریسک‌های بانکداری سنتی شامل ریسک نقدینگی، ریسک بازار، ریسک نرخ بهره و ریسک اعتباری که می‌توانند بر نظام بانکداری الکترونیک اثرگذار باشند، اشاره دارد.

تبیین و پیاده‌سازی روش‌های جدید و مبتکرانه در سیستم‌های پولی و بانکی، همان قدر که ارزش آفرین است، می‌تواند خطر آفرین هم باشد؛ از این رو همواره کارشناسان و مشاوران حوزه بانکداری هم‌زمان با اجرای رویه‌های نوین، به دنبال شناسایی مخاطرات احتمالی بوده تا کارآمدی سیستم را افزایش دهند. بانکداری الکترونیک هم به‌عنوان نوین‌ترین و پرمخاطب‌ترین رویه بانکداری در دنیای امروز، از این قاعده مستثنا نبوده و گاه حتی ریسک‌های احتمالی آن می‌تواند، یک موسسه مالی را به مرز انحطاط هدایت کند. از این رو، نگاهی دوباره داریم به ریسک‌های موجود در بانکداری الکترونیک. ریسک‌هایی که در ادامه می‌آید براساس اصول مدیریت ریسک بانکداری الکترونیک تنظیم شده که کمیته بال آن را در ماه جولای سال ۲۰۰۳ تدوین و منتشر کرد. اصول مدیریت ریسک بانکداری الکترونیک کمیته بال با هدف ارتقای رضایتمندی از خدمات بانکداری الکترونیک، انعطاف‌پذیری هر چه بیشتر و همگام با تغییرات تکنولوژی در محیط پویای اقتصادی، در ارتباط با ریسک‌های نظام بانکداری الکترونیک بیان شده است. بخشی از این ریسک‌ها بر قانون‌گذاری و نظارت بر بانک و بخشی دیگر بر ابزارهای مالی متمرکز است و کمیته بال آنها را به هشت بخش تقسیم کرده است:

ریسک امنیتی

این ریسک به خطر ناشی از هکرها، ویروس‌ها و تسانی کارکنان اشاره دارد و برای کاهش و حذف این ریسک، وجود نظارت مستمر، به‌ویژه هنگام مواجهه با مسائل بحرانی، بر عملیات بانکداری الکترونیک ضروری است.

ریسک قانونی و اخلاقی

این ریسک به ضعف در قانون‌گذاری و وجود قوانین مبهم اشاره دارد، همچنین بعد اخلاقی قانون‌گریزی را مورد توجه قرار داده است. اهمیت این ریسک در رابطه با ضعف‌های قوانین نظارت و کنترل بیشتر مشاهده می‌شود. برای حذف یا کاهش این ریسک، ضرورت دارد که مراجع ذی‌صلاحی به مطالعه و بررسی نقاط ضعف قانونی بپردازند و قوانین یکپارچه، شفاف و همگام با شرایط اقتصادی، سیاسی و قانونی تنظیم کنند.

ریسک شهرت

این ریسک به شهرت بانک‌ها در ارائه خدمات الکترونیک مرتبط است. لطمه به شهرت بانک، آثار منفی در جامعه دارد که اثرات بعدی آن صدمه به رابطه بانک و مشتری و کاهش میزان مشتریان است. این ریسک یا از عملکرد ضعیف بانک در ارائه خدمات الکترونیک یا از ضعف در ارائه خدمات ارتباطی توسط مخابرات کشور ناشی می‌شود که نتیجه هر دو، عدم رضایت مشتریان در استفاده از خدمات الکترونیک و بی‌اعتمادی آنان است. برای رفع این مشکل ضرورت دارد که زیرساخت‌های ارتباطی کشور توسعه یافته و در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های کافی انجام شود.

ریسک عملیاتی

این ریسک ناشی از ضعف در طراحی سیستم، ضعف در کنترل و نظارت سیستم اطلاعاتی بانک و ضعف در استخدام و جذب نیروی انسانی است.

اصلاحات راهبردی نظام‌های بانکی کشور را در سمت و سویی قرار داد که اولاً با تحولات و تغییرات جهانی همگام باشد و ثانياً از جنبه ارگانیک و سازمانی این ظرفیت در ساختار علمی، فرهنگی و منابع انسانی بانک‌ها با پذیرش و انطباق سریع با شرایط جدید فراهم باشد.

در این راستا، بانک کشاورزی نیز همگام و همسو با سیاست‌های بانکداری الکترونیکی کشور اقدام به ارائه خدمات بانکداری اینترنتی با سرویس‌های زیر کرده است:

۱. مشاهده مانده
۲. تعیین سقف انتقال وجه توسط مشتری
۳. انتقال وجه داخلی بانک
۴. گزارش سوابق انتقال وجه اینترنت بانک
۵. تعریف حساب‌های شخص ثالث برای انتقال وجه و ویرایش آنها
۶. مشاهده صورت حساب و ذخیره به صورت

فایل

۷. گزارش وضعیت چک
 ۸. گزارش وضعیت حساب تسهیلات
- با روند پیشرفت تکنولوژی و سرویس‌های ارائه شده در این نرم‌افزار، بانک کشاورزی نیاز به سامانه بانکداری اینترنتی مطابق با سرویس‌های نوین و کارآمد را ضروری تشخیص داده و با تکیه بر دانش فنی و بومی کارشناسان متخصص نسبت به طراحی و راه‌اندازی سامانه جدید بانکداری اینترنتی در اواخر سال ۱۳۹۱ با قابلیت‌هایی مطابق جدول شماره یک اقدام کرد.

همراه بانک

همراه بانک به هرگونه عملیات مالی، بانکی و اعتباری که توسط تلفن همراه (و یا هر وسیله ارتباطی سیار) که واسطه آن بانک یا موسسه مالی و اعتباری باشد، اطلاق می‌شود. همراه بانک یکی از خدمات نوظهور در عرصه بانکداری است. همراه بانک کشاورزی در مهرماه ۱۳۸۹ با سرویس‌های زیر (مبتنی بر حساب) راه‌اندازی شد:

۱. مانده
 ۲. سه گردش آخر
 ۳. انتقال وجه
 ۴. تغییر رمز
 ۵. پرداخت قبض
- در این راستا بانک کشاورزی به تدریج نسبت به ارتقای کیفیت سرویس‌ها و افزایش خدمات مشتریان اقدام کرد و در مسیر



مروری بر تاریخچه بانکداری الکترونیک در بانک کشاورزی؛

خدماتی پر تعداد با قابلیت به روز سانی

نگاه تازه‌ای در زمینه مسائل اقتصادی و تجاری و به تبع مسائل بانکی است. بهبود خدمات ارائه شده فعلی و ارائه خدمات نوین الکترونیکی و اینترنتی گزینه‌ای است که سبب تحول عظیمی در رونق گرفتن سیستم بانکی و حرکت سریع‌تر آن در رسیدن به ایستگاه بانکداری الکترونیکی خواهد شد. از سوی دیگر پیشرفت در فناوری اطلاع‌رسانی و ارتباطات شبکه‌های اطلاعاتی برای افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات، بانکداری را نیز تحت تاثیر خود قرار داده است. امروزه شیوه عرضه خدمات در بانک‌ها با گسترش شبکه اینترنت و قابل دسترس بودن برای همگان متحول شده است. به‌عنوان نمونه سیستم انتقال الکترونیکی وجوه از طریق ابزاری همچون کارت‌ها یا کدها راه‌اندازی می‌شود که امکان دسترسی آسان به حساب‌های شخصی را فراهم می‌کند.

بانکداری الکترونیک موجب شده بانک‌ها از قید زمان و مکان آزاد شده و خدمات خود را شبانه‌روزی در اختیار مشتریان قرار دهند. بنابراین با داشتن یک دیدگاه اصلاح‌مدار در عرصه ارائه خدمات نوین بانکداری می‌توان

اینترنت بانک، همراه بانک، تلفن بانک، سامانه پرداخت اینترنتی، پیام کوتاه و سوئیچ کارت؛ طیف گسترده‌ای از خدمات را شامل می‌شوند که امروزه بانک کشاورزی تحت عنوان خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان خود و مخاطبان شبکه بانکی ارائه می‌کند. حمید جمعه کرمانی، معاون اداره کل مدیریت آی تی بانک کشاورزی در گزارش حاضر به تاریخچه و سرویس‌های مختلف هرکدام از این خدمات در بانک کشاورزی پرداخته است. بخوانید:

اینترنت بانک

توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی آثار بسیار مثبتی در عرصه‌های مختلف علمی، اجتماعی و اقتصادی در جوامعی که از این فناوری‌ها بهره مناسب را برده‌اند، گذاشته است. بانک‌ها نیز هیچگاه از این قاعده مستثنا نبوده و نیستند و ارائه شیوه‌های نوین خدمات بانکداری با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی گوناگون مورد توجه مدیران تمام بانک‌های کشور است. جریان فناوری‌گرایانه در بانک‌ها هم حاکی از دغدغه، توجه و

جدول شماره یک - سامانه جدید بانکداری اینترنتی

توسعه همراه بانک، ضمن ارائه سرویس‌های کارتی، خدمات مطابق جدول شماره دو را نیز به مجموعه خدمات قبلی افزود.

تلفن بانک

با استفاده از سیستم تلفن بانک، مشتریان دارندگان انواع حساب‌های مهرگستر می‌توانند پس از دریافت رمز تلفن بانک از شعب بانک در سراسر کشور و با استفاده از شماره تلفن‌های ۰۹۶۰۳ (بدون نیاز به پیش‌شماره) و همچنین شماره ۸۳۰۳ (با پیش‌شماره ۰۲۱) بدون محدودیت زمانی از وضعیت حساب خود مطلع شوند. این خدمت در سال ۱۳۸۷ توسط بانک با ارائه سرویس‌های زیر به بهره‌برداری رسید:

۱. مانده‌گیری
 ۲. سه‌گردش آخر
 ۳. ارائه صورت حساب از طریق نامبر
 ۴. تغییر رمز تلفن بانک
 ۵. وضعیت چک صادره
 ۶. سود واریزی
- همچنین در راستای افزایش رضایت‌مندی و پوشش نیاز مشتریان، سرویس‌های مطابق جدول شماره سه به خدمت تلفن بانک اضافه شد.

سامانه پرداخت اینترنتی

پرداخت اینترنتی به پرداختن پول از طریق اینترنت، در قبال دریافت کالا یا خدمات اطلاق می‌شود به طوری که این

سرویس‌های هنگام راه‌اندازی	سرویس‌های افزوده شده	تاریخ راه‌اندازی سرویس
مشاهده مانده	خلاصه حساب	اواخر سال ۹۱
انتقال وجه داخلی بانک	میانگین حساب	اواخر سال ۹۱
تعیین سقف انتقال وجه توسط مشتری	انتقال وجه حساب به حساب	اواخر سال ۹۱
گزارش سوابق انتقال وجه اینترنت بانک	پرداخت قبض حسابی	اواخر سال ۹۱
تعیین حساب‌های شخص ثالث برای انتقال وجه و ویرایش آنها	استعلام قبض	اواخر سال ۹۱
مشاهده صورت حساب و ذخیره به صورت فایل	پیگیری دسته چک	اواخر سال ۹۱
گزارش وضعیت چک	پیگیری برگه چک	اواخر سال ۹۱
گزارش وضعیت حساب تسهیلات	حساب‌های سپرده پر کاربرد	اواخر سال ۹۱
	تاریخچه	اواخر سال ۹۱
	صورت حساب	اواخر سال ۹۱
	مشاهده شماره شب	سال ۹۲
	انتقال وجه کارت به کارت	سال ۹۲
	انتقال وجه پایا	سال ۹۲
	استعلام پایا	سال ۹۲
	بازپرداخت اقساط تسهیلات	سال ۹۲
	وضعیت تسهیلات	سال ۹۲
	وضعیت ضمانت	سال ۹۲
	مانده کارت	سال ۹۲
	ده‌گردش آخر کارت	سال ۹۲
	مسدودی کارت	سال ۹۲
	پرداخت قبض کارتی	سال ۹۲
	حساب‌های تسهیلات پر کاربرد	سال ۹۲
	شماره کارت‌های پر کاربرد	سال ۹۲
	شماره شب‌های پر کاربرد	سال ۹۲

جدول شماره دو - سرویس‌های همراه بانک

سرویس‌های هنگام راه‌اندازی	سرویس‌های افزوده شده	تاریخ راه‌اندازی سرویس
مانده	مانده کارتی	سال ۹۰
سه‌گردش آخر	انتقال وجه کارتی	سال ۹۰
انتقال وجه	مسدودی کارت	سال ۹۰
تغییر رمز	خرید شارژ	سال ۹۱
پرداخت قبض	پرداخت قبض کارتی	سال ۹۱
	استعلام سه شارژ آخر خریداری شده	سال ۹۱

جدول شماره سه - سرویس‌های تلفن بانک

سرویس‌ها در ابتدای راه‌اندازی	سرویس‌های افزوده شده	تاریخ راه‌اندازی سرویس
مانده‌گیری	پرداخت قبوض	سال ۸۹
سه‌گردش آخر	تلفن بانک کارتی	سال ۹۰
ارائه صورت حساب از طریق نامبر	انسداد کارت	سال ۹۱
تغییر رمز تلفن بانک		
وضعیت چک صادره		
سود واریزی		



جدول شماره چهار - سرویس های سامانه پرداخت اینترنتی

سرویس ها در ابتدای راه اندازی	سرویس های افزوده شده	تاریخ راه اندازی سرویس
مانده	پرداخت قبوض	سال ۹۱
انتقال وجه	مسدودی کارت	سال ۹۱
خرید	خرید سه شارژ آخر	سال ۹۱
	گزارش سه شارژ آخر	سال ۹۱
	دریافت تراکنش های کارت	سال ۹۱

جدول شماره پنج - سرویس های خدمت پیام کوتاه

سرویس ها در زمان راه اندازی	سرویس های افزوده شده	تاریخ راه اندازی سرویس
مانده پایان ماه	واریز تسهیلات درخواستی	سال ۹۰
	اعلام ورود به اینترنت بانک قدیم	سال ۹۰
	واریز و برداشت های دسته ای	سال ۹۱
	واریز یارانه	سال ۹۱
	پایا	سال ۹۱
	واریز سود	سال ۹۱
	ورود / خروج به اینترنت بانک جدید	سال ۹۲
	عملیات مالی در اینترنت بانک جدید	سال ۹۲
	پیامک خبری واریز و برداشت های اصلی از کارت و حساب و تراکنش های چک	سال ۹۲
	پیامک خبری پرداخت قبض و شارژ سیم کارت	سال ۹۲

مهرگستر انجام شد و پس از آن تراکنش ها به جای سیستم بانک ایران به سیستم مهرگستر ارسال می شود. به این منظور تراکنش هایی با promo code های متفاوت ساخته شد تا تمام عملکرد کانال های ارتباطی مختلف را در بر گیرد. خدمات سوئیچ کارت، هنگام انتقال اطلاعات مهر به مهرگستر به تفکیک دستگاه های مختلف و توسعه آنها به شرح جدول شماره شش است.

سوئیچ کارت و تراکنش های مرتبط
تمام تراکنش هایی که با استفاده از کارت و از طریق یکی از کانال های ارتباطی (پایانه فروش، پایانه شعب، درگاه اینترنتی، خودپرداز، تلفن بانک و تلفن همراه) ارسال می شود، از سوئیچ کارت ایران که با سیستم شتاب در ارتباط است، به سیستم مهرگستر ارسال می شود. در تاریخ هجدهم تیرماه سال ۱۳۸۹، انتقال اطلاعات سیستم مهر به سیستم

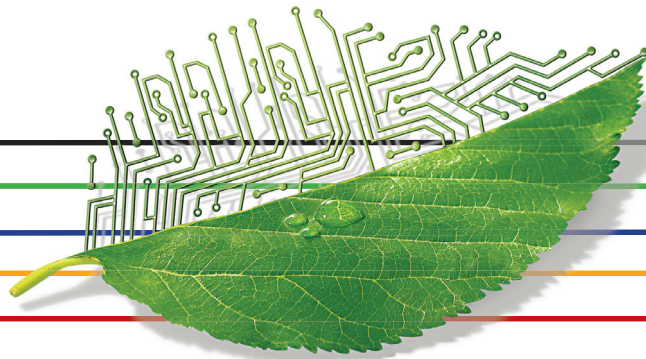
پرداخت بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک یا فروشگاه و از طریق اینترنت انجام شود. در واقع خریدار با استفاده از کارت بانکی خود می تواند از اینترنت خرید کرده و وجه آن را در لحظه پرداخت کند. این خدمت در سال ۱۳۹۰ توسط بانک کشاورزی با خدماتی از قبیل مانده گیری، انتقال وجه و خرید به بهره برداری رسید. همچنین این خدمت با گسترش سرویس ها به شرح جدول شماره چهار در حال توسعه است.

جدول شماره شش - خدمات سوئیچ کارت

دستگاه	سرویس ها در ابتدای راه اندازی	سرویس های افزوده شده	تاریخ راه اندازی سرویس
خودپرداز	صورت حساب	کمک های مردمی	سال ۸۹
	مانده گیری	پرداخت تامین اجتماعی	سال ۹۱
	انتقال وجه (داخلی و شتابی)	انتقال وجه سه جانبه	سال ۹۲
	تغییر رمز	پرداخت اقساط تسهیلات	سال ۹۲
	برداشت وجه		
	پرداخت قبوض		
پایانه شعبه	شارژ سیم کارت (داخلی و شتابی)		
	برداشت نقدی (داخلی و شتابی)	انتقال وجه سه جانبه	سال ۹۲
	واریز نقدی		
	انتقال وجه (داخلی و شتابی)		
	فعال و غیرفعال کردن کارت		
	شارژ کارت هدیه		
پایانه فروش	مانده گیری	شارژ سیم کارت	سال ۸۹
	خرید (داخلی و شتابی)	انتقال pos ها به شاپرک	سال ۹۱
	پرداخت قبض		

پیام کوتاه

در دوره کنونی که بانک ها برای ادامه بقا نیازمند به برقراری ارتباط بلندمدت با مشتریان خود هستند، ابزارهای تعاملی همچون پیام کوتاه از اهمیت بیشتری برخوردار خواهند شد. تکنولوژی پیام کوتاه ابزار اثربخشی با هزینه های کم نسبت به دیگر رسانه ها است. پیام کوتاه فرصتی برای استفاده از ابزار کارآمد برای سرویس دهی هرچه بهتر به مشتری است. بانک کشاورزی نیز در این راستا، در اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۰ نسبت به راه اندازی این خدمت با ارائه مانده پایان ماه حساب ها اقدام کرده است. همچنین با هدف گسترش این خدمت، تاکنون مواردی مطابق جدول شماره پنج در بخش پیام کوتاه راه اندازی شده و همچنان در حال توسعه کیفیت ارائه این سرویس به مشتریان است.



سیستم یکپارچه بانکداری الکترونیک چگونه در بانک کشاورزی اجرایی شد

«مهر گستر» از تولد تا اجرا

بانکداری اینترنتی در دهه ۱۹۷۰ و در زمانی شروع شد که سیستم دستگاه‌های خودپرداز و بانکداری تلفنی بخشی از خدمات ارائه شده توسط بانک‌ها بود. در پایان دهه ۱۹۸۰ و آغاز دهه ۱۹۹۰ هم که اینترنت به‌عنوان یک فناوری جدید به‌طور وسیعی توسعه یافت، سیستم بانکداری با شیوه جدیدی به‌منظور انجام عملیات بانکی بدون استفاده از پول نقد و کاهش خطرپذیری در تراکنش‌های بانکی مواجه شد. رویه‌ای که برای بانک‌ها هم تهدید بود و هم فرصت؛ چراکه بانک‌هایی که در ارائه همگانی این‌گونه خدمات با شکست مواجه شدند، در معرض خطر از دست دادن تعداد زیادی از مشتریان خود قرار گرفتند و بانک‌هایی هم که با سرعت بیشتری به سوی ارائه و ارتقای خدمات برخط رفتند، فرصت آن را یافتند که مشتریان بیشتری را جذب کرده، مناطق جغرافیایی وسیع‌تری را تحت پوشش قرار داده و اعتبار خود را در رابطه با مشتریان افزایش دهند. بانک کشاورزی هم بدون شک در دسته دوم جای دارد و تکامل سیستم مهرگستر شاهدهی بر این مدعا است. حال آنکه سیستم مهرگستر از تولد تا اجرا چه مرحله‌ای را پشت سر گذاشته، موضوع گفتار پیش‌روست که با همکاری حمید جمعه‌کرمانی و اداره کل مدیریت فناوری اطلاعات بانک کشاورزی تهیه شده است.

۱۳۸۳ یک قرارداد همکاری با شرکت FNS core banking به امضا رساند تا سیستم FNS پیش از این را به اجرا درآورد. شرکت FNS برای بیش از ۴۲ کشور جهان و برای بیش از یکصد بانک این سیستم را راه‌اندازی کرده بود. به همین دلیل، یکپارچه‌سازی و متمرکز کردن حساب بانکی تمام مشتریان به کمک این شرکت در بانک کشاورزی محقق شد. این فرآیند در قالب یک پروژه بزرگ تحت عنوان «پروژه مهرگستر» در نهم آبان‌ماه سال ۱۳۸۳ آغاز و پس از طی مراحل آزمایشی فراوان، سرانجام در سال ۱۳۸۵ انتقال حساب‌ها روی آن انجام شد. روند انتقال تدریجی اطلاعات نرم‌افزار سنتی فعال در شعب (در سطح هزار و ۸۷۵ شعبه) ادامه یافت تا اینکه در نهایت با پیوستن شعبه مرکزی به سیستم مهرگستر در تاریخ بیست و ششم آذرماه ۱۳۸۷، فعالیت شبکه شعبه‌ای بانک به‌طور کامل به سیستم مهرگستر متصل شد. پس از این تاریخ، تنها مورد باقی‌مانده نرم‌افزار مهر (به‌عنوان یک شعبه بسیار بزرگ) بود که باید در یک مرحله جداگانه به سیستم مهرگستر منتقل می‌شد. از این‌رو اتصال سیستم مهر به سیستم مهرگستر به‌صورت یک پروژه جداگانه تعریف شد و در تاریخ نوزدهم تیرماه ۱۳۸۹ عملیات انتقال اطلاعات سیستم مهر و اتصال سوئیچ کارت ایران به سیستم مهرگستر به پایان رسید.

مهرگستر چه مرحله‌ای را برای اجرا پشت سر گذاشت

اما سیستم بانکداری الکترونیکی بانک کشاورزی که مهرگستر نام گرفت، مراحل

آن در کشور، بانک کشاورزی که همواره پیشرو در ارائه خدمات بانکی به مشتریان است، لزوم به‌کارگیری این فناوری در ارائه خدمات نوین و پیشرفته را درک کرده و با تکیه بر توان علمی و تخصصی مدیران و کارکنان خود، قدم در این راه نهاد. ورود بانک کشاورزی در این حوزه چنان تاثیرگذار بود که به جرات می‌توان گفت، نخستین بانک کشور که موفق به نصب و راه‌اندازی یک سیستم بانکداری الکترونیک شده، بانک کشاورزی است.

پروژه زمانی

بانک کشاورزی برای بومی‌سازی نرم‌افزار شناخته شده «مهرگستر» در سال

با توجه به پیشرفت روزافزون تکنولوژی در جهان و با استقبالی که از سوی مشتریان بانک‌های مختلف در ارتباط با دریافت خدمات متنوع الکترونیکی شده است، بانک‌ها ضمن تلاش برای بهبود این نوع خدمات به‌دنبال ارائه شیوه‌های جدید برای ارتقای عرضه محصولات بانکی هستند. همچنین توسعه دسترسی به شبکه‌های گسترده جهانی، انقلابی را در زمینه ارتباطات یک به یک و یک به چند در اطراف جهان ایجاد کرده که جهان هیچ‌گاه شاهد چنین شتابی برای استفاده از یک پدیده علمی نبوده است. هم‌زمان با فراگیر شدن و توسعه بانکداری الکترونیک در دنیا و جرقه حضور

۲. پروژه آموزش؛ اداره کل آموزش و بهبود روش‌های بانک کشاورزی با برنامه‌ریزی منظم در مرحله اول، تعداد ۳۰ نفر کارشناس باتجربه را به‌عنوان تربیت مدرس تحت تدریس مدرسان خارجی قرار داد، سپس ۸۰ مدرس دیگر را آموزش داده و در نهایت کاربران شعب را تحت آموزش قرار داد. در مراحل بعدی هم آموزش‌های پرسنل مدیریت‌ها و ادارت مرکزی انجام شد.

۳. پروژه خدمات پشتیبانی

۴. پروژه خرید و نصب main frame

۵. تجهیز شعب به سخت‌افزار مرتبط

مراحل نظارت و پشتیبانی سیستم مهرگستر

پس از نصب و راه‌اندازی شعب، کار خاتمه نیافته و مرحله نظارت و پشتیبانی عملکرد سیستم بسیار حائز اهمیت است. با تجربه و مهارتی که کارکنان بانک در راه‌اندازی شعب مهرگستر پیدا کردند و همچنین بر اساس نیازهای درون و برون‌سازمانی بانک، گروه‌های متعددی با تخصص‌های متفاوت شکل گرفتند که هر کدام وظایف خاص خود را در امر پشتیبانی بر عهده دارند. این گروه‌ها به سه گروه آزمون محصولات، گروه رفع مغایرت دفترکل و گروه گزارش‌ها تقسیم شده‌اند.

در پایان یادآور می‌شود که تمام مراحل یادشده که زیر سه بخش عمده دسته‌بندی و عنوان شد، مزیت‌های سیستم مهرگستر را از سایر سیستم‌های بانکداری الکترونیکی به خوبی عیان می‌کند.

نیز آغاز شد.

۵. تعریف پارامتر: در این بخش، کاربران ارشد تمام متغیرهای سیستم را بر اساس نیاز بانک تعریف کردند.

۶. آزمون و تایید: تعدادی از نیروهای مجرب بانک از بخش‌ها و مشاغل مختلف، پس از طی دوره آموزشی لازم مسئولیت تست برنامه را بر عهده گرفته و تمام قسمت‌های برنامه را تست کردند تا اطمینان لازم از عملکرد سیستم حاصل شود. لازم به یادآوری است که برنامه تست در سه بخش تست برنامه‌نویس، تست گروه تست و تست در شعبه منتخب انجام شد.

۷. نصب در شعبه منتخب: در این مرحله ابتدا انتقال داده‌ها از سیستم dpfe به سیستم مهرگستر انجام شد تا اطمینان لازم از انتقال داده‌ها حاصل شود. سپس عملیات اجرای کار با سیستم توسط شعبه آغاز شد.

۸. نصب و راه‌اندازی در تمام شعب

مراحل آماده‌سازی

پروژه‌های آماده‌سازی سیستم مهرگستر هم در پنج مرحله به سرانجام رسید که در زیر آمده است.

۱. پروژه بسترسازی؛ شبکه ارتباطی شاه‌رگ حیاتی سیستم متمرکز بانکداری الکترونیکی است و هرگونه اختلال در آن سبب توقف همه فعالیت‌ها خواهد شد. بنابراین داشتن رسانه ارتباطی مطمئن برای ارتباط شعب با مراکز داده ضروری است. در این مورد، شعب و مدیریت‌ها از دو طریق خطوط زمینی و ماهواره‌ای به مراکز داده مرتبط هستند.

مختلفی را برای استقرار و راه‌اندازی پشت سر گذاشت. این مراحل را در سه بخش عمده می‌توان تقسیم کرد. این مراحل در سه بخش اجرایی، پروژه‌های آماده‌سازی و نظارت و پشتیبانی سیستم مهرگستر جای می‌گیرند.

بخش اجرایی کار در پروژه سیستم مهر گستر

اجرای شدن پروژه سیستم مهرگستر در بانک کشاورزی طی هشت مرحله بوده که در ادامه به آن اشاره شده است.

۱. بررسی وضعیت سیستم بانکی ایران: در این مرحله آموزش کاربران ارشد انجام شد و طی جلسات متعددی بین کارشناسان ارشد و کارشناسان شرکت خارجی، اطلاعات سیستم بانکی به‌ویژه بانک کشاورزی در تمام بخش‌ها به شرکت طرف قرارداد، منتقل شد.

۲. تحلیل تفاوت‌ها: در این بخش کارشناسان خارجی، تفاوت بین خواسته‌های بانک کشاورزی و برنامه نرم‌افزاری خود را به‌صورت منظم و با قید پیشنهاد ارائه کردند و پس از اخذ تصمیمات لازم در جلسات هیئت‌مدیره، مراتب به شرکت یادشده اعلام شد.

۳. بیان عملکرد بخش‌های مختلف سیستم: تیم خارجی برای هر یک از خواسته‌های بانک کشاورزی، برنامه خود را ارائه و پس از توافق بانک، به تیم برنامه‌نویس شرکت ارائه شد.

۴. بومی‌سازی: در این مرحله، تیم برنامه‌نویس شروع به تغییر ساختار برنامه نرم‌افزاری خود بر اساس توافقات انجام شده کرد و فارسی‌سازی سیستم

مرحله نهایی انتقال حساب‌ها به سیستم مهرگستر در تاریخ هجدهم و نوزدهم تیرماه ۱۳۸۹ عملیاتی شد؛

مروری دوباره بر یک التهاب دو روزه

تمام شعب به سیستم مهرگستر متصل شده بود به جز سیستم مهر یا همان بانک ایران که به نحوی می‌توان گفت بزرگترین شعبه سراسری بانک کشاورزی بود. اما سیستم مهرگستر مراحل تکامل را نیز پشت سر گذاشته و مهیای پشتیبانی تمام حساب‌ها بود؛ از این‌رو پروژه انتقال حساب‌ها از سیستم مهر به مهرگستر کلید خورد. گفتار حاضر، روایتی است از دو روز پر التهاب برای این انتقال. انتقالی که ریسک‌های زیادی به آن مترتب بود، اما نتیجه فراتر از حد انتظار بود و عملیات انتقال ظرف ۳۰ ساعت نهایی شد. این گفتار برگرفته از گفته‌های حسین نقی‌لو، مدیر پروژه وقت مهرگستر است.

«... عملیات اصلی از نقطه شروع تا پایان، باید حداکثر ظرف ۴۸ ساعت انجام می‌شد تا وقفه‌ای در فعالیت شعب پیش نیاید. به همین دلیل نیاز بود که در یک تعطیلی دو روزه عملیات اجرایی شود تا مشکل خدمت‌رسانی به مشتریان از بین برود. از این‌رو و به دنبال تصمیم قطعی مدیرعامل بانک مبنی بر اجرای پروژه در تاریخ هجدهم و نوزدهم تیرماه، اقدام‌های مقدماتی از چند روز

گذری بر پیدایش، فلسفه وجودی، اهداف، برنامه‌ها و فعالیت‌ها؛

نوین کشاورز از آغاز تا امروز

تاریخچه

شرکت گسترش فناوری‌های نوین کشاورزی (سهامی خاص) ابتدا با نام شرکت مهرگستر الکترونیک کشاورز در مرداد ماه ۱۳۸۷ و تحت شماره ۳۳۱۱۸۹ در اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیر تجاری تهران به ثبت رسید و یک سال بعد در مردادماه ۱۳۸۸، نام شرکت به گسترش فناوری‌های نوین کشاورزی تغییر یافت.

فلسفه وجودی

فلسفه وجودی که بر مبنای آن شرکت نوین کشاورز شکل گرفته را می‌توان در چهار بخش خلاصه و دسته‌بندی کرد. این چهار بخش مشتمل بر متمرکزسازی فعالیت‌های بانکداری الکترونیک با هدف تسهیل و تسریع امور مرتبط، اعمال رویکرد بنگاهداری و کسب‌وکار در حوزه بانکداری الکترونیک و فناوری اطلاعات، توسعه توان و ظرفیت بانک کشاورزی در عرصه بانکداری الکترونیک و فناوری اطلاعات و بهره‌گیری از توان و ظرفیت نیروی انسانی متخصص است.

اهداف و چشم‌انداز

شرکت گسترش فناوری‌های نوین کشاورز، سازمانی دانش‌محور، یادگیرنده، نوآور و آینده‌نگر، هم‌پای تحولات حرفه‌ای نظام بانکی، در تعامل فعال با نهادهای داخلی و بین‌المللی، توسعه‌دهنده و مروج سیستم‌ها و راه‌حل‌های فنی مدیریتی مبتنی بر فناوری اطلاعات در نظام بانکداری است. بر اساس این چشم‌انداز، اهدافی که برای این مجموعه تعریف می‌شود را می‌توان شامل جذب و حفظ نیروی انسانی مستعد و متخصص در داخل و خارج کشور، ارتقا و توسعه کانال‌های تامین نیازهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مورد نیاز با تمرکز بر دو عامل کیفیت و هزینه، بهینه‌سازی و توسعه روابط فنی و تجاری داخلی و بین‌المللی بر مبنای کیفیت و کمیت عملکرد خدمات و محصولات، نوآوری در ارائه خدمات و محصولات نوین مبتنی بر ICT با هدف افزایش بهره‌وری مشتریان، ارتقای کارایی و تعمیق محصولات و خدمات شرکت در بازار ICT با تمرکز بر نظام بانکی و حضور سودآور در بازار ICT با تمرکز بر نظام بانکی در بلندمدت دانست.

در شرایط عمومی، قوانین و مقررات تدوین شده در ارتباط با موسسات دولتی، کندی غیرمتعارف در اجرای امور را اجتناب‌ناپذیر کرده و متعدد بودن لایه‌های تصمیم‌گیری نیز مزید بر علت این کندی می‌شود. در این شرایط، بانک کشاورزی طی فرآیند راه‌اندازی سیستم مهرگستر به دانش و تخصصی دست یافت که به لحاظ کارآمدی بالا و در نگاه کلان، ضرورت داشت به دیگر موسسات مالی نیز انتقال یابد. نظر به موارد یادشده، ضرورت تاسیس یک شرکت مستقل و تفویض انجام امور در زمینه بانکداری الکترونیک بیش از گذشته احساس شد. در نتیجه شرکت گسترش فناوری‌های نوین کشاورزی با هدف فراغت از مقررات بسته دولتی و الزام به رعایت محدودیت‌های مرتبط و کسب چابکی لازم راه‌اندازی شد تا ضمن مدیریت سیستم بانکداری الکترونیک بانک کشاورزی، دانش موجود را نیز در میان سایر بانک‌ها و موسسات مالی اشاعه دهد. گزارش حاضر مروری کوتاه خواهد داشت بر پیدایش، فلسفه وجودی، اهداف، برنامه‌ها و فعالیت‌های شرکت گسترش فناوری‌های نوین کشاورزی که در ادامه به اختصار شرکت نوین کشاورز خوانده می‌شود.

مانده به اجرا، آغاز شد. هم‌زمان دستورالعمل‌ها و شیوه‌نامه‌های فنی و مالی در طول عملیات تنظیم و به مدیریت‌ها ابلاغ شد. اما با توجه به ابعاد گسترده و البته حساسیت موضوع، حشمت‌اله نظری، عضو هیئت‌مدیره بانک در تاریخ پانزدهم تیرماه از طریق تشکیل جلسه به‌صورت ویدئو کنفرانس (به‌دلیل کمی وقت) با مدیریت استان‌ها، شخصا مراتب کار را اعلام کرد. در این جلسه از استان‌ها خواسته شد که در طول عملیات تبدیل و انتقال، همه همکاران را در حالت آماده‌باش قرار داده و ضمن تشکیل ستادی در مدیریت، تمهیدات لازم برای ارتباط لحظه به لحظه با مرکز را اتخاذ کنند. ستاد مرکزی نیز تشکیل و گروه امداد مهرگستر و تمام عوامل مستقر در مرکز ارتباط سبز هم آماده شدند. یک برنامه زمان‌بندی دقیق هم برای طول عملیات در نظر گرفته شده بود که مو به مو و مرحله به مرحله به اجرا درآمد.

تا اینکه سیستم مهر در ساعت ۱۹ روز پنج‌شنبه هفدهم تیرماه ۱۳۸۹ به کار خود پایان داد. در واقع نرم‌افزار بانکی سیستم مهر که به نام «بانک ایران» نامیده می‌شد، در این روز برای همیشه خاموش شد و به تاریخ پیوست. سپس آخرین عملیات «پایان روز» و استخراج داده‌ها در حواصل زمانی ساعت ۱۹ روز پنج‌شنبه تا هفت صبح روز جمعه هجدهم تیرماه ۱۳۸۹ انجام شد تا به‌طور کلی سیستم قدیمی مهر بایگانی شده و سیستم مهرگستر کار خود را آغاز کند. پروژه‌ای که ۴۸ ساعت برای نهایی شدنش، زمان پیش‌بینی شده بود، به‌دلیل شناسایی کامل ریسک‌ها پیش از اجرا، ظرف ۳۰ ساعت عملیاتی شد تا بانک کشاورزی بانکی باشد پیشرو در گسترش نسل چهارم بانکداری الکترونیک ...»

سیستم مدیریت داشبورد

در فضای کسب‌وکار امروز موضوع کلیدی و حیاتی برای مدیران، توانایی تصمیم‌گیری سریع بر پایه اطلاعات جامع و صحیح است. برای رسیدن به چنین هدفی سازمان‌ها به سمت بهره‌گیری از دانش نهفته در داده‌ها و اطلاعات در راستای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مبتنی بر دانش و آگاهی گام برداشته‌اند و در این مسیر، به ایجاد و پیاده‌سازی سیستم مدیریت داشبورد روی آورده‌اند. این سامانه با ایجاد داشبوردهای تخصصی در زمینه‌های مختلف، تصمیم‌گیری مدیران را تسهیل و نیز با توجه به قابلیت گزارش‌سازی، نیاز کارشناسان را پوشش می‌دهد.

نرم‌افزار مدیریت داشبورد به مدت ۳ سال است که در بانک کشاورزی مورد استفاده قرار گرفته و هم‌اکنون در بانک ملی در حال پیاده‌سازی و بومی‌سازی است.

نرم افزار مدیریت داشبورد شرکت گسترش فناوری نوین کشاورز در خردادماه ۱۳۹۰ موفق به اخذ مجوز تایید فنی نرم‌افزار از شورای عالی انفورماتیک شده است.

از جمله مزایای این نرم‌افزار باید به موارد زیر اشاره کرد:

۱. ابزار مدیریتی برای نمایش اطلاعات عملکردی در سازمان
۲. راه‌حلی جامع برای سازمان‌ها به منظور نظارت بر وضعیت موجود
۳. دسترسی به اطلاعات مورد نیاز در هر زمان و هر مکان
۴. ایجاد شفافیت اطلاعاتی در سازمان
۵. کمک به تصمیم‌گیری سریع‌تر و بهتر
۶. نمایش وضعیت کل سازمان در یک نگاه
۷. ایجاد امکان سنجش میزان اجرای تصمیمات اخذ شده
۸. کنترل اجرای راهبردها و خط‌مشی‌های اخذ شده

فعالیت‌ها

فارغ از فعالیت‌های روتین شرکت‌های حوزه مرتبط، شرکت نوین کشاورز فعالیت‌های زیربنایی و ساختاری را اجرایی کرده است. این فعالیت‌ها و دستاوردها در ۱۲ مورد زیر جمع‌بندی شده است:

۱. طراحی و تولید نرم‌افزارهای مدیریت داشبورد، سیستم مکانیزه نظارت بر طرح‌ها (سنا)، سیستم مکانیزه پیگیری وصول مطالبات، سیستم مرآت، سیستم ارتباط با مشتریان، سیستم مالی اموال و ...
۲. انعقاد قرارداد در زمینه پشتیبانی و توسعه سیستم جامع بانکداری و خدمات مورد نیاز با یکی از شرکت‌های معتبر فعال در زمینه فناوری اطلاعات بین‌المللی
۳. حضور در فعالیت‌های بین‌المللی و مشارکت با شرکت‌های معتبر خارجی برای تامین سخت‌افزار و نرم‌افزار مورد نیاز نظام بانکی
۴. ارائه خدمات در زمینه ابزارهای پرداخت الکترونیکی
۵. صدور و شخصی‌سازی انواع کارت‌های بانکی
۶. طراحی و ایجاد شبکه‌های ارتباطی اعم از LAN و WAN
۷. پشتیبانی و نگهداری شبکه‌های ارتباطی LAN و WAN
۸. تولید نرم‌افزارهای مورد نیاز سازمان‌ها و موسسات به ویژه بانک‌ها و موسسات مالی و اقتصادی
۹. مشاوره در زمینه اصلاح فرآیندهای سازمانی مبتنی بر به‌کارگیری فناوری اطلاعات

۱۰. مشاوره و پشتیبانی و نگهداری نرم‌افزارهای سیستمی و پایگاه‌های داده‌ای
۱۱. ارائه خدمات مبتنی بر ارزش افزوده ویژه برای سازمان‌ها و موسسات در قالب خدمات بانکی مورد نیاز با همکاری بانک کشاورزی
۱۲. اقدام در زمینه کسب مجوزهای لازم از قبیل PSP-ISP-PAP و... از مراجع ذی‌ربط در راستای گسترش عملیات شرکت

سیستم مکانیزه نظارت بر طرح‌ها

سیستم مکانیزه نظارت بر طرح‌ها با هدف ارتقای کمی و کیفی مکانیزم‌های نظارتی به‌صورت ویژه در ارتباط با نظارت بر طرح‌های مشارکتی نظام بانکی توسط شرکت گسترش فناوری‌های نوین کشاورز طراحی و پیاده‌سازی شده است. این سیستم هم‌اکنون در وزارت امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در ارتباط با طرح‌های مشارکتی از

محل خط ویژه اعتباری، بانک کشاورزی و بانک ملی پیاده‌سازی و به‌کار گرفته شده است. مزایای سیستم مکانیزه نظارت بر طرح‌ها شامل موارد زیر است:

۱. اجرای صحیح نظارت غیرحضور و مدنظر بخش اعتباری بانک‌ها
 ۲. آنلاین بودن به‌صورتی که تمام اطلاعات به محض ثبت یا تغییر توسط کارشناس توسط سایر بخش‌ها قابل مشاهده و بررسی است.
۳. صرفه‌جویی در زمان و هزینه و افزایش دقت در پیگیری وضعیت طرح‌ها
 ۴. قابلیت تعریف سطوح دسترسی
 ۵. پیگیری و کنترل مدیریت‌ها، کارشناسان ستادی و شعب با استفاده از گزارش‌های سیستم
 ۶. رتبه‌بندی مدیریت‌ها از نظر نظارت و تعیین رتبه براساس شاخص‌های تعیین شده
 ۷. کاهش بازدیدهای حضوری و ماموریت به استان‌ها برای بررسی پرونده‌ها

مذاقهای بر کارکردهای روابط عمومی الکترونیک در دوره توسعه بانکداری الکترونیک؛

آگاهی نه آگاهی



مانند همه پدیده‌های مدرن دیگر، اینک روابط عمومی، امری پیچیده است و کارکردهای چندجانبه دارد. البته ملازمان و تشریفات‌چی‌ها، معنای مجلس‌گردانی از آن درمی‌آورند؛ باورمندان به کارایی و تاثیر جلال و جبروت، معنای صورت‌نگر نقاشی‌های اسطوره‌ای را به آن می‌بندند و معتقدان به هوش‌ربایی و القای تبلیغات، روابط عمومی خوب را آن می‌دانند که پروا نکند و بیش از راست، به راحتی دروغ بگوید...

اما کارکردهایی نیک نیز بر کار روابط عمومی‌ها و شان آنها متصور است که از معانی خبیث یادشده، تهی و از فایده و نفع واقعی به حال جوامع انسانی سرشار است. حکیمی که مشفقانه نصیحت می‌کند و لاجرم سخنش بر دل می‌نشیند، فرزانه‌ای که برای عبور از رنج‌ها مردمان را به گذارها رهنما می‌شود و عامه به او اعتماد ناشکسته می‌یابند، یا حتی آن کس که بی‌هراس از کسر سود اعلام می‌کند فلان قطعه معیوب در محصولش باید عوض شود، همه یک کار می‌کنند: جلب همراهی قلوب عامه که بزرگ‌ترین دستاورد و عامل کامیابی برای آدم‌ها، شرکت‌ها، وزارتخانه‌ها و دولت‌هاست. کار روابط عمومی ربودن دل‌ها برای همراه کردن سرهاست، به آگاهی و نه به آگاهی، به صدق و نه به رنگ، که قناری به آواز خود صدیق است و نه به نقش پر.

حال کارکردهای روابط عمومی در دوره الکترونیکی شدن امور، دستخوش تحولاتی شده است و در راس همه این امور، به لحاظ حجم کاربری شاید بانکداری باشد. بانکداری الکترونیک، برای توسعه و فرهنگ‌سازی، فارغ از همه داشته‌هایش نیاز به یک روابط عمومی توانمند دارد تا علاوه بر توانمندی‌های سنتی، به دانش الکترونیک مجهز بوده تا رویه‌هایی جدیدی را برای برقراری ارتباط با مخاطب در پیش گیرد. حال اینکه ضرورت‌های روابط عمومی الکترونیک در شرایط حاضر چیست، موضوع گزارش حاضر است. گزارشی که ماحصل گپ‌وگفتی کوتاه با خسرو صادق‌زاده، رئیس اداره کل روابط عمومی بانک کشاورزی است.

می‌کند. در نتیجه باید گفت که روابط عمومی الکترونیک برای تعریف یک وظیفه جدید، فلسفه جدید یا علم جدید نیامده است، بلکه روابط عمومی همان است و نیروها همان و ماموریت هم همان. از این رو باید بر این نکته تاکید داشت که یکی از کاربردهای خیلی عمیق و وسیعی که فناوری اطلاعات در روابط عمومی ایجاد کرده، تاثیرگذارتر کردن کارکردها و ماموریت‌های روابط عمومی در جامعه است. اگر شما روابط عمومی را پل ارتباط سازمان و مردم تعریف کنید، امروزه فناوری اطلاعات، شکل جدیدی از ارتباط سازمان و مردم

ما از روابط عمومی الکترونیک صحبت می‌کنیم، منظور طراحی یک سازمان جداگانه نیست که به صورت مجزا از سازمان اصلی وظایف و ماموریت‌ها را انجام دهد. الکترونیکی شدن تمام این ساخت‌ها، نوعی دگرگونی در روش‌های ارائه خدمات یا ارتباطات و سرویس‌دهی به مردم است. خسرو صادق‌زاده، رئیس اداره کل روابط عمومی بانک با اذعان به موارد یادشده گفت: «وقتی می‌گوییم روابط عمومی فلان بانک یا سازمان الکترونیک شده است، یعنی این مجموعه از شیوه‌های الکترونیک برای ارتباط با مردم و رسانه‌ها استفاده

شاید بتوان گفت که مفاهیم واژه‌های جدیدی که با پسوند الکترونیک در دهه گذشته مطرح شدند، هیچ‌یک به این مفهوم نبودند که به‌طور مثال در کنار دولتی که مشغول به کار است، دولت دیگری به نام دولت الکترونیک شکل بگیرد. یا وقتی صحبت از بانکداری الکترونیک می‌کنیم به این معنا باشد که ما یک بانک جدا داریم. بلکه ساختار و نهاد ثابت است و تنها شکل جدیدی از خدمات با استفاده از خدمات الکترونیک ارائه می‌شود. این شیوه جدید را به‌عنوان روش جدید ارائه خدمات مطرح می‌کنند. وقتی



را تعریف می‌کند.»

ضرورت الکترونیکی شدن روابط عمومی‌ها

تحول در شیوه‌های اطلاع‌رسانی به واسطه الکترونیک شدن امور به حدی است که گاه رابطه رسانه با فرد در فضای مجازی به رابطه فرد با فرد تبدیل شده و هر فرد به تنهایی برای خود بدل به رسانه شده است. حال در این فضا بدون شک رسانه‌ها و نهادهایی که ادامه حیات‌شان مشروط به ارتباط با مخاطب و مشتری است، چاره‌ای جز ارتباط با مخاطب در فضای مجازی ندارند. او با تاکید بر ضرورت الکترونیکی شدن روابط عمومی برای ارتباط با مخاطب و مشتری، تصریح کرد: «با ورود فناوری اطلاعات به حوزه ارتباطات، ما ناگزیریم به سمت الکترونیکی شدن پیش برویم و در واقع حق انتخاب نداریم. وسایل الکترونیک امروزه خود را به ما تحمیل کرده‌اند. اگر ما یک روز گوشی موبایل خود را جا بگذاریم، از تمام ارتباط‌هایمان باز می‌مانیم. امروزه، تکنولوژی‌های جدید مبتنی بر تلفن همراه، تمام ابزارها و امکانات و وسایل ارتباطی اینترنتی و ماهواره‌ای را در اختیار شما قرار می‌دهند. وقتی ما ۴۸ میلیون کاربر تلفن همراه در ایران داریم و ۲۳ میلیون کاربر اینترنت، باید بدانیم که این کاربران نیاز به سرویس‌دهی دارند و روابط عمومی وظیفه دارد خدمات خود را به افرادی که به این تکنولوژی‌ها دسترسی پیدا کرده‌اند، به نحو احسن ارائه دهد.»

روابط عمومی الکترونیک در بانک، یعنی فعالیت بدون تعطیلی

امروزه با توجه به

توسعه بانکداری الکترونیک، دیجیتال و مدرن شدن خدمات و سرویس‌ها در شبکه بانکی؛ نقش و جایگاه روابط عمومی‌ها هم دستخوش تغییرات زیادی شده است. رئیس اداره کل روابط عمومی بانک کشاورزی این تغییرات را اینگونه تعبیر می‌کند: «هم‌زمان با توسعه فناوری اطلاعات، روابط عمومی‌ها به دلیل جایگاه راهبردی خود می‌توانند سازمان را در همگامی با پیشرفت و تحولات جهانی یاری دهند، چراکه روابط عمومی یک واحد پویا و نهادی سازمانی است که هیچ‌گاه در آن سکون و تعطیلی وجود ندارد.»

به گفته صادق‌زاده؛ امروزه دیگر روابط عمومی، تنها با کارکنان، سازمان و مشتریان خود روبه‌رو نیست بلکه شرایط پیرامونی به سرعت در حال تغییر است که بنا به عقیده بسیاری از آگاهان در علوم ارتباطات، بحران بعدی روابط عمومی‌ها، کارکنان آموزش‌ندیده برای شرایط جدید است. در دنیای معاصر، روابط عمومی‌ها، سازمان‌های ۲۴x۷ نامیده می‌شوند که به معنی کار ۲۴ ساعته در همه روزهای هفته است و این البته به معنی الزام به حضور فیزیکی در محل کار نیست بلکه ارائه خدمات روابط عمومی دیجیتال است. در نتیجه اگر بخواهیم تعریفی از روابط عمومی الکترونیک داشته باشیم باید بگوییم که: روابط عمومی الکترونیک نحوه به‌کارگیری فناوری‌های جدید ارتباطی و شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی برای ارائه خدمات منطبق بر خواسته‌های مخاطبان به‌طور لحظه‌ای (online) به‌منظور تحقق اهداف روابط عمومی است.

برنامه عملیاتی روابط عمومی در بانکداری الکترونیک

بسته به اقتضات هر دوره، روابط عمومی‌ها باید بسته‌های متفاوتی را برای پیشبرد اهداف سازمان تعریف کنند. صادق‌زاده، اولویت امروز روابط عمومی بانک کشاورزی را تکرار پیام می‌داند. او می‌گوید: «در مقوله تبلیغات و روابط عمومی، تکرار امری بسیار مهم و تاثیرگذار است. حال با توجه به اینکه بانک طیف گسترده‌ای از خدمات و محصولات را دارد که نه تنها مشتریان که کارکنان خود بانک هم در بعضی موارد، دانش و اشراف کامل نسبت به آن ندارند، از این رو در شرایط کنونی مهم‌ترین وظیفه روابط عمومی تاکید و تکرار صحیح و علمی بر محصولات و خدمات حوزه بانکداری الکترونیک است.»

صادق‌زاده در پایان به دستاوردهای روابط عمومی بانک در بخش بانکداری الکترونیک اشاره کرد و یادآور شد: «روابط عمومی بانک علاوه بر اقدام‌های گسترده‌ای که در راستای فرهنگ‌سازی در بخش بانکداری الکترونیک انجام داده، از سوی مراجع برون‌سازمانی متعددی هم به‌دلیل این فعالیت‌ها مورد تقدیر قرار گرفته است. از جمله این موارد می‌توان به دریافت لوح و تندیس برتر از دانشکده مدیریت دانشگاه تهران به‌دلیل مشارکت بانک در نخستین سمینار بانکداری الکترونیک، دریافت لوح و تندیس برتر از بانک مرکزی در همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت، دریافت لوح تقدیر از هشتمین سمپوزیوم روابط عمومی و ... اشاره کرد.»

امروزه دیگر روابط عمومی، تنها با کارکنان، سازمان و مشتریان خود روبه‌رو نیست بلکه شرایط پیرامونی به سرعت در حال تغییر است که بنا به عقیده بسیاری از آگاهان در علوم ارتباطات، بحران بعدی روابط عمومی‌ها، کارکنان آموزش‌ندیده برای شرایط جدید است



گفتاری پیرامون تجارت الکترونیک؛

مبانی نظری یک رویکرد فراگیر

کمی بیشتر از نیم قرن گذشته، اینکه بتوان بدون طی طریق، دیدارهای حضوری متعدد و تحمل مشقت فراوان و تنها با صرف وقت چند دقیقه‌ای از پشت یک رایانه خانگی، مراوده‌ای تجاری را به سرانجام رساند، همان قدر بعید و دور می‌نمود که این روزها امکان زندگی بشر بر ماه و مریخ. آری؛ تجارت به معنای سنتی یعنی صرف هزینه و وقت فراوان و البته پذیرفتن ریسک بالا برای کسب سود. اما این مفهوم در دنیای نوین به واسطه توسعه فناوری اطلاعات کاملاً جایگاه خود را از دست داده و می‌توان گفت بالغ بر ۹۹ درصد مراودات اقتصادی در دنیای مدرن از بستر فناوری اطلاعات گذر کرده و به عبارتی تجارت سنتی به تجارت الکترونیک رسیده است. حال آنکه این تجارت الکترونیک یا رویه نوبافته بشر چیست و چه مزایایی دارد، دستمایه گفتار حاضر است. گفتاری که توسط محمدرضا حیدریان شهر بابکی و امین نیکپور، کارشناسان ارشد اقتصادی گردآوری و تدوین شده است.

خدمات، سرعت تحویل و... را ارتقا و موضوعاتی همچون هزینه‌ها را کاهش دهند.

تجارت الکترونیک از دیدگاه کلی؛ تعامل نظام‌های ارتباطی، نظام‌های مدیریت اطلاعات و امنیت است که به واسطه آنها امکان مبادله اطلاعات تجاری در رابطه با فروش محصولات یا خدمات میسر می‌شود. بنا بر این تعریف، اجزای اصلی تجارت الکترونیک عبارت از نظام‌های ارتباطی، نظام‌های مدیریت داده‌ها و امنیت است.

انواع تجارت الکترونیک بر مبنای نوع مبادلات

انواع تجارت الکترونیک بر مبنای نوع مبادلات مشتمل بر موارد زیر است:

تجارت بین بنگاه‌ها؛ این نوع از تجارت الکترونیک، انجام دادن تمام فعالیت‌های تجاری بین دو یا چند بنگاه را دربر می‌گیرد، که به صورت الکترونیک انجام می‌شود. فعالیت‌هایی از قبیل برگزاری مناقصات و مزایده‌ها، عملیات بازاریابی و نیز خرید و فروش که با اینترنت به‌سادگی قابل انجام است.

تجارت بین افراد و بنگاه؛ این نوع تجارت الکترونیک شامل فعالیت‌های تجاری بین افراد و بنگاه است. اغلب این نوع فعالیت‌های تجاری به صورت خرید محصولات اعم از کالا، خدمات و نرم‌افزار از بنگاه است. نمونه بارز این نوع از مبادلات خرید از خانه است، که افراد به واسطه آن می‌توانند

از تجارت الکترونیک، تعاریف متعددی ارائه شده است. در حقیقت مجموعه متنوع و وسیعی از تعاریف و مفاهیم برای تجارت الکترونیک وجود دارد که موضوعات، کاربردها و مدل‌های گوناگونی را در برمی‌گیرد. در گونه‌ای از این موارد، کوشیده شده است که تعاریف عامی ارائه شود و در گونه‌های دیگر در تعاریف به نوع فعالیت، امکانات ارتباطی و تجهیزات مورد استفاده، محدوده سازمانی فعالیت‌ها و زیرساخت‌ها توجه شده است. برخی از این تعاریف در ادامه آمده است:

تجارت الکترونیک از دیدگاه اتحادیه اروپا؛

هر شکلی از مبادله تجاری است که در آن طرفین ذی‌نفع به جای تبادل فیزیکی یا تماس مستقیم فیزیکی، به صورت الکترونیک تعامل کنند.

تجارت الکترونیک از دیدگاه ارتباطات؛

تحول خدمات، کالا و محصولات اطلاعاتی از طریق خطوط تلفن، شبکه‌های کامپیوتری و سایر وسایل ارتباطی.

تجارت الکترونیک از دیدگاه فناوری

اطلاعات؛ آن دسته از کاربردهای فناوری اطلاعات که به صورت سیستمی برای پشتیبانی و پیشرفت دادن جریان کاری و مبادلات تجاری ایجاد شده است.

تجارت الکترونیک از دیدگاه تجاری؛

ابزاری است که کسب‌وکارهای مختلف، شرکا و مشتریان آنها را قادر می‌کند موضوعاتی چون کیفیت

از منزل یا محل کار خود به خرید مبادرت ورزند. همچنین سازمان‌ها می‌توانند از خدمات افراد بهره گیرند. به این صورت که افراد، عرضه‌کننده و سازمان‌ها مصرف‌کننده هستند.

فرد به فرد؛ مشتریان به‌طور مستقیم با مشتریان دیگر ارتباط پیدا می‌کنند و از همدیگر خرید می‌کنند.

مردم به مردم؛ این نوع خاصی از مبادلات فرد به فرد است که مردم بین همدیگر سی‌دی، ویدئو، نرم‌افزار و دیگر کالاها را مبادله می‌کنند.

فرد به بنگاه یا فرد به حرفه؛ شامل افرادی است که به دنبال فروختن کالا و خدمات خود به شرکت‌ها و سازمان‌ها هستند.

تجارت الکترونیک درون بنگاه‌ها؛ که شامل مبادلات اطلاعات، خدمات و کالا میان بخش‌های مختلف بنگاه است.

بنگاه به کارمندان؛ یک بخش از تجارت الکترونیک درون سازمانی است، که در آن بنگاه به کارمندان خود کالا، خدمات و اطلاعات تحویل می‌دهد.

دولت به بنگاه؛ رابطه‌ای تجاری میان دولت و بنگاه‌هاست که در آن دولت به سازمان‌ها محصولات می‌فروشد، یا به آنها خدمات ارائه می‌دهد.

دولت به افراد؛ دولت از طریق ارتباطات الکترونیک به شهروندان، خدمات مختلف ارائه می‌کند.

دولت به دولت؛ شامل مبادلات میان دولت‌ها یا درون دولت‌هاست.

عوامل موفقیت (جنبه‌های فنی و سازمانی)

در بسیاری از موارد، شرکت استفاده‌کننده از تجارت الکترونیک نه تنها از طریق محصول خود، بلکه با داشتن یک گروه شایسته، خدمات مناسب پس از فروش، ساختار صحیح سازمانی، نظام‌های شبکه‌ای محکم و یک پایگاه اینترنتی جذاب از شکست نجات پیدا می‌کند. از جمله مهم‌ترین عوامل موفقیت در تجارت الکترونیک باید به مواردی چون انجام تحقیقات و تحلیل

- در زمینه معرفی و تبلیغ محصول، استفاده از تجارت الکترونیک، به‌ویژه با استفاده از اینترنت، دچار محدودیت‌های موجود در تبلیغات متعارف نبوده و در هر زمان در دسترس است و می‌تواند برای هر گروه خاص از مصرف‌کنندگان تغییر یابد؛ - مجاری معمول فروش را تغییر می‌دهد و امکان فروش مستقیم و بدون واسطه محصولات و خدمات جدید را به بازارهای راهبردی و تازه فراهم می‌کند. فروش آبی و روی خط (online)، به مقدار زیادی هزینه‌های فروش و نیاز به نیروی انسانی را کاهش می‌دهد؛

- زمان عرضه کاهش می‌یابد و محصولات جدید می‌توانند به محض آماده شدن در معرض فروش روی خط قرار گیرند؛

- خدمات پس از فروش به مشتری می‌تواند با امکان خیرگیری سریع دو طرف از یکدیگر و عرضه انواع خدمات به مشتری تسهیل و تکمیل شود؛

- ورود به بازارهای جدید و راهبردی بدون در نظر گرفتن مرزها میسر شده و فرصت‌های تجاری و شغلی جدیدی به وجود می‌آید؛

- قدرت تجزیه و تحلیل کالا افزایش می‌یابد؛

- قدرت تجزیه و تحلیل بازار افزایش می‌یابد؛

اما در مقابل، تجارت الکترونیک مسائلی را با خود به همراه دارد که اگر برای آنها راه‌حل مناسبی اتخاذ نشود، می‌تواند ویژگی‌هایش را تحت تاثیر قرار دهد؛ از جمله این موارد می‌توان به سهولت در سرقت اسرار و رموز محرمانه کاری شرکت‌ها، تبیین قوانین مالیاتی دقیق، تبیین قوانین گمرکی دقیق، آشنایی با قوانین کشورها، آداب، رسوم و فرهنگ‌های ملل، کلاهبرداری از طریق کارت‌های اعتباری، اعتماد، امنیت و غیرقابل فروش بودن تمام کالاها به‌صورت صددرصدی در اینترنت اشاره کرد.



و مالیاتی، کد تجاری محصول و ایجاد امنیت اطلاعات، تهیه و تدوین نظام مالی اطلاعات و نظام حقوقی اطلاع‌رسانی، محرمانه‌بودن اطلاعات شخصی، تطبیق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل بین‌المللی، همکاری دانشگاه‌ها، مراکز تحقیقاتی و سازمان‌های مختلف، پذیرش اسناد الکترونیکی توسط قوه قضاییه تامین خطوط ارتباطی پرسرعت و مطمئن و ایجاد بستر مخابراتی به شکل بی‌سیم است.

تجارت الکترونیک در برابر تجارت سنتی

هر فناوری پیشرفته، تهدیدها و فرصت‌های جدیدی برای سازمان‌ها ایجاد می‌کند. تغییر در فناوری، موجب تغییر در قانونمندی بازرگانی شرکت‌ها و متحول ساختن نظام‌های سازمانی و اجتماعی می‌شود. تکنولوژی اطلاعات به‌عنوان لبه پیشرو تکنولوژی‌های جدید در سه پارامتر سرعت، دقت و هزینه فعالیت‌ها می‌تواند تاثیرگذار باشد. به‌عبارت دیگر تکنولوژی اطلاعات می‌تواند چهار مزیت عمده ایجاد کند: ارزان‌تر (تولید خروجی‌های مشابه، با هزینه کمتر)، بیشتر (تولید خروجی‌های بیشتر، با هزینه مشابه)، سریع‌تر (تولید خروجی‌های مشابه، با همان هزینه در زمان کمتر)، بهتر (تولید خروجی‌های مشابه، با همان هزینه و همان زمان ولی با کیفیت بالاتر).

تجارت الکترونیک، موانع جغرافیایی و تفاوت روز و شب در مناطق مختلف را از میان بر می‌دارد و سبب ارتقای ارتباطات و گشودگی اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی می‌شود. تجارت الکترونیک راه هدایت کسب‌وکار را تغییر می‌دهد و به‌این ترتیب موجب تبدیل بازارهای سنتی به شکل‌های جدیدتر می‌شود. در حالی که تجارت الکترونیک و به‌ویژه نوع اینترنتی آن سبب ایجاد تغییرات چشمگیر در شرایط رقابتی شده است (به‌عنوان مثال ظهور و ورود سریع رقبای جدید، جهانی‌شدن رقابت، رقابت شدید در استانداردها و...)

فرصت‌های جدیدی برای جایگزینی کسب‌وکار، مشاغل و فرصت‌های شغلی جدید در زمینه‌های مختلف به‌وجود آورده است. به‌طور کلی می‌توان فواید تجارت الکترونیک را در قیاس با تجارت سنتی در موارد زیر دانست:

- جهانی‌شدن تجارت؛

- کاهش قیمت منابع برای

خرید؛

- افزایش درصد فروش؛

- دسترسی آسان به اطلاعات لازم؛

- کاهش هزینه‌های زمانی معاملات؛

- حضور در بازار به شکل «همه‌جا، همه‌کس،

همه‌وقت»

بازار، برخورداری از یک گروه مدیریتی مجهز به راهکارهای فناوری اطلاعات، مهیاکردن روشی ساده و مطمئن برای پذیرش تغییرات، فراهم‌آوردن قابلیت اتکا و اطمینان، داشتن دیدگاه مشترک با کارکنان، تهیه‌کنندگان و همکاران، ساختن نمونه کار تجاری مناسب، طراحی زنجیره ارزشی الکترونیکی که بر خلاف فروشگاه‌های سنتی، تنها روی افراد صالح تمرکز داشته باشد، بهره‌برداری از آخرین فناوری روز و مطابقت با تغییرات آن، راه‌اندازی یک سیستم اخطار و انعطاف‌پذیر برای پاسخگویی سریع به تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فیزیکی و تهیه یک پایگاه اینترنتی جذاب اشاره کرد.

همچنین به‌طور طبیعی، فروشنده در تجارت الکترونیک باید وظایف معمول خود را مانند صداقت در فروش محصول و عرضه آن در صورت وجود، اطمینان در دریافت هزینه حمل و مالیات و رسیدگی به شکایات با تمام توان و به‌طور موثر انجام دهد. یکی از قابلیت‌های منحصربه‌فرد محیط اینترنت این است که مشتری به اطلاعاتی مافوق آنچه در فروشگاه‌های سنتی وجود دارند، دسترسی پیدا می‌کند.

تفاوت مبادله الکترونیک داده‌ها با تجارت الکترونیک

در موارد زیادی دیده شده که مبادله الکترونیک داده‌ها را مترادف با تجارت الکترونیک دانسته و هرکدام را در جای دیگری به‌کار می‌برند. این دو تکنولوژی در اصل مشابه هم نبوده و به‌کلی مجزا هستند. البته می‌توان این‌طور گفت که تجارت الکترونیک مکمل مبادله الکترونیک داده‌هاست. مبادله الکترونیک داده به‌صورت سازوکاری تعریف می‌شود که به موجب آن انتقال و تبادل داده در راستای تحقق فعالیت‌های تجاری با ساختار و شکل تعریف‌شده و به‌کارگیری پیام‌های استاندارد شده بین‌المللی، توسط ابزار الکترونیکی از یک کامپیوتر به کامپیوتر دیگر انجام می‌شود. درحالی‌که تجارت الکترونیک عبارت از مبادله تجاری بدون استفاده از کاغذ است که در آن از مبادله الکترونیک داده‌ها به‌عنوان یک ابزار به همراه پست الکترونیک، تابلوی اعلانات الکترونیک، انتقال الکترونیک وب و سایر فناوری‌های مبتنی بر شبکه استفاده می‌شود. به‌عبارت دیگر مبادله الکترونیک داده‌ها به‌عنوان ستون فقرات تجارت الکترونیک عمل می‌کند. چنانچه از این تعریف بر می‌آید، تجارت الکترونیک حیظه‌ای بسیار وسیع‌تر از مبادله الکترونیک داده دارد.

بسترهای لازم برای تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک برای محقق شدن نیاز به بسترهای متعدد و متنوعی دارد که ضروری‌ترین آنها به ۹ بخش تقسیم می‌شود. این ۹ بستر شامل یک نظام بانکی روان و دقیق، قوانین گمرکی

هند

در هند و در اوایل دهه ۱۹۸۰ گام‌هایی در زمینه استفاده از رایانه به‌منظور مکانیزه کردن بانک‌ها برداشته شد به‌طوری‌که از طریق رشد شعب و دسترسی آسان به رایانه‌های خانگی، امکان ارائه خدمات به مشتریان فراهم شد. در سال ۱۹۸۸ در مورد طرح جامع رایانه‌ای کردن بانک‌ها و توسعه اتوماسیون در سایر بخش‌های بانکی مانند انتقال الکترونیکی منابع، سوئیفت و ماشین تولیداری خودکار و سایر موارد آن تصمیم‌گیری شد. از آنجا که تسهیل قوانین، به‌عنوان مهم‌ترین مکانیزم ایجاد رقابت در سیستم بانکاری کشورهای پیشرفته محسوب می‌شود، از این‌رو در اواخر دهه ۱۹۸۰ برای استفاده از فناوری در بخش بانکاری، اصلاحاتی در مقررات بانکاری هند ایجاد شد. توسعه فناوری اطلاعات هم از دهه ۱۹۹۰ در هند آغاز شد. با تغییر مقررات در سال ۱۹۹۳ بانک‌های خصوصی به عرصه اقتصاد وارد شدند و در سال ۱۹۹۶ بیشتر سرمایه‌گذاری‌های خارجی مورد

روسیه

به‌طور کلی سیستم‌های بانکاری الکترونیکی و تبادلات در روسیه مشتمل بر سیستم‌های پرداخت بین بانکی، سیستم‌های پرداخت بانک - مشتری، انتقالات کابلی، سپرده‌های مستقیم و سیستم‌های بانکاری به‌هنگام هستند که شرح کوچکی بر هر کدام در ادامه آمده است:

- سیستم‌های پرداخت بین بانکی: با این سیستم، مبالغ کلان مشتریان بین بانک‌ها مبادله می‌شود.

- سیستم‌های پرداخت بانک - مشتری: در این سیستم، مشتری به بانک مراجعه کرده و درخواست وصول مبلغی از بانک دیگر می‌کند. بانک نیز طی ۲۴ ساعت آن مبلغ را از طریق اینترنت یا تلفن وصول کرده و به حساب شخص واریز می‌کند. - انتقالات کابلی: در این سیستم از طریق ابزار الکترونیکی، مبالغ از یک بانک داخلی در روسیه به بانکی در خارج از کشور حواله می‌شود و برای افراد و شرکت‌ها هم ضروری نیست که حساب در بانک مقصد داشته باشند.

- سپرده‌های مستقیم: در این سیستم، مبالغ به‌طور مستقیم و به‌صورت

بازخوانی اصول مشترک تجربه‌های بانکداری الکترونیک در کشورهای جهان؛

رها از زمان و مکان

از هند و چین گرفته تا استرالیا و استونی؛ از غربی‌های توسعه‌یافته گرفته تا شرقی‌های در مسیر توسعه و باز هم از آمریکای جنوبی گرفته تا شمال آفریقا؛ هر کجا که الگویی تحت عنوان بانکداری الکترونیک طراحی و پیاده‌سازی شده باشد، با اندک تفاوت‌هایی در شکل، فصولی مشترک دارد: رهایی از زمان و مکان. برای واکاوی این موضوع از گزارشی که توسط موسسه دیتامانیتور که یکی از مهم‌ترین موسسات تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری الکترونیک در اروپاست، بهره جستیم که حاصل آن از نظرتان می‌گذرد. در گزارش حاضر تجربه بانکداری الکترونیک در کشورهای استرالیا، هند، هنگ‌کنگ، روسیه و استونی مورد بررسی قرار گرفته است.

مفهومی نوظهور

بانكداری الکترونیک در واقع اوج استفاده از تکنولوژی انفورماتیک برای حذف دو قید زمان و مکان از خدمات بانکی است. به‌عبارت دیگر، اگر تا دیروز ساعت کار بانک‌ها، تعداد و محل استقرار شعب بانک‌ها و... عوامل اصلی تسهیل گردش پول در جامعه شناخته می‌شدند، امروز با ارائه خدمات بانکداری الکترونیک همچون بانکداری خانگی، مینی بانک‌ها و... این عوامل کم‌کم به دست فراموشی سپرده شده‌اند.

تجرباتی مختلف؛ فصولی مشترک

موسسه دیتامانیتور که یکی از مهم‌ترین موسسات تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری الکترونیک در اروپاست، با مطالعه تطبیقی نحوه گسترش بانکداری الکترونیک در کشورهای روسیه، هندوستان، هنگ‌کنگ، استرالیا و استونی، به نتایجی دست یافته که گزیده‌ای از آن در ادامه می‌آید:

استرالیا

استرالیا، یکی از نمونه‌های موفق در زمینه بانکداری الکترونیک است. در سال ۱۹۹۸ استرالیا یکی از سریع‌ترین رشدهای اقتصادی را در جهان داشت و یک دلیل عمده آن استفاده از نوآوری در توسعه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و به‌کارگیری اینترنت بوده است. دولت استرالیا علاقمند به تبدیل کشور به مرکز پیشرفته اقتصاد دیجیتال دنیاست و با تشویق شرکت‌ها به پژوهش و تخفیف‌های مالیاتی در این زمینه و نیز آموزش عمومی حرفه‌ای در سطح وسیع، به‌صورت پیوسته از طریق ده‌ها برنامه آموزشی شرایط را هموار کرده است.

بانک‌های بزرگ استرالیا بر اساس تقاضای مشتریان، خدمات بانکی تعاملی را ارائه می‌دهند و روی عملیات انجام شده از سوی مشتریان، از طریق اینترنت نظارت دارند. همچنین سایر خدماتی که ایجاد ارزش افزوده می‌کنند مانند مدیریت بیمه، انجام عملیات بانکی لحظه‌ای و تبادلات ارز خارجی را نیز به‌صورت الکترونیک ارائه می‌دهند.

به استناد گزارش موسسه دیتامانیتور، با توجه به عملکرد بانک‌های تجاری کشورهای مختلف در زمینه بانکداری الکترونیک، استرالیا از بدو شروع فعالیت‌های بانکداری الکترونیک، عملکرد بسیار خوبی در این زمینه داشته است. به‌طوری‌که چهار بانک بزرگ استرالیا سیستم تسویه الکترونیک خودکار و همچنین سیستمی به نام مبادلات و انتقال برای حواله‌های فوری بین بانکی ایجاد کرده‌اند.

در استرالیا درآمد سرانه، رشد اقتصادی، تعداد دانشمندان تحقیق و توسعه، بودجه تحقیق و توسعه که از بسترهای عمومی بانکداری الکترونیک محسوب می‌شوند، از نظر جهانی در موقعیت بالایی قرار دارد. زیرساخت‌های تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و میزان دسترسی به آن نیز نشان از بستر مناسب گسترش بانکداری الکترونیک در این کشور دارد.



استونی

استونی هم در میان کشورهای موفق در حوزه بانکداری الکترونیکی جای دارد که فاکتورهای متعددی در موفقیتش دخیل بوده است. عمده‌ترین فاکتورهای تاثیرگذار در ایجاد و توسعه بانکداری الکترونیک در استونی را می‌توان در چهار محور قوانین، حکومت، جنبه‌های مدیریتی و دسترسی به طیف وسیعی از خدمات الکترونیکی جای داد. - قوانین: در فاز تکامل فناوری‌های جدید، قانون‌گذاری بیش از حد ضروری به‌نظر نمی‌رسد، زیرا این امر می‌تواند مانعی برای توسعه محسوب شده و سرعت آن را کاهش دهد. - حکومت: نقش حکومت، تقویت محیط است. استفاده حکومت از فناوری اطلاعات و ارتباطات، ذهنیت مثبتی ایجاد می‌کند و به‌عنوان واسطه مستقیمی برای بازارهای مالی محسوب می‌شود. - جنبه‌های مدیریتی: بانک‌های استونی در زمینه پیاده‌سازی اینترنت در بانکداری، معتقد به یک فرآیند بلندمدت سرمایه‌گذاری و نه هزینه کردن هستند. همچنین بر این باورند که موفقیت یا شکست در بانکداری الکترونیک، به‌وسیله میزان پیوند زیرساخت‌های فنی با فرآیندهای کسب‌وکار تعیین می‌شود.

- دسترسی به طیف وسیعی از خدمات الکترونیکی: بانک‌های الکترونیکی، تارنما‌های ویژه الکترونیک را برای شناسایی تامین‌کنندگان خدمات و ایجاد موقعیتی مناسب به‌منظور برقراری ارتباط با موسسات و شرکت‌ها فراهم کرده‌اند.

هنگ‌کنگ

آخرین کشوری که در پژوهش دیتامانیتور مورد بررسی قرار گرفته، هنگ‌کنگ است. به‌طور کلی مهم‌ترین ویژگی‌های بانکداری الکترونیک در هنگ‌کنگ شامل مواردی چون رقابت فزاینده بین بانک‌ها، توسعه و استفاده فزاینده از فناوری اینترنت، حرکت سریع بانک‌های کوچک به‌سمت بانکداری الکترونیک، تبدیل اقتصاد هنگ‌کنگ به یک اقتصاد مبتنی‌بر فناوری اطلاعات و توسعه بانکداری الکترونیک به‌عنوان یک وسیله تولیدکننده درآمد و نه فقط به‌عنوان یک وسیله برای صرفه‌جویی در هزینه می‌شود. اما بزرگ‌ترین مانع برای پذیرش بانکداری الکترونیک توسط مشتریان در این کشور، امنیت است، بنابراین بانک‌ها باید نسبت به سرمایه‌گذاری روی فناوری اطلاعات به‌منظور حفظ حریم شخصی افراد و همچنین برقراری امنیت متعهد باشند.

هزینه‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه حجم خدمات به مشتریان را افزایش داده و بهبود می‌بخشد. نکته حائز اهمیت در هند این است که به هر حال فناوری مورد استفاده در بانک‌های خصوصی و بانک‌های خارجی در ارتقای سطح بانکداری الکترونیک در بانک‌های دولتی تاثیرگذار بوده است.

البته پایین بودن نرخ سواد، جمعیت شهری، درآمد ناخالص ملی، محدودیت خطوط تلفن و وسایل ارتباط جمعی از موانع گسترش بانکداری الکترونیک در هند محسوب می‌شود و به‌نظر می‌رسد سطح فقر و جمعیت زیاد بیش از سایر عوامل موثر باشد. چنانکه با وجود افزایش فناوری در زمینه نرم‌افزارهای مبتنی بر Web و به‌کارگیری ماشین‌های خودپرداز ATM، فقدان زیرساخت‌های مناسب و قوی به‌ویژه خطوط مخابرات و عدم گسترش رایانه‌های شخصی در خانه از جمله موانع و محدودیت‌های مهم در توسعه بانکداری الکترونیک هند به‌شمار می‌روند.

شرکت‌ها و همچنین بین شرکت‌ها و مشتریان، تلاش برای فائق آمدن بر موانع و چالش‌های موجود در بانکداری ملی، ایجاد جذابیت در خدمات بانکداری، تشویق رقابت، ایجاد پویایی و بهبود وضع اقتصادی کشور، بهبود کارآیی در عملیات بانکداری و مشتری‌مداری اشاره کرد.

اما سیستم‌های بانکداری الکترونیکی روسیه عاری از ضعف هم نیست که از میان چالش‌ها و نقاط ضعف باید اشاره‌ای به عدم آشنایی کافی مشتریان با بانکداری الکترونیک، اطمینان کم مشتری به سیستم بانکداری الکترونیک به‌ویژه پس از وقوع بحران‌های مالی، ضعف مقررات مربوط به رقابت خارجی و غیرقابل پیش‌بینی بودن حوادث مربوط به بازار ارز و عدم ترویج و ارتقای سطح به‌کارگیری اینترنت از سوی دولت داشت.

ایجاد و توسعه بانکداری الکترونیک، مستلزم برخورداری از برخی زیرساخت‌های مناسب اقتصادی و اجتماعی است. شبکه‌های ارتباطی و مخابراتی مناسب، امنیت تبادل اطلاعات، زیرساخت‌های حقوقی و قانونی مناسب و آمادگی فرهنگی جامعه و بنگاه‌های اقتصادی برای پذیرش و استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، مهم‌ترین زیرساخت‌ها هستند. بنابراین برای توسعه و گسترش مناسب بانکداری الکترونیک باید نسبت به ایجاد این زیرساخت‌ها اهتمام ورزید.

حمایت قرار گرفتند و با افزایش متخصصان فناوری اطلاعات، حضور سرمایه‌گذاران خارجی در زمینه بانکداری به‌طور عملی افزایش یافت. در نتیجه رقابت و تحولات فناوری، شکل بانکداری در هند تغییر کرده و تغییرات ایجاد شده، رقابت را بر صنعت بانکداری تحمیل کرده است. چنانکه بانک «رزرو» هند یک گروه کاری را به‌منظور آزمایش جنبه‌های متفاوت بانکداری الکترونیک ایجاد کرده که این گروه بر سه حوزه از بانکداری الکترونیک، مباحث امنیتی و تکنولوژیکی، مباحث قانونی و مباحث نظارتی و حقوقی متمرکز شده است. از ۱۳ مارس ۲۰۰۲ هم آی.سی.سی. به‌عنوان اولین بانک جهانی هند ظاهر شد. بانک آی.سی.سی، خیلی سریع درک کرد که بانکداری الکترونیک، بانک را از یک وسیله تحویل، به یک وسیله تولیدکننده و توزیع‌کننده محصولات و خدمات متنوع تبدیل کرده است. آی.سی.سی. اکنون در حال حرکت به‌سمت ادغام مجازی است. این عمل نه‌تنها

الکترونیکی از حساب دولت برداشت و به‌صورت مستقیم به حساب اشخاص واریز می‌شود.

- سیستم‌های بانکداری به‌هنگام: این سیستم‌ها به دو صورت سیستم‌های مبتنی‌بر نرم‌افزار (سیستم بانک و مشتری) و سیستم‌های مبتنی‌بر شبکه (بدون حضور فیزیکی مشتری در بانک) هستند.

حال این شیوه‌ها نقاط ضعف و قوت متعددی دارند که موسسه دیتامانیتور برخی از برجسته‌ترین این مزیت‌ها و چالش‌ها را فهرست کرده است. از جمله نقاط قوت سیستم‌های بانکداری الکترونیکی روسیه می‌توان به برقراری ارتباط با شعب به‌وسیله شبکه‌های به هم پیوسته و سیستم‌های مبتنی‌بر شبکه، تمرکز فعالیت در سطح شعب و توسعه سیستم‌های پرداخت الکترونیکی برای تبادلات بین

جمع‌بندی

ایجاد و توسعه بانکداری الکترونیک، مستلزم برخورداری از برخی زیرساخت‌های مناسب اقتصادی و اجتماعی است. شبکه‌های ارتباطی و مخابراتی مناسب، امنیت تبادل اطلاعات، زیرساخت‌های حقوقی و قانونی مناسب و آمادگی فرهنگی جامعه و بنگاه‌های اقتصادی برای پذیرش و استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، مهم‌ترین زیرساخت‌ها هستند. بنابراین برای توسعه و گسترش مناسب بانکداری الکترونیک باید نسبت به ایجاد این زیرساخت‌ها اهتمام ورزید.

تاریخچه اختراع و نوآوری خودپرداز شبیه به آنچه امروزه استفاده می‌شود در دنیا، به دهه ۱۹۶۰ میلادی بازمی‌گردد.

گفت‌وگو با یک پژوهشگر پیرامون سال‌های آغاز بانکداری الکترونیک در جهان و ایران؛ پدر بزرگ ATM‌های امروزی از کجا آمدند؟

اختراع خودپرداز پول، از آن دسته اختراعاتی بوده که اختلاف نظر بر سر اینکه چه کسی اولین بار به آن دست یافته زیاد است. آیا مستندی وجود دارد که در نهایت این اختراع به نام چه کسی ثبت شده از کدام کشور سر بر آورده است؟

تاریخچه شکل‌گیری این صنعت، با وجود جوان بودن با کشمکش‌هایی روبه‌رو بوده است و حداقل ۴ مدعی متفاوت تا پای دادگاه بر سر ثبت اختراع آن، اختلاف نظر داشته‌اند. اما اولین و شاید موفق‌ترین ادعای اختراع، به لحاظ شواهد و مدارک اختراع، مربوط به اختراعی در انگلیس است که توسط یکی از مهندسان خبره شرکت صنایع اسمیت با همکاری شرکت گاو صندوق و قفل به نام CHUBB به ثبت رسید. سیستم CHUBB اولین بار در ۳۱ جولای ۱۹۶۷ در شعبه ویکتوریایی بانک وست‌مینستر نصب شد. این نصب به‌دنبال همکاری بانک و شرکت CHUBB به‌منظور ارائه این محصول به بازار، ۴ ماه به طول انجامید. ولی برای شفاف شدن موضوع ثبت اختراع، تحقیقات مفصلی انجام شده است و بر

از تولد دستگاه‌های خودپرداز پول در جهان کمی بیشتر از ۵۰ سال می‌گذرد و از ورودشان به ایران کمی بیشتر از ۴۰ سال؛ اتفاقی که بدون شک باید آن را نقطه عطف تحول بانکداری در جهان نامید. نقطه‌ای که پس از گذشت نیم قرن، امروزه قابلیت‌های بانکداری الکترونیک را به انحصار مختلف به رخ می‌کشد. اما اینکه این نقطه تحول از کجا آغاز شده و چگونه به ایران رسیده، نه اینکه دغدغه همه باشد، اما اذهان بسیاری را به خود معطوف کرده است. از این رو به سراغ خانم زینب مهنایی، پژوهشگر آزاد و فعال بخش خصوصی رفتیم. او که سال‌هاست در حوزه بانکداری الکترونیک و زیرشاخه‌های مرتبط فعالیت می‌کند، تحقیقات مبسوطی را پیرامون روزهای آغاز بانکداری الکترونیک انجام داده بخشی از این یافته‌های پژوهشی و تحقیقاتی خود را طی مصاحبه‌ای کوتاه در اختیار ما قرار داد.

متصل بود، اهرم سوپاپی را باز می‌کرد که سبب خارج شدن آب می‌شد. صفحه به‌دلیل وزن سکه به‌تدریج شروع به کج شدن می‌کرد تا زمانی که سکه از روی آن بیفتد. افتادن سکه موجب برگشتن صفحه و در نتیجه اهرم به جای خود شده که در نهایت موجب بسته شدن سوپاپ و قطع جریان آب می‌شد.

شکل امروزی آن چطور؟ چند سال از عمر آن می‌گذرد؟

اختراع دستگاه خودپرداز پول یک پدیده معاصر است یا اینکه ریشه در تاریخ چندصد ساله یا بیشتر دارد؟
گفته می‌شود هیرو در اسکندریه (مشهور به هرون) مهندس و ریاضیدان یونانی قرن اول میلادی سازنده اولین دستگاه خودپرداز است. ماشین خودپردازی که هرون ساخت در مقابل دریافت سکه‌های برنزی مقداری آب مقدس تحویل می‌داد. وقتی که سکه وارد دستگاه می‌شد روی صفحه‌ای می‌افتاد که به اهرمی

گزاره‌های کوتاه از مزایای بانکداری الکترونیک

پنج مزیت برای مشتری

سهولت در پرداخت قبوض

در نظام بانکداری سنتی، مشتریان خدمات شهری برای پرداخت قبض‌های مختلف از جمله آب، برق، گاز و تلفن، ناگزیر از مراجعه به شعبه‌های بانک در موعدهای زمانی معین بودند. باید توجه داشت که پرداخت قبوض به‌صورت حضوری در شعبه، سبب افزایش هزینه‌های مشتریان، موسسات ارائه‌دهنده خدمات و بانک‌ها می‌شود. امروزه مشتریان خدمات شهری با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، امکان پرداخت قبوض خود بدون نیاز به مراجعه حضوری به شعبه‌های بانک و با استفاده از مسیرهای پرداخت الکترونیک مانند دستگاه‌های خودپرداز، پایانه‌های فروش، بانکداری اینترنتی و... را دارند. بررسی آماری قبوض صادرشده از سوی سازمان‌های مختلف نشان‌دهنده آن است که سالانه نزدیک به یک میلیارد برگه قبض در کشور صادر شده و برای هر قبض هزینه‌ای در حدود ۹ هزار ریال صرف می‌شود تا قبض از موسسه صادرکننده به دست مشتری برسد و بعد از پرداخت، مبلغ قبض به حساب ارائه‌کننده خدمات واریز شود. حال با در نظر گرفتن هزینه سفرهای درون شهری مشتریان برای پرداخت قبوض، هزینه‌های صدور قبوض الکترونیکی، تاخیر مشتریان در پرداخت قبض و مواردی از این دست، هزینه

اینترنت بانک، همراه بانک، تلفن بانک و دیگر مواردی از این دست، خدماتی است که مشتریان شبکه بانکی به‌واسطه توسعه بانکداری الکترونیک از آن بهره‌مند شده‌اند. حال استفاده از این سرویس‌های جدید چه دستاوردهایی برای مشتریان شبکه بانکی داشته، موضوع گفتار پیش‌روست که پنج مزیت عمده بانکداری الکترونیک را برای مشتریان شبکه بانکی بررسی می‌کند.

صرفه‌جویی در زمان

مهم‌ترین مزیت بانکداری الکترونیک، صرفه‌جویی در زمان به‌عنوان ارزشمندترین دارایی مشتریان است. زمان لازم برای هر تراکنش بر حسب نردقیقه، در بانکداری الکترونیک، کمتر از زمان لازم برای عملیات مشابه در بانکداری سنتی است. استفاده از سامانه‌های پرداخت و انتقال وجه الکترونیکی، سرعت انتقال وجه را افزایش داده است. همچنین انجام عملیات بانکی از طریق درگاه‌های الکترونیکی، نقش چشمگیری در کاهش هزینه زمان‌های از دست رفته مشتریان در صفوف طولانی بانه‌های شعب ایفا می‌کند.

آن دستگاه‌ها با ATM فعلی چه تفاوتی داشتند؟

این دستگاه‌ها پول شمار نداشتند و پول را در پاکت می‌گذاشتند و البته با مبلغ واحد هزار تومان که ظاهراً در سال ۱۳۵۷ به هفت‌هزار تومان افزایش یافت و دارندگان کارت که کارت خود را درون خودپرداز می‌گذاشته‌اند روزانه یک پاکت پول هزار تومانی می‌توانستند دریافت کنند. کارت به حساب هم وصل نبوده و خودپرداز به تنهایی و مستقل از حساب کار می‌کرده است. در واقع شعبه در روز کاری بعد، مبلغ برداشت شده را از حساب مشتری کسر می‌کرد.

و به‌عنوان پرسش پایانی، اکنون نمونه‌ای از آن خودپردازها وجود دارد؟

من خیلی گشتم تا دستگاه اوراق شده و از رده خارج شده اینها را پیدا کنم و موفق نشدم در تهران نمونه‌ای از آن را بیابم. هم‌زمان با این تحقیقات مطلع شدم که دستگاهی از مدل سری دوم خودپردازهای بانک تهران (CHUBB MD4s) در شعبه دهم دی مشهد بانک ملت (بانک تهران بعد پیروزی انقلاب اسلامی در بانک ملت ادغام شد) وجود دارد. به نظر من لاشه‌ای که از ATM در مشهد هست نمونه منحصر بفردی در دنیا محسوب می‌شود.

البته این پول در قالب اعتبار و از طریق کارت اعتباری به مشتریان اعطا می‌شد و مشتریان به حساب خود دسترسی نداشتند. در نتیجه و همان‌طور که پیشتر اشاره کردم اولین و شاید موثق‌ترین ادعای اختراع، به لحاظ شواهد اختراع، مربوط به اختراعی در انگلیس است.

خب، بپردازیم به ایران. گفته می‌شود این دستگاه‌ها در اوایل دهه پنجاه وارد ایران شده‌اند. آیا تاریخ درستی است؟

در واقع می‌توان دهه شصت میلادی را دهه ثبت اختراع ماشین پرداخت پول و دهه هفتاد میلادی را اولین دهه نصب نمونه‌های واقعی خودپردازها نامید. ایران نیز در این سال‌ها در تکاپوی نصب اولین خودپرداز خود بود. در این راستا بانک تهران، دستگاه خودپرداز مدل CHUBB MD2 را در سال ۱۹۷۱ میلادی برابر سال ۱۳۵۰ وارد کشور کرده و در شعب خود در تهران نصب کرد. شعبی که برای اولین بار این دستگاه‌ها در آنها نصب شدند عبارت بودند از چهارراه پهلوی، تخت جمشید، جمالزاده، تجریش، بازار و فردوسی. بعدها بانک تهران تعداد آنها را به ۱۲ دستگاه در کل کشور افزایش داد. این دستگاه‌ها در شهرهای تهران، چالوس، اصفهان، شیراز، مشهد، تبریز و رشت نصب شدند.

اساس نظرسنجی از مردم و کارکنان شبکه بانکی و حداقل خصوصیات مورد انتظار برای این دستگاه، اختراع دیگری به نام «جان شفرود بارون» از شرکت De La Rue در ۲۷ ژوئن ۱۹۶۷ (یک‌ماه قبل از ثبت CHUBB)، ثبت شده است.

اما گاهی عنوان می‌شود که آمریکا و ژاپن نخستین طراحان و مجریان استفاده از دستگاه خودپرداز پول بوده‌اند؟

تلاش برای ساخت اولین خودپرداز به شکل امروزی، در بانکداری تقریباً به‌طور هم‌زمان در کشورهای ژاپن، سوئد، ایالات متحده آمریکا و انگلستان انجام شده است. چنانکه در آمریکا، نام «لوتر جورج سیم جیان» به‌عنوان مخترع ماشین پرداخت پول ثبت شده است. در حالی که ماشین ایشان، پولی پرداخت نمی‌کرد و فقط از شما پول می‌گرفت. معرفی دستگاه او به بازار که بنکوگراف نامیده می‌شد، ۲ سال طول کشید. نسخه آزمایشی دستگاه در سیتی‌بانک نیویورک در سال ۱۹۶۱ نصب شد. اما ۶ ماه بعد به دلیل عدم استقبال عمومی جمع شد. این دستگاه سپرده‌گذاری پاکتی (سکه، اسکناس و چک) را مورد پشتیبانی قرار می‌داد و فاقد امکان پرداخت پول بود. اولین نمونه ماشین پرداخت پول در توکیو هم در سال ۱۹۶۶ به ثبت رسیده است که

کاهش ساعات کاری و نیز تاخیر در انجام عملیات بانکی مشتریان را کاهش می‌دهد.

کاهش مخاطرات ناشی از حمل فیزیکی وجوه نقد

یکی از عمده‌ترین خطرات تهدیدکننده مشتریان در بانکداری سنتی، خطر سرقت یا مفقود شدن پول نقد است. استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیک از قبیل کارت‌های پرداخت و اینترنت‌بانک، با بی‌نیاز کردن مشتریان از حمل وجه نقد، خطر سرقت و مفقود شدن سرمایه نقدی ایشان را کاهش داده و علاوه بر فراهم آوردن آسودگی خاطر بیشتر برای مشتریان، منجر به کاهش هزینه‌های نگهداری و مراقبت از سرمایه نقدی آنان می‌شود. افزون بر این، رواج پول الکترونیک، کلاهبرداری‌های ناشی از استفاده از وجوه نقد تقلبی را به شدت کاهش می‌دهد.

کاهش هزینه‌های رفت‌وآمد و ترافیک شهری

با استفاده از بانکداری الکترونیک، مشتریان بانک‌ها قادر خواهند بود بدون نیاز به مراجعه به شعب بانک یا حتی عابر بانک‌ها، بخش بزرگی از عملیات بانکی مورد نظر خود مانند پرداخت قبوض، انتقال وجوه و... را انجام دهند. به این ترتیب، بانکداری الکترونیک از طریق کاهش حجم مراجعات بانکی مشتریان، سبب کاهش هزینه‌های رفت‌وآمد آنان خواهد شد. در نتیجه کاهش میزان رفت‌وآمد با خودرو هم سبب کاهش مشکل ترافیک شهری، به‌ویژه در شهرهای بزرگ می‌شود.

سالانه خدمات ارائه شده به مشترکان، بالغ بر ۹ هزار میلیارد ریال تخمین زده می‌شود. این در حالی است که استفاده نکردن از مسیرهای سنتی برای صدور و ارسال قبوض برای مشترک و استفاده از مسیرهای الکترونیکی مانند تلفن، ایمیل و پیامک برای این کار و همچنین استفاده از ابزارهای پرداخت الکترونیک توسط مشترکان، سبب کاهش چشمگیر هزینه‌های طرفین، کاهش مشکلات پرداخت و اجتناب از جریمه‌های ناشی از تاخیر در پرداخت قبوض و نیز صرفه‌جویی در زمان خواهد شد.

سهولت استفاده از خدمات بانکی بدون محدودیت مکان و زمان

در بانکداری سنتی، ارائه خدمات به مشتریان از نظر مکان به شعبه بانک و از نظر زمان به ایام غیر تعطیل و ساعات‌های اداری محدود است. بنابراین مشتریان برای انجام امور بانکی، مجبور به ترک محل کار خود و مراجعه به شعبه مورد نظر هستند و افزون بر این، عدم دسترسی به خدمات بانکی در ایام تعطیل، مشکلات متعددی را برای مشتریان به وجود می‌آورد. همچنین به دلیل حجم انبوه عملیات بانکی در شعب در روزهای پایانی ماه یا پایان سال، مشتریان برای افتتاح حساب و واریز وجوه با مشکلات فراوانی مواجه می‌شوند. از این‌رو بانکداری الکترونیک با از بین بردن موانع زمانی و مکانی، دسترسی ۲۴ ساعته به خدمات بانکی را در تمام اوقات فراهم کرده و مشتریان می‌توانند در هر لحظه نسبت به گشایش حساب و دیگر خدمات بانکی مورد نیاز اقدام کنند. به این ترتیب، بانکداری الکترونیک هزینه‌های ناشی از

اداره کل روابط عمومی