

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بانكداری الكترونیکی

9

پذیرش بانكداری الكترونیکی در میان شهروندان افغانستان

محقق:

رسول خان امین



كابل: ۱۴۰۳ خورشیدی

سرشناسه: امین، رسول خان امین (۱۴۰۳ خورشیدی)
مشخصات نشر: کابل، انتشارات زرگام
خصوصیات ظاهری: ۲۶۰ صفحه
BBN: ده فصل
موضوع: بانکداری الکترونیکی



مشخصات کتاب

**بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در
میان شهروندان افغانستان**

○ محقق: رسول خان امین
○ ناشر: انتشارات زرگام
○ صفحه آرا: اکرام الدین سعیدی
○ طراح جلد: اکرام الدین سعیدی
○ نوبت و سال چاپ: اول، ۱۴۰۳ خورشیدی
○ قطع و تیراژ: وزیری، ۱۰۰۰ نسخه
○ قیمت: (۲۰۰) افغانی
○ نشانی: کابل، جوی شیر، کوچه دوم، انتشارات زرگام.
○ شماره تماس: ۰۷۸۶۷۷۰۴۵۴

حق چاپ، ترجمه، تکثیر و کاپی برای ناشر و نویسنده محفوظ است.

Email: Shairwalinoori3310@gmail.com

«وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ» (النور، آیه ۲۹)

ترجمه: «بگو: عمل کنید، پس خداوند و پیامبر او و مؤمنان (عمل شما را) خواهند دید و شما به سوی عالم غیب و شهادت باز می گردید و او (خدا) شما را از آنچه می کردید آگاه خواهد ساخت.»

پیام محقق

از خداوند بزرگ و مهربانم که همواره هدایتگر و یاور انسان‌هاست، سپاسگزارم. هر لحظه‌یی از این مسیر، مرهون عنایت‌های بی‌پایان اوست و امیدوارم که این تحقیق و اثر کوچک، گامی باشد در راستای خدمت به علم و دانش، نظام بانکداری کشور عزیزم افغانستان و به‌ویژه برای کسانی که در جست‌وجوی علم و دانش بانکداری‌اند.

سخن ناشر

خداوند بزرگ (ج) را بی‌نهایت سپاس گزاریم که انتشارات زرگام را توفیق داد کتاب «بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان» اثر حاجی رسول خان امین را چاپ کند.

انتشارات زرگام از آغاز تأسیس تا حال کتاب‌های متعدد در رشته‌های مختلف را به خواستاران علم و فرهنگ کشور پیشکش کرده است و اینک با تصحیح و ویرایش دقیق، کتاب حاضر را به نشر می‌رساند. هدف انتشارات زرگام این است که با استمداد از عنایت خداوند (ج) و همت و همکاری دانشمندان و استادان متعهد و دلسوز، به مطالعات و پژوهش‌های لازم پردازد؛ و در هرکدام از رشته‌های علوم انسانی به تألیف و ترجمه منابع درسی اصلی، فرعی و جنبی اقدام کند.

انتشارات زرگام در نظر می‌گیرد:

اثر، مفید و مؤثر باشد؛

اثر، ارزشمندی در ابعاد فرهنگی و علمی داشته باشد؛

اثر، علمی نگارش شده باشد.

از استادان و صاحب‌نظران ارجمند تقاضا می‌شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این مؤسسه نشراتی را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار موردنیاز جامعه دانشگاهی اسلامی افغانستان یاری دهند و آرزو داریم که همچنان توفیق خدمت دوام‌دار و شایسته را در عرصه‌ی چاپ و نشر داشته باشیم. انتشارات زرگام در خدمت فرهنگیان کشور قرار دارد.

با احترام

شیر ولی نوری

مدیرمسئول انتشارات زرگام

اهداء

- این کتاب را با احترام فراوان به جناب محترم شیخ الحدیث الحاج مولوی عبدالحکیم حقانی معین وزارت امور شهدا و معلولین؛ عالم جید، دانشمند فرهیخته و مجاهد دلیر تقدیم می‌کنم. جناب شیخ صاحب شما با علم و اندیشه‌تان به جامعه خدمت کرده‌اید و با جهاد، ایستادگی و فداکاری‌تان در راه تحقق نظام اسلامی، آزادی و عزت، الگویی بی‌نظیر برای نسل‌های آینده بوده‌اید. امیدوارم که این اثر کوچک بتواند قدمی در جهت ارج نهادن به تلاش‌ها و مبارزات شما باشد.
- این کتاب را با افتخار به ملت شریف و مجاهد افغانستان تقدیم می‌کنم. به مردان و زنان مجاهدی که با ایستادگی و فداکاری‌های بی‌نظیر خود در برابر ظلم و تجاوز، طاغوتان بزرگ جهان روس و امریکا تاریخ‌ساز شدند؛ و همیشه با خون و جان خود از دین اسلام، آزادی، کرامت و استقلال این سرزمین دفاع کردند. شما با مقاومت و فداکاری‌تان، درس بزرگ ایثار، شجاعت و پایداری به جهانیان آموختید و همواره در قلب تاریخ این سرزمین خواهید بود. امیدوارم این اثر کوچک، نشانه‌یی از ارادت و سپاس‌گزاری به شما باشد.

سپاس نامه

خواننده گرامی، همیشه عادت دارم، در کتاب‌هایم از عزیزانی که در نگارش، تصحیح و جمع‌آوری مواد برای اثرهایم به من کمک کرده‌اند، تشکر و سپاس‌گزاری کنم تا خوانندگان از اهمیت نقش آن‌ها آگاه شوند؛ بدین‌وسیله از تمامی عزیزانی که در نگارش و تدوین این تحقیق همکاری کرده‌اند، صمیمانه سپاس‌گزارم. بدون یاری و همدلی شما، این اثر به سرانجام نمی‌رسید. از کمک‌های بی‌دریغ و دانش‌افزایی شما در فرآیند تحقیق، ویرایش و ارائه پیشنهادهای ارزشمند، کمال تشکر را دارم. حضور شما در این مسیر برای من مایه افتخار بوده و امیدوارم که این کتاب بتواند گوشه‌یی از تلاش‌های شما را به‌درستی بازتاب دهد. بنابراین، جهت تقدیر و ارج نهادن به زحمات‌های دوستان‌مان نام‌های‌شان را ذکر می‌کنم:

(جناب آقای الحاج ملا عبدالمجید آخند صاحب وزیر محترم وزارت امور شهدا و معلولین).

با کمال احترام و ارادت، بدین‌وسیله مراتب سپاس و قدردانی خود را از حمایت‌ها و زحمات شبانه‌روزی شما در وزارت محترم امور شهدا و معلولین ابراز می‌دارم. تلاش‌های مستمر و تدابیر حکیمانه شما بزرگوار در راستای خدمت‌رسانی به خانواده‌های شهدا، یتیمان، ایتام و معلولین همواره الگوی یک مسئول متعهد و دلسوز بوده است.

خدمات ارزنده شما در بهبود شرایط زندگی این هموطنان عزیزمان و فراهم کردن امکانات مناسب، قطعاً تأثیرات مثبتی در جامعه خواهد داشت. این حرکت‌های خداپسندانه و انسان‌دوستانه، بی‌انگرس روحیه فداکاری و توجه شما به قشرهای آسیب‌پذیر است که همواره مورد توجه و احترام جامعه قرار دارد.

امیدواریم که با رهنمودهای شما، بتوانیم شاهد دستاوردهای بیشتری در این حوزه باشیم و در سایه تلاش‌های مستمر، آینده‌ای بهتر و روشن‌تر برای خانواده‌های معزز شهدا و معلولین افغانستان رقم بخورد.

(جناب آقای الحاج مولوی محمد امین درویش رییس مالی وزارت امور شهدا و معلولین)

که با دلسوزی‌های فراوان، مهم‌ترین و بیش‌ترین نقش را در شکل‌گیری و نگارش این کتاب بر عهده داشته است و از صمیم قلب از جناب‌شان ممنونم؛ و همیشه برایم وقت دادند تا مصروف تحقیق و نوشتن این کتاب باشم.

(جناب آقای محترم حاجی مولوی صاحب فدا محمد فیضان رییس دفتر د افغانستان بانک)

برادر بزرگوارم که همیشه راهنما و مشوق خوبی در راستای تحقیق و کسب دانش بانکداری همراهم بوده‌اند؛ و در قسمت تهیه منابع این تحقیق با من همکاری شایان‌ذکر کردند؛ همچنین با حوصله‌مندی تمام کتاب را مطالعه نموده و برایش تقریظ هم نوشتند.

(جناب آقای محترم الحاج محب الله صاحبزاده رییس محاسبات وزارت مالیه) به خاطر

همکاری و حمایت‌های بی‌دریغ‌شان در نوشتن این کتاب تقدیر می‌کنم. حضورشان نه تنها به عنوان یک منبع ارزشمند از دانش و تجربه، بلکه به عنوان یک مشاور دلسوز، نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری و تکمیل این تحقیق داشت.

آقایان محترم هر یک:

آقای محترم خان الله یوسفزی سرپرست عزیزی بانک؛

آقای محترم شعیب یوسفی آمر عملیاتی عزیزی بانک؛

آقای محترم حاجی صاحب امین خوستوال مدیر عملیاتی؛

آقای محترم حاجی صاحب مجیب الرحمن احمدی مدیر نمایندگی؛

آقای محترم حشمت الله رحیمی، معاون عمومی معاشات و خدمات بانکی؛

جناب آقای محترم محمد عزیز شهید مدیر شعبه بانکداری الکترونیکی عزیزی بانک.

برادران عزیز، خدمات شما در زمینه رسیدگی به مشکلات و مسائل مربوط به وزارت امور شهدا و معلولین فراموش ناشدنی است؛ و از زحمات و تلاش‌های صادقانه شما در ارتقای بخش عملیاتی که نقشی مهم و کلیدی در روند بهبود و رشد عزیزی بانک ایفا کرده است،

صمیمانه قدردانی می‌نماییم. امید است همواره در مسیر پیشرفت و تعالی، موفق و سربلند باشید.

**(جناب آقای محترم عبدالبصیر احمدی مدیر عملیاتی بخش نظارت ماشین‌های ATM
عزیزی بانک)**

برادر عزیز احمدی صاحب، خدمات شما در زمینه رسیدگی به مسائل مربوط به دستگاه خودپرداز و راهنمایی‌های دقیق و مؤثری که ارائه دادید، بسیار برای من مفید و قابل توجه بود. شما با دقت و تلاش خود باعث شدید تا مشکل اداره ما (وزارت شهدا و معلولین) همیشه به سرعت حل شود.

(جناب آقای محترم طارق حقجو استاد پوهنتون کابل) که در قسمت ویرایش کتاب با ما همکاری شایان ذکر نموده‌اند. با وجود این که درگیری‌ها و مصروفیت‌های جناب استاد خیلی زیاد بود؛ ولی لطف نموده با بنده همکاری کردند.

(جناب آقای محترم نورالله امانیار و عبدالاحد خان امین) برادران عزیز و همکاران خستگی‌ناپذیرم که در تمام مراحل این کتاب همراه بودند و البته غلط‌های نوشتاری من را تصحیح کردند.

(جناب آقای ضیا محمد فدایی؛ مسئول کتابخانه وزارت مالیه، جناب آقای عبدالاحمد صدیقی؛ مسئول کتابخانه عامه، جناب آقای ثاقب؛ مسئول کتابخانه د افغانستان بانک، جناب آقای نصیب‌الله اندر؛ مسئول کتابخانه آکادمی علوم) از این بزرگواران سپاسگزارم که در قسمت تهیه منابع کتاب با بنده همکاری شایان ذکر کردند.

(استاد اکرام‌الدین سعیدی) برادر گرامی‌مان که در صفحه‌آرایی و دیزاین پشتی کتاب با ما هم‌کار بود.

(شیر ولی نوری مدیرمسئول انتشارات زرگام) که در سریع‌ترین زمان ممکن کتاب را چاپ کردند؛ و پیگیری‌های لازم را برای انتشار کتاب انجام دادند و به آراستگی و زیبایی هرچه تمام‌تر، این کتاب را به طبع رساندند.

تقریظ

الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له. أشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله. اما بعد.

تحقیق تحت عنوان «بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان» یکی از مطالعات مهم و اساسی در حوزه نظام بانکی کشور به شمار می‌رود که با رویکرد علمی و تحلیل دقیق به بررسی موضوعی روز و حیاتی پرداخته است. نویسنده این تحقیق با درکی عمیق از شرایط اجتماعی و اقتصادی افغانستان، توانسته است جنبه‌های گوناگون بانکداری الکترونیکی را به شکلی جامع بررسی کند و به تحلیل نقاط قوت و ضعف این سیستم بپردازد.

یکی از ویژگی‌های برجسته این مطالعه، پرداختن به چالش‌های زیربنایی و محدودیت‌های دسترسی به خدمات الکترونیکی در افغانستان است. این تحقیق به مسائلی چون کمبود آگاهی عمومی نسبت به سیستم‌های دیجیتال و سایر موارد اشاره کرده که بررسی این موارد می‌تواند به سیاست‌گذاران و نهادهای مالی کمک کند تا برای رفع مشکلات موجود و جلب اعتماد عمومی اقدامات مؤثری انجام دهند.

همچنین، تحقیق مزایای بانکداری الکترونیکی را به‌خوبی موردبررسی قرار داده و نشان داده است که چگونه این سیستم می‌تواند با کاهش هزینه‌های مالی، تسریع در انجام معاملات و تسهیل دسترسی به خدمات بانکی، تأثیر مثبتی بر فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی کشور، به‌ویژه در مناطق دورافتاده، بگذارد.

از دیگر نقاط قوت این مطالعه، ارائه پیشنهادهای عملی برای گسترش بانکداری الکترونیکی در افغانستان است. نویسنده با بهره‌گیری از تجربیات جهانی و تحلیل‌های تخصصی، راهکارهایی مانند آموزش مالی، توسعه زیرساخت‌های الکترونیکی را برای تسریع پذیرش این سیستم پیشنهاد کرده است. این راهکارها می‌توانند به عنوان نقشه راهی برای بهبود نظام بانکی و گسترش اعتماد عمومی مورد استفاده قرار گیرند.

در نهایت، این تحقیق نه تنها یک منبع ارزشمند برای متخصصان حوزه بانکداری بشمار می‌آید، بلکه می‌تواند به عنوان راهنمایی کاربردی برای سیاست‌گذاران، مدیران و مسئولان در راستای توسعه نظام بانکی و ارتقای شفافیت مالی کشور استفاده شود.

از نویسنده این تحقیق سپاس‌گزارم که با دقت و توجه جزئیات این اثر تحقیقی را به نگارش درآورده است. مطالعه این تحقیق به تمامی علاقه‌مندان به پیشرفت بانکداری الکترونیکی و اقتصاد در افغانستان توصیه می‌شود، زیرا اطلاعات و تحلیل‌های آن می‌تواند برای محققین، تصمیم‌گیرندگان و فعالان بخش خصوصی مفید باشد.

این تحقیق نشان می‌دهد که با تلاش‌های مستمر و استفاده از تجارب بین‌المللی، می‌توان نظام بانکی افغانستان را به سوی پیشرفت پایدار و چشم‌اندازی روشن هدایت کرد. بهبود زیرساخت‌های الکترونیکی، تقویت امنیت سایبری و گسترش آموزش‌های مالی می‌تواند به بهبود وضعیت بانکی و اقتصادی کشور کمک کند. در نهایت، این مطالعه می‌تواند راه‌حل‌های مؤثری برای رفع چالش‌ها و تسهیل روند الکترونیکی کردن خدمات مالی ارائه دهد؛ و به عنوان نقشه راهی برای سیاست‌گذاران و نهادهای مالی و بانکی مورد استفاده قرار گیرد.

با حرمت

الحاج مولوی فدا محمد فیضان

رییس عمومی دفتر ریاست د افغانستان بانک

تقریظ

کتاب «بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان» اثر ارزشمند و پژوهشی محترم حاجی رسول خان امین در زمینه تحولات نوین در صنعت بانکداری، درخور توجه و ستایش است. در دنیای امروز که فناوری‌های دیجیتال در تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها گسترش یافته است، موضوع بانکداری الکترونیکی به یکی از ارکان اساسی و حیاتی تبدیل شده است. این کتاب با بهره‌گیری از تحلیل‌های دقیق و علمی، توانسته است به‌طور جامع و کاربردی مفاهیم و ابعاد مختلف بانکداری الکترونیکی را تبیین کند.

نویسنده این اثر شاگرد عزیزم، با تسلط بر موضوعات مختلف این حوزه، از تاریخچه بانکداری الکترونیکی گرفته تا مفاهیم پیچیده‌تر مانند امنیت سایبری، روش‌های پرداخت دیجیتال و چالش‌های حقوقی در این زمینه، تمام جوانب بانکداری مدرن را به‌دقت توضیح داده است. این کتاب نه تنها برای محصلین رشته‌های اقتصاد، مدیریت و فناوری اطلاعات مفید است؛ بلکه برای مدیران و کارآفرینان حوزه بانکی افغانستان نیز منبعی گران‌بها به شمار می‌رود.

قابل ذکر است که نگارش این اثر علمی علاوه بر آگاهی‌بخشی، به‌نوعی راهگشا برای بهبود و توسعه سیستم‌های بانکی در سطح ملی است. فصل‌های مختلف کتاب با زبانی ساده و به‌دوراز پیچیدگی‌های اضافی ارائه شده است که موجب فهم بهتر و کاربردی‌تر مطالب می‌شود. تحلیل‌های مقایسه‌ای و ارائه راهکارهای عملی برای ارتقاء بانکداری الکترونیکی، از نقاط قوت این اثر است.

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از محقق محترم برای تألیف چنین کتاب ارزشمندی که در ارتقای سطح علمی و عملی دانش بانکداری الکترونیکی نقشی بسزا ایفا می‌کند، تقدیر و تشکر نمایم. امیدوارم این اثر علمی به‌عنوان منبعی معتبر در زمینه بانکداری الکترونیکی در کشور مورد استفاده قرار گیرد.

با احترام

پوهاند دوکتور عبدالقیوم عارف

استاد پوهنځی اقتصاد پوهنتون کابل

تقریظ

د «بانكدارۍ الكترونيكۍ و پذيرش بانكدارۍ الكترونيكۍ در ميان شهروندان افغانستان» كتاب چې په دې وروستيو كې مې ولوست، د بانكي صنعت د پرمختگ په اړه يو له مهمو او معتبرو منابعو څخه دى، د دې كتاب محتوا په بنسټيزه توگه د الكترونيكي بانكدارۍ د مفهوم، تاريخ، پرمختگ او د هغې د كارولو مختلفو برخو ته ژوره كتنه كوي، د بانكي ټيكنالوژۍ په دې عصر كې، چې نړۍ د ډيجيټل ټكنالوژيو او انټرنېټ په لړ كې د پرمختگ په حال كې ده، د دې كتاب اهميت او ارزښت لا پسې زياتېږي.

كتاب په لس فصلونو كې ترتيب او ليكل شوى، چې هره برخه يې په خپل ځاى كې د لوستونكو لپاره خورا گټوره او مفيده ده. په ابتدا كې ليكوال د خپل تحقيق په اړتيا، اهميت او د څرنګوالي په اړه معلومات وړاندې كړي او بيا د الكترونيكي بانكدارۍ په تعريف، اهميت، تاريخچه، د الكترونيكي بانكدارۍ په ځانګړنو او ډولونو باندې په تفصيلي توګه بحث كوي او ورپسې د الكترونيكي بانكدارۍ په خدماتو او محصولاتو، د مېډرن او الكترونيكي بانكدارۍ په دورو، الكترونيكي سوداګرۍ، د الكترونيكي بانكدارۍ د قبلولو په عواملو او د الكترونيكي بانكدارۍ د مختلفو فورمونو (لكه آنلاين بانكداري، موبايل بانكداري او صرافي ماشينونو) په اړه تفصيل وركوي، چې دا د بانكي خدماتو د ښه كولو او اسانتيا لپاره د ټيكنالوژۍ د كارونې مختلفې لارې ښيي. د دې كتاب بل مهم اړخ د بانكونو لپاره د ټيكنالوژۍ گټې او د هغه لارو چارو په ګوته كول دي، چې د الكترونيكي بانكدارۍ په پراختيا او اعتماد لوړونه كې مهم رول لري.

د کتاب یوه بله مهمه برخه د الکترونيکي بانکدارۍ د ټیکنالوژۍ پرمختګ دی، لیکوال د دې پرمختګونو په اړه مفصل بحث کوي او ښيي چې څنګه د انټرنېټ، موبایل ټیکنالوژۍ او د ډیټابیس سیستمونو پرمختګ د بانکونو د خدماتو په وړاندې کولو کې انقلاب راوستی دی. د دې ټیکنالوژيو له لارې، بانکونه اوس کولی شي خپلو مشتریانو ته د څارنې، تادیاتو، پورونو او نورو خدماتو په وړاندې کولو کې چټکتیا او اسانۍ رامنځته کړي.

د دې کتاب یوه بله قوي ځانګړنه د امنیت مسایل دي، د الکترونيکي بانکدارۍ پراختیا سره، د بانکونو او پېرودونکو د معلوماتو خونديتوب یوه لویه اندېښنه ګرځېدلې ده، چې لیکوال په تفصیل سره د دې امنیتي خطرونو په اړه خبرې کوي او د هغو تدابیرو په اړه معلومات ورکوي چې بانکونه او پېرودونکي یې باید د خپلو معلوماتو د خونديتوب لپاره ونیسي.

په ټوله کې د «بانکدارۍ الکترونيکۍ و پذیرش بانکدارۍ الکترونيکۍ در میان شهروندان افغانستان» کتاب یو جامع، معلوماتي او پرځانګړې توګه د بانکدارۍ د ټیکنالوژۍ په اړه خورا ګټور کتاب دی، دا کتاب نه یوازې د بانک او مالي چارو اړوند کارکوونکو او اشخاصو لپاره، بلکې د هغو کسانو لپاره هم چې غواړي د بانکدارۍ او ټیکنالوژۍ په اړه بنسټیزه پوهه ترلاسه کړي، یوه غوره مرجع ګڼل کېږي. د کتاب د محتوا ژور تحلیل، د ټیکنالوژۍ پرمختګ، د امنیتي خطرونو تحلیل او د راتلونکې په هکله وړاندوینې، د دې کتاب ارزښت زیاتوي.

که څوک غواړي چې د الکترونيکي بانکدارۍ په اړه بشپړ معلومات ترلاسه کړي، دا کتاب ورته په ډاډ سره وړاندیز کیدای شي.

په پای کې محترم حاجي رسول خان امین ته د دغه تحقیق او تالیف په پار مبارکي، مننه او ډاډ وړاندې کوم، الله تعالی دې ورته په عمر او علم کې برکت واچوي او په راتلونکې کې ورته د لوی رب تعالی له دربار، د دغه ډول نورو ارزښتناکه آثارو د تالیف او خدمت توفیق غواړم او د ژوند په ټولو برخو کې ورته د بریاوو استدعا کوم.

محبالله صاحبزاده

د مالې وزارت د محاسباتو رئیس

تقریظ

با ظهور فناوری‌های نوین و گسترش روزافزون اینترنت، بانکداری الکترونیکی به یکی از مهم‌ترین ارکان اقتصادی در جوامع مدرن تبدیل شده است. کتاب «بانکداری الکترونیکی و پذیرش آن در میان شهروندان افغانستان» اثری است که با نگاهی ژرف و جامع به بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها و عوامل مؤثر بر پذیرش این سیستم نوین در افغانستان پرداخته است.

نویسنده در این اثر کوشیده تا با تحلیل دقیق زیرساخت‌های بانکی، رفتارهای اقتصادی شهروندان و تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، تصویری روشن از وضعیت فعلی بانکداری الکترونیکی در افغانستان ارائه دهد. به‌ویژه، مطالعه بر چالش‌هایی مانند نبود دسترسی کافی به اینترنت، اعتماد پایین به سیستم‌های دیجیتال و میزان آگاهی مردم از خدمات بانکداری الکترونیکی، یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های این کتاب است.

یکی از ویژگی‌های بارز این کتاب، ارائه راهکارهای عملی برای ارتقای سطح پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان است. نویسنده با رویکردی کاربردی، توصیه‌هایی برای بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، آموزش همگانی و تقویت اعتماد مردم به بانکداری الکترونیکی ارائه کرده است که می‌تواند برای سیاست‌گذاران و مدیران بانک‌ها در افغانستان بسیار مفید باشد.

این کتاب نه تنها برای متخصصان حوزه بانکداری و اقتصاد، بلکه برای دانشجویان، محققان و افرادی که به توسعه و نوسازی اقتصادی افغانستان علاقه‌مندند، اثری ارزشمند

است. امید است با توجه به تحلیل‌ها و پیشنهادها ارائه‌شده در این کتاب، شاهد گام‌های مؤثرتری در راستای پیشرفت بانکداری الکترونیکی در افغانستان باشیم.

این اثر، افزون بر اینکه یک مرجع علمی و پژوهشی است، پیامی امیدبخش به توسعه اقتصادی در افغانستان می‌دهد؛ و بر اهمیت پذیرش فناوری‌های نوین در میان مردم تأکید دارد.

با احترام

خان الله یوسف زی

رییس اجرایی عزیزی بانک

پیشگفتار

خداوند بزرگ را سپاس می‌گوییم که به من توفیق داد تا این تحقیق را به پایان برسانم و کتابی که نتیجه سه سال تحقیق و تلاش است را به نگارش درآورم. از عنایت‌های بی‌کران خداوند که در تمامی مراحل، مرا یاری داد و مرا از توانایی و آگاهی لازم برخوردار ساخت سپاس‌گزارم. در این مسیر سخت، هر گامی که برداشتم، در سایه هدایت و حمایت‌های الهی بوده است؛ و در برابر نعمت‌های بی‌پایانش، به جز شکر و سپاس، کلامی نمی‌توانم بر زبان بیاورم. امیدوارم همواره در مسیر حق و حقیقت گام بردارم؛ و در آینده نیز از این توفیق‌های الهی برخوردار شوم.

در دنیای امروز، تکنالوژی^۱ اطلاعات و بانکداری الکترونیکی به سرعت در حال تغییر نحوه تعامل افراد با خدمات مالی است. این تغییرات نه تنها در کشورهای پیشرفته، بلکه در کشورهایی مانند افغانستان نیز آغاز شده‌اند. در یک جامعه که هنوز بخش‌های زیادی از آن با چالش‌های اقتصادی و دسترسی محدود به خدمات بانکی روبه‌رو هستند، پذیرش بانکداری الکترونیکی می‌تواند به عنوان یک فرصت تحول‌آفرین در جهت بهبود شرایط مالی و تسهیل دسترسی به خدمات بانکی مطرح شود.

در این تحقیق، به بررسی فرآیند پذیرش بانکداری الکترونیکی در افغانستان پرداخته‌ام. هدف من این است که این روند را از منظر فنی، اقتصادی و اجتماعی مورد بررسی قرار دهم؛ و عواملی که بر پذیرش و گسترش آن در کشور تأثیرگذار هستند،

^۱ دوستان عزیز، نویسندگان، محققان و مترجمان ایرانی در آثار و کتاب‌های خود بیشتر از واژه فناوری استفاده می‌نمایند؛

ما در این تحقیق برای فهم خوب‌تر بیشتر از واژه تکنالوژی استفاده نموده‌ایم. امین

شناسایی کنم. همچنین، چالش‌ها و فرصت‌هایی که این تکنالوژی می‌تواند برای مردم و بانک‌های افغانستان به همراه داشته باشد، مورد توجه قرار گرفته است.

با توجه به اینکه بانکداری الکترونیکی در افغانستان هنوز در مراحل ابتدایی خود قرار دارد، این تحقیق می‌تواند راهنمایی باشد برای فعالان حوزه بانکی، سیاست‌گذاران و حتی افراد عادی که علاقه‌مند به فهم بهتر این تحول دیجیتال هستند. امیدوارم این تحقیق، نه تنها به درک بهتر این پدیده کمک کند، بلکه به مسئولان و تصمیم‌گیرندگان نیز بینشی نوین درباره‌ی پتانسیل‌های بانکداری الکترونیکی در کشور بدهد. درنهایت، این کتاب فراخوانی است برای همگان تا با پذیرش تکنالوژی‌های نوین، به‌سوی آینده‌ی روشن‌تر و راحت‌تر حرکت کنند.

با احترام

حاجی رسول خان امین

پانزدهم جدی سال ۱۴۰۳

کابل - افغانستان

فهرست مطالب

مقدمه	۱
-------------	---

فصل اول

کلیات تحقیق

آغاز بحث	۷
۱. بیان مسئله	۸
۲. اهمیت تحقیق	۱۰
۳. اهداف تحقیق	۱۱
۴. سؤالات تحقیق	۱۲
۵. فرضیات تحقیق	۱۳
۶. قلمرو تحقیق	۱۴
۷. چارچوب نظری تحقیق	۱۴
۸. تعریف اصطلاحات و واژه‌ها	۱۵
۹. مدل تحقیق	۱۶
۱۰. روش تحقیق	۱۶

فصل دوم

مفهوم بانکداری الکترونیکی

آغاز بحث	۲۱
مبحث اول: ماهیت و تعریف بانکداری الکترونیکی	۲۳
تعريفات بانکداری الکترونیکی	۲۴
مبحث دوم: تاریخچه بانکداری الکترونیکی در جهان و افغانستان	۳۲
۱. تاریخچه بانکداری الکترونیکی در جهان	۳۲
۲. تاریخچه دولت الکترونیکی در جهان	۳۴
۳. تاریخچه بانکداری الکترونیکی در افغانستان	۳۴
۴. تاریخچه دولت الکترونیک در افغانستان	۳۶
۵. تکامل و توسعه دولت الکترونیکی	۳۸
۶. بررسی اثرات دولت الکترونیک	۳۹
مبحث سوم: ویژگی‌های بانکداری الکترونیکی	۴۰
مبحث چهارم: انواع بانکداری الکترونیکی	۴۲

فصل سوم

مثلث و سطوح بانکداری الکترونیکی

مبحث اول: مثلث بانکداری الکترونیکی	۵۱
مبحث دوم: سطوح بانکداری الکترونیکی (بانکداری خرد)	۵۵
زیرمبحث اول: ماشین‌های اتومات صرافیه	۵۶
زیرمبحث دوم: ماشین‌های نقطه‌ای فروش	۶۰
زیرمبحث سوم: بانکداری تیلیفونی	۶۳
زیرمبحث چهارم: بانکداری اینترنتی	۶۵
زیرمبحث پنجم: بانکداری خانگی - دفتری	۶۷

زیرمبحث ششم: کیوسک بانک.....	۶۸
زیرمبحث هفتم: کارت‌های پلاستیکی در بانکداری الکترونیکی.....	۶۹
مبحث سوم: سطوح بانکداری الکترونیکی.....	۷۹
بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی (بزرگ).....	۷۹
مبحث چهارم: نظام‌های پرداخت الکترونیکی.....	۸۸

فصل چهارم

ادوار و گسترش بانکداری الکترونیکی

مبحث اول: دوره‌های بانکداری مدرن و الکترونیکی.....	۹۷
مبحث دوم: مقایسه بانکداری الکترونیکی با بانکداری سنتی.....	۱۰۱
مبحث سوم: الزامات گسترش بانکداری الکترونیکی.....	۱۰۳
مبحث چهارم: تجارب کشورها در زمینه بانکداری الکترونیکی.....	۱۰۵

فصل پنجم

تجارت الکترونیکی

مبحث اول: تعریف تجارت الکترونیک.....	۱۱۷
مبحث دوم: وسعت و مزایای تجارت الکترونیک.....	۱۲۱
مبحث سوم: مبادله الکترونیکی داده‌ها و مدل فرآیند تجاری در تجارت الکترونیک.....	۱۲۳

فصل ششم

عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی

مبحث اول: نظر گذرا بر وضعیت موجود بانکداری الکترونیکی سایر کشورها و افغانستان.....	۱۳۱
مبحث دوم: مفید بودن و سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی.....	۱۳۳

د □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

مبحث سوم: رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی.....	۱۳۶
مبحث چهارم: کیفیت خدمت به مشتری.....	۱۳۹
مبحث پنجم: مودل کیفیت خدمت به مشتری.....	۱۴۲
مبحث ششم: کیفیت خدمات.....	۱۴۴
مبحث هفتم: کیفیت خدمات الکترونیکی.....	۱۴۶
مبحث هشتم: امنیت در بانکداری الکترونیکی.....	۱۵۰
مبحث نهم: اعتماد مشتری در بانکداری الکترونیکی.....	۱۵۴
مبحث دهم: اینترنت و نقش آن در بانکداری الکترونیکی.....	۱۶۰

فصل هفتم

روش شناسی تحقیق

آغاز بحث.....	۱۶۵
۱. روش تحقیق.....	۱۶۶
۲. جامعه آماری.....	۱۶۶
۳. روش نمونه‌گیری.....	۱۶۷
۴. ابزار تحقیق.....	۱۶۷
۵. روایی پرسشنامه.....	۱۶۸
۶. پایایی پرسشنامه.....	۱۶۸
۷. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....	۱۶۹
۸. روش گردآوری داده‌ها.....	۱۶۹
۹. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....	۱۷۰

فصل هشتم

تجزیه و تحلیل داده‌ها

آغاز بحث	۱۷۳
مبحث اول: تجزیه و تحلیل آمار توصیفی	۱۷۴
مبحث دوم: آمار توصیفی سؤالات پرسشنامه	۱۸۳
مبحث سوم: بررسی روابط بین فرضیه‌های تحقیق	۱۹۶
مبحث چهارم: تأثیر عوامل دموگرافیک بالای این تحقیق	۲۰۱

فصل نهم

تجزیه و تحلیل مدل تحقیق

مدل تحقیق	۲۰۷
-----------------	-----

فصل دهم

نتیجه‌گیری تحقیق

آغاز بحث	۲۱۳
۱. نتایج فرضیه‌های تحقیق	۲۱۳
۲. نتایج یافته‌های تحقیق	۲۱۵
۳. بررسی روابط موجود بین سؤالات	۲۱۵
۴. مقایسه نتایج این تحقیق با یک تحقیق مشابه دیگر	۲۱۶
۵. محدودیت‌های تحقیق	۲۱۷
۶. پیشنهاد‌های تحقیق	۲۱۹
سخن پایانی	۲۲۱
منابع کتاب	۲۲۳

مقدمه

به نام خداوند رزاق و توانا

در دنیای امروز، تکنالوژی و بانکداری به طور فزاینده‌یی با یکدیگر درهم تنیده شده‌اند؛ و مفهومی جدید به نام بانکداری الکترونیکی را به وجود آورده‌اند. این انقلاب دیجیتال نه تنها شیوه‌های سنتی بانکداری را تغییر داده، بلکه امکانات و فرصت‌های جدیدی را برای افراد، کسب‌وکارها و دولت‌ها فراهم کرده است. از همان ابتدا که بانکداری الکترونیکی در قالب خدمات آنلاین معرفی شد، هیچ‌کس نمی‌توانست پیش‌بینی کند که این تحول تا چه حد به سرعت در سراسر جهان گسترش می‌یابد؛ و چطور تبدیل به بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره انسان‌ها خواهد شد.

خواننده عزیز، هدف اصلی این کتاب، پذیرش، بررسی وضعیت و چالش‌های بانکداری الکترونیکی در افغانستان و ارائه تحلیل‌های کاربردی برای توسعه و بهبود این سیستم در کشور است. در افغانستان، اگرچه در سال‌های اخیر گام‌هایی در جهت توسعه این نوع بانکداری برداشته شده است؛ اما همچنان مشکلات متعددی از جمله زیرساخت‌های ضعیف، نگرانی‌های امنیتی و ناآگاهی عمومی وجود دارد که مانع از بهره‌برداری کامل از این سیستم‌ها می‌شود.

اهمیت این تحقیق در این است که با تحلیل وضعیت موجود و شناسایی موانع و فرصت‌ها، به ارائه راهکارهایی برای تسهیل و تسریع روند توسعه بانکداری الکترونیکی در افغانستان پرداخته است. این تحقیق می‌تواند به سیاست‌گذاران، مدیران بانک‌ها،

محققان و دانشجویان حوزه‌های اقتصادی کمک کند تا با دیدگاهی جامع‌تر به چالش‌ها و راه‌حل‌های ممکن در این زمینه نگرسته و نقشی مؤثر در ارتقای سیستم‌های مالی کشور ایفا کنند.

زمانی که بنده در مقطع کارشناسی ارشد رشته کارآفرینی سال ۹۶-۱۳۹۵ در دانشگاه تهران مشغول به تحصیل بودم، در یک برنامه کوتاه مدت سه ماهه بانکداری اشتراک کرده بودم؛ از همان زمان یکی از آرزوهای بزرگم این بود که در زمینه بانکداری تحقیق کنم؛ و روزی در کشور خود در این حوزه کتابی بنویسم. این کتاب نتیجه سه سال کار عملی در بخش مالی و بانکی و یک سال مکمل مطالعه، تحقیق و تلاش است که هدف آن معرفی و تحلیل دقیق سیستم‌های بانکداری الکترونیکی، پذیرش بانکداری الکترونیکی از سوی مردم افغانستان و همچنان چالش‌ها، فرصت‌ها و آینده آن است.

زمانی که در سال ۱۳۹۶ به افغانستان آمدم، بار دیگر در یکی از پوهنتون‌های خصوصی معتبر ماستری دومم را در رشته مدیریت می‌گرفتم؛ زمانی که در جریان ماستری دومم بودم، بازهم یکی از اهداف اصلی من این بود که روزی در کشور خود به تحقیق و کار در زمینه بانکداری بپردازم؛ و به کمک نتایج تحقیقاتم، کتابی در این حوزه منتشر کنم. در آن دوران، همواره به این موضوع فکر می‌کردم که چگونه می‌توانم با بررسی و تحلیل سیستم‌های بانکی، راهکارهایی برای بهبود و توسعه صنعت بانکداری در کشور خود ارائه دهم. این آرزو در قلب من جوانه زد و با پشتکار و تلاش در مسیر علمی‌ام، به این نتیجه رسیدم که هدفم را با تحقیق و تألیف این شش عنوان کتاب (بانک و بانکداری در افغانستان، عملیات بانکداری داخلی، بانکداری کاربردی داخلی، اسلام و اقتصاد، بانکداری اسلامی و بانکداری الکترونیکی) تحقق بخشم. این کتاب کوچک در حقیقت گام نخست من در راستای دستیابی به این هدف بزرگ است؛ و امیدوارم بتواند در توسعه و ارتقای بانکداری در کشورم مؤثر واقع شود.

دلیل دوم تحقیق و نگارش این کتاب، مشارکت من در برنامه‌های کوتاه‌مدت و دوره‌های آموزشی مرتبط با بانکداری الکترونیکی و خدمات آنلاین هم به گونه

حضور^۲ و هم از طریق آنلاین در سال‌های ۱۴۰۲-۱۴۰۳ بود. این تجربه‌ها به من این امکان را داد تا به‌طور مستقیم با چالش‌ها، فرصت‌ها و تحولات این حوزه آشنا شوم و به‌طور ملموس مشاهده کنم که چگونه بانکداری آنلاین در حال تغییر شیوه‌های مالی و بانکی در سراسر جهان است. از آنجایی که این تحولات و تکنالوژی‌ها تأثیر زیادی بر سیستم‌های مالی و اقتصادی دارند، تصمیم گرفتم تا تحقیق و تجربیات خود را به شکل یک کتاب گردآوری کنم. هدف من از نوشتن این کتاب، اشتراک‌گذاری دانش، تحقیق و تحلیل‌هایی است که به دست آورده‌ام و ارائه راهکارهایی برای درک بهتر و بهره‌برداری مؤثر از بانکداری الکترونیکی، به‌ویژه در جوامعی مانند افغانستان که هنوز با چالش‌های زیادی در این حوزه روبه‌رو هستند.

بعد از روی کار آمدن امارت اسلامی از سال ۱۴۰۰ تاکنون، با آغاز تحولات گسترده در افغانستان؛ و تقرر بنده به‌عنوان آمر مالی و حسابی در یکی از وزارتخانه‌ها تلاش زیادی برای بهبود و پیشرفت در بخش مالی و بانکی کشور داشته‌ام. در این مدت، باوجود چالش‌ها و موانع مختلف، توانستم تجربه‌های گران‌بهایی در زمینه بانکداری و امور مالی در افغانستان کسب کنم. این دوره به من فرصت داد تا با سیستم‌های جدید، تکنالوژی‌های نوین و شیوه‌های مدرن بانکداری در افغانستان از نزدیک آشنا شوم و از آن‌ها در راستای توسعه و بهبود وضعیت مالی کشور بهره‌برداری کنم. با توجه به تحولات و تغییرات فراوان در اقتصاد و بخش مالی کشور، سعی کرده‌ام همواره در مسیر یادگیری و ارتقای مهارت‌های خود گام بردارم و به جمع‌آوری تجربیات عملی در این حوزه پردازم. در این مدت، به چالش‌ها و مشکلات متعدد مالی در سطح کلان و خُرد متوجه شدم و با همکاری با بانک‌های دولتی و خصوصی، وزارتخانه‌ها و مؤسسات مالی و سایر نهادهای مرتبط، در جهت بهبود زیرساخت‌های مالی کشور و ارتقای اعتماد عمومی به سیستم بانکی با جمع از همکاران و دوستانم تلاش کرده‌ام. این تجربیات نه‌تنها به من کمک کرده است که درک عمیق‌تری از نیازها و مشکلات بخش بانکی و

^۲ در اکثر برنامه‌های آموزشی بانکداری که در د افغانستان بانک برگزار می‌شد؛ به کمک دوست و برادر عزیزم جناب حاجی مولوی صاحب فیضان اشتراک کردم؛ و به اندوخته‌هایم افزوده شد. امین

مالی کشور داشته باشیم؛ بلکه باعث شد تا در مواجهه با بحران‌ها و شرایط پیچیده مثلاً اوایل آمدن امارت اسلامی، توانایی تحلیل و تصمیم‌گیری بهتری پیدا کنم. اکنون با تمام این تجربیات، آماده‌ام تا در جهت بهبود بیشتر بخش مالی و بانکی افغانستان قدم بردارم و نقشی مؤثر در توسعه آن ایفا کنم.

در این تحقیق، تلاش کرده‌ام تا مفهوم بانکداری الکترونیکی را از جنبه‌های مختلف بررسی کنم موضوع پذیرش آن را در افغانستان به بحث بگیرم؛ و به چگونگی تحول آن در کشورهایی با سیستم‌های اقتصادی متفاوت پرداخته‌ام. همچنین، به چالش‌ها و موانعی که ممکن است در مسیر پیاده‌سازی این سیستم‌ها در کشورهایی مانند افغانستان وجود داشته باشد، اشاره کرده و راهکارهایی عملی برای غلبه بر این موانع ارائه داده‌ام. هدف این کتاب فراتر از معرفی جنبه‌های فنی بانکداری الکترونیکی است. آنچه در این کتاب به دنبال آن هستم، آگاهی‌بخشی به تمامی کسانی است که با این صنعت در ارتباط هستند و می‌خواهند از فرصت‌های دیجیتال در دنیای امروز بهره‌مند شوند.

امیدوارم که این کتاب نه تنها برای محصلین پوهنتون‌ها، کارمندان بانک‌ها، کارمندان بخش‌های مالی و بانکی کشور، متخصصین و محققان مفید باشد، بلکه به تمامی افرادی که به دنبال درک بهتر از بانکداری الکترونیکی و نقش آن در تغییرات اقتصادی و اجتماعی هستند، کمک کند.

با احترام

حاجی رسول خان امین

۵ رجب سال ۱۴۴۶

کابل - افغانستان

فصل اول

کلیات تحقیق

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

۱. بیان مسئله؛
۲. اهمیت و ضرورت تحقیق؛
۳. اهداف تحقیق؛
۴. سؤالات تحقیق؛
۵. فرضیات تحقیق؛
۶. قلمرو تحقیق؛
۷. تعریف اصطلاحات و واژه‌ها؛
۸. مدل تحقیق.

آغاز بحث

توسعه تکنالوژی ارتباطی آثار بسیار مثبت در عرصه‌های مختلف اجتماعی، علمی و اقتصادی جوامعی که از این تکنالوژی‌ها بهره برده‌اند؛ گذاشته است. در این میان و با توجه به تحولات کلان صورت گرفته در ساختار اقتصادی و نظام‌های مالی نقش بانک‌ها به عنوان عناصر تأثیرگذار در اقتصاد افغانستان بیش از پیش پررنگ تر و مهم تر شده است.^۱

بدون شک رمز بقا و پیشرفت سازمان‌ها، ارائه خدمات باکیفیت خوب تر بوده و نظام بانکی به عنوان یک صنعت خدماتی از این قاعده مستثنا نیست. در همین راستا به واسطه گسترش شدید رقابت و پویایی اقتصاد، سیاست‌های استراتژیک و تجاری بر حفظ اعتماد مشتریان نسبت به بانک متمرکز شده‌اند. خدمات الکترونیکی از لحاظ حفظ و جذب مشتریان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشند.

این تحقیق شامل ده فصل می‌باشد؛ که به طور مختصر به شرح هر یک از آن‌ها پرداخته می‌شود. فصل اول به کلیات تحقیق اختصاص دارد؛ که مباحث اولیه و مفاهیم اصلی را معرفی می‌کند. در فصول دوم، سوم، چهارم، به بررسی و تحلیل مفاهیم بانکداری

^۱ خواننده گرامی، در این کتاب، تلاش کرده‌ام تا مطالب را به طور واضح و مفهومی ارائه دهم، اما در مواردی که ممکن است موضوعی مبهم به نظر برسد، سعی کرده‌ام با استفاده از پاورقی‌ها، توضیحات تکمیلی و روشن کننده را فراهم کنم. این پاورقی‌ها برای رفع ابهامات و تشریح بیشتر مفاهیم به کاررفته در متن اصلی کتاب ارائه شده‌اند تا خواننده بدون نیاز به مراجعه به منابع خارجی، به درک بهتری از موضوعات دست یابد. بدین ترتیب، در هر بخش که به نکته‌ای مبهم یا نیازمند توضیح بیشتر برخورد کرده‌ام، آن را در پاورقی آورده‌ام تا فرآیند مطالعه برای شما راحت تر و دقیق تر باشد. امین

الکترونیکی پرداخته می‌شود؛ و جنبه‌های مختلف این حوزه شامل تاریخچه، سطوح و ادوار، مزایا و چالش‌های آن توضیح داده می‌شود؛ و فصل پنجم به تجارت الکترونیکی اختصاص پیدا کرده است؛ و در نهایت، فصل ششم دربرگیرنده عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی است، فصول هفتم، هشتم، نهم و دهم به ترتیب به روش‌شناسی تحقیق، تجزیه و تحلیل داده‌ها، تجزیه و تحلیل مدل تحقیق؛ و نتیجه‌گیری تحقیق پرداخته شده است. قابل ذکر است در فصل دهم به تحلیل نتایج تحقیق و بررسی اطلاعات جمع‌آوری شده پرداخته می‌شود تا یافته‌های تحقیق به‌طور دقیق و علمی تبیین گردد. در فصل اول کتاب، بنده به‌عنوان محقق این اثر به بیان مسئله اصلی تحقیق، تشریح و بیان آن، ضرورت انجام تحقیق، فرضیه‌های تحقیق، اهداف تحقیق، روش انجام و روش گردآوری اطلاعات می‌پردازم؛ و نمونه و جامعه آماری و روش‌های نمونه‌گیری را به‌طور خلاصه بیان می‌کنم.

۱. بیان مسئله

بانکداری الکترونیک^۱ عبارت است از ارائه خدمات مالی و بانکی از طریق شبکه الکترونیکی و اینترنت که به‌عنوان یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های تجارت الکترونیکی توجه بسیاری را به خود معطوف داشته و بسیاری از محققان وقت خود را صرف مبانی توسعه بانکداری الکترونیکی^۲ نموده‌اند. بانکداری الکترونیکی در سال‌های اخیر در جهان دارای جهشی بی‌سابقه بوده است؛ و شکی نیست که برای ورود به بازارهای جهانی و

^۱ دوستان عزیز، هر دو عبارت «بانکداری الکترونیکی» و «بانکداری الکترونیک» در زبان فارسی مورد استفاده قرار می‌گیرند، اما از نظر علمی و زبانی، عبارت «بانکداری الکترونیکی» بیشتر رایج و صحیح است. امین

بانکداری الکترونیک: در زبان فارسی، واژه «الکترونیک» به‌عنوان صفت برای بیان ویژگی چیزی که به تکنالوژی الکترونیک مرتبط است، استفاده می‌شود؛ بنابراین، عبارت «بانکداری الکترونیک» خدمات بانکی اشاره دارد که از تکنالوژی‌های الکترونیک برای انجام تراکنش‌ها و خدمات استفاده می‌کند. امین

بانکداری الکترونیک: اگرچه این عبارت نیز مفهوم مشابهی دارد، اما در زبان فارسی دری افغانستان معمولاً برای اشاره به سیستم‌ها و دستگاه‌هایی که به‌طور خاص از تکنالوژی الکترونیک بهره می‌برند؛ مانند دستگاه‌های خودپرداز یا کارت‌های بانکی، «الکترونیکی» بیشتر به کار می‌رود. به همین دلیل این اصطلاح در این کتاب بیشتر استفاده می‌شود.

عضویت در سازمان‌های کلان که در بخش تجارت و اقتصاد وجود دارد؛ و سازمان تجارت جهانی^۱ داشتن نظام بانکی کارآمد که بتواند با دقت، سرعت و تکنالوژی هم‌سطح با بانک‌های دنیا رقابت نماید، ضروری است.

در افغانستان فرهنگ‌ها و نگرش‌های متفاوت نسبت به پول از آن جمله موضوعاتی است که بانک‌ها را وادار می‌سازد تا با احتیاط بیشتری به مقوله رشد تکنالوژی اطلاعات بپردازند. عامل گریز از نوآوری جدید در محصولات و خدمات در اکثر کشورها وجود دارد، در صنعت بانکداری کشور ما افغانستان تمایل به بانکداری سنتی، بانکداری نوین را با محدودیت مواجه ساخته است.

بانکداری الکترونیکی به عنوان یک تحول عمده در سیستم‌های مالی و بانکی، در بسیاری از کشورها در حال گسترش است؛ و بهبود دسترسی، کاهش هزینه‌ها و تسهیل تراکنش‌های^۲ مالی را به همراه دارد. با این حال، در افغانستان، برخلاف تلاش‌هایی که برای گسترش خدمات بانکی و مالی آنلاین صورت گرفته است، چالش‌هایی نظیر ضعف زیرساخت‌های تکنالوژی، امنیت پایین تراکنش‌ها، ناآگاهی عمومی و محدودیت‌های قانونی و اقتصادی، مانع از بهره‌برداری کامل از این سیستم‌ها شده‌اند. تحقیقات نشان می‌دهند که توسعه بانکداری الکترونیکی می‌تواند نقش مهمی در تسهیل فعالیت‌های اقتصادی، افزایش دسترسی به خدمات مالی و کاهش شکاف دیجیتالی ایفا کند؛ اما در افغانستان، عوامل مختلف اجتماعی، اقتصادی و فنی موجب شده‌اند که این روند کند پیش برود.

^۱ سازمان تجارت جهانی (World Trade Organization)، یک سازمان بین‌المللی است؛ که قوانین تجارت را تنظیم و اختلافات بین اعضا را حل و فصل می‌کند. مقر سازمان تجارت جهانی در ژنو، سوئیس قرار دارد. منبع: ویکی‌پدیا. افغانستان هنوز عضو سازمان تجارت جهانی (WTO) نیست. افغانستان از سال ۲۰۰۴ درخواست عضویت خود را به این سازمان ارائه کرده است و مذاکرات برای پیوستن آن ادامه دارد. امین

^۲ «تراکنش» در فارسی دری به معنای عملیات یا معامله‌ای است که در آن پول یا اطلاعات مالی ردوبدل می‌شود. این واژه معمولاً در زمینه‌های اقتصادی و مالی برای اشاره به فعالیت‌هایی مانند خرید و فروش، انتقال وجه، پرداخت‌ها یا هر نوع تبادل مالی استفاده می‌شود. امیدوارم که اگر در بخش‌های مختلف این کتاب یا این اصطلاح مواجه می‌شوید؛ معنی آن را دقیق درک نمایید. امین

عزیزی بانک^۱ در افغانستان به عنوان یکی از بانک‌های خصوصی پیشگام در زمینه استقرار بانکداری الکترونیکی سرمایه‌گذاری زیادی بر روی توسعه بانکداری الکترونیکی نموده، شناخته شده است. عزیزی بانک با راه‌اندازی نصب دستگاه‌های خودپرداز سعی بر آن داشته فعالیت‌های مرتبط با بانکداری الکترونیکی را بیشتر نموده و زمینه‌های استقرار بانکداری الکترونیکی را فراهم سازد تا بتواند از میزان مراجعه مشتریان و ازدحام و بیروبار شعبات بانک که باعث کاهش کیفیت خدمات عرضه شده می‌گردد، بکاهد. طی تحقیقی که توسط بنده در کابل صورت گرفت، آشکار شد که یکی از عوامل ازدحام شعبات بانک‌ها، عدم تمایل برخی مشتریان به استفاده از خدمات الکترونیکی بانک و تمایل به رویه‌های بانکداری سنتی می‌باشد.

به گونه‌ای که با توجه به سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته، همچنان شاهد ازدحام بیش از حد شعبات بانک‌ها هستیم که این مشکل باعث نارضایتی بسیاری از مشتریان بانک شده است. با توجه به این که عزیزی بانک پیشگام بودن در ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی را یکی از ضرورت‌های توسعه خدمات خود می‌داند؛ و جلب رضایت مشتریان در صدر اولویت‌های این بانک است، بدین جهت به دنبال شناسایی عواملی است که در پذیرش این تکنالوژی از سوی مشتریان مؤثر باشد.

۲. اهمیت تحقیق

با توجه به پیشرفت سطح استفاده از خدمات بانکداری در جهان، امروزه یکی از تأثیرگذارترین عوامل در حوزه تجارت و زندگی شخصی افراد استفاده از خدمات الکترونیکی است. از این رو با توجه به گسترش روزافزون حوزه خدمات بانکی و نیاز افراد به بهره‌گیری از این خدمات که از پرداخت قبوض تا تراکنش‌های خاص و بزرگ بانکی گسترش یافته‌اند. مطالعه و بررسی عوامل مؤثر بر بانکداری الکترونیکی در مناطق مختلف کشور با توجه به تغییرات بافت جغرافیایی، فرهنگی، سنی، تحصیلی و غیره مورد نیاز است.

^۱ چون تحقیق در حیطه عزیزی بانک انجام شده است. امین

البته امروزه تمامی بانک‌ها این خدمات را ارائه می‌دهند؛ اما هنوز هم وجود مشکل در استفاده از این خدمات بین مشتریان این بانک‌ها به وضوح قابل مشاهده است؛ بنابراین اهمیت انجام این تحقیق رسیدن به نتایجی است که با تعمیم آن‌ها بتوانیم در استفاده از این خدمات به کیفیت بهره‌گیری از آن بیافزاییم و میزان استفاده از سرویس‌های^۱ الکترونیکی بانک‌ها را برای مشتریان بالا ببریم.

با استفاده هرچه بیشتر افراد از این خدمات ما از ازدحام بیهوده شعبات بانک، ترافیک بالای شهری و افزایش کرایه در اثر رفت و آمدهای بیهوده افراد در ساعات اداری^۲ روز جلوگیری خواهیم کرد؛ و بانک‌ها با شناخت هرچه بیشتر این عوامل قادر خواهند بود تا از هزینه‌های خود کاسته و به کیفیت خدمات خود بیافزایند. در این تحقیق در قدم اول به بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی سپس به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های پیشروی بانکداری الکترونیکی در افغانستان پرداخته خواهد شد؛ و هدف آن شناسایی موانع و ارائه راهکارهایی برای توسعه و بهبود این سیستم در کشور است.

۳. اهداف تحقیق

این تحقیق دارای اهداف اصلی و فرعی می‌باشد که قرار زیر است:

الف. هدف اصلی: بانکداری الکترونیکی؛ چالش‌ها و فرصت‌های آن در افغانستان و بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی، در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه در میان (مشتریان عزیزی بانک) در کابل.

^۱ سرویس به هر نوع خدمات یا عملکردی اطلاق می‌شود که توسط یک فرد، سازمان یا سیستم برای برآوردن نیازها و خواسته‌های کاربران یا مشتریان ارائه می‌شود. سرویس‌ها معمولاً غیرمادی هستند و به شکل عملیاتی یا کمک به مشتریان ارائه می‌شوند، به‌طوری‌که نتیجه‌ای فیزیکی ایجاد نمی‌کنند. امین^۱

^۲ ساعات اداری در افغانستان معمولاً از ساعت ۸:۰۰ صبح آغاز و تا ساعت ۴:۰۰ عصر ادامه دارد. این ساعات ممکن است بسته به نوع اداره، تعطیلات رسمی و فصول سال تغییر کند. در تمام ادارات دولتی و خصوصی، یک ساعت استراحت برای نان و نماز در نظر گرفته شده است. امین

ب. اهداف فرعی:

- بررسی ارتباط بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان به‌ویژه (مشتریان عزیزی بانک).
- بررسی ارتباط بین لذت‌بخش بودن بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان به‌ویژه (مشتریان عزیزی بانک).
- بررسی ارتباط بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان به‌ویژه (مشتریان عزیزی بانک).
- بررسی ارتباط بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان به‌ویژه (مشتریان عزیزی بانک).
- بررسی ارتباط بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات در بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان به‌ویژه (مشتریان عزیزی بانک).
- بررسی ارتباط بین کیفیت ارتباط اینترنتی در بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان به‌ویژه (مشتریان عزیزی بانک).

۴. سؤالات تحقیق

سؤالات این تحقیق به شرح ذیل است:

الف. سؤالات اصلی تحقیق:

- عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی، در میان شهروندان افغانستان کدام‌ها اند؟
- عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی، در میان مشتریان عزیزی بانک کدام‌ها اند؟

ب. سؤالات فرعی تحقیق:

- آیا بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) ارتباط معناداری وجود دارد؟

- آیا بین لذت‌بخش بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین میزان اطلاعات درباره بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد؟
- آیا بین کیفیت ارتباط اینترنتی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد؟

۵. فرضیات تحقیق

فرضیات تحقیق به شرح ذیل است:

- فرضیه اول:** بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) ارتباط معناداری وجود دارد.
- فرضیه دوم:** بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) در کابل ارتباط معناداری وجود دارد.
- فرضیه سوم:** بین لذت‌بخش بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه چهارم:** بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه پنجم:** بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ششم:** بین کیفیت ارتباط اینترنتی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیز بانک) رابطه معناداری وجود دارد.

۶. قلمرو تحقیق

این تحقیق دارای دو قلمرو می‌باشد:

الف. قلمرو زمانی: این تحقیق در زمستان سال ۱۴۰۲ شروع الی زمستان سال ۱۴۰۳ صورت پذیرفت.

ب. قلمرو مکانی: محدوده مکانی این تحقیق در حیطه وزارت امور شهدا و معلولین^۱ و عزیزی بانک مرکزی^۲ در شهر کابل صورت گرفته است.

۷. چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری الگویی مفهومی بوده و به بررسی روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته می‌پردازد؛ و همبستگی بین آن‌ها را شرح می‌دهد. چارچوب نظری به محقق کمک می‌کند که روابط خاصی را در نظر بگیرد، آن‌ها را بیازماید و درک خود را در زمینه موضوع تحقیق گسترده سازد و در جهت بهبود آن راه‌حل‌های مناسب ارائه دهد.

امروزه بسیاری از بانک‌ها در سطح جهان خدمات خود را به صورت الکترونیکی ارائه می‌دهند؛ و با یکپارچه شدن اقتصاد جهانی، کشور ما افغانستان نیز تحت تأثیر قرار خواهد گرفت، از این رو در بلندمدت چاره‌ای جز الکترونیکی شدن بانک‌ها نداریم. در حال حاضر مشتریانی در جهان اند که فهم تکنالوژیکی دارند؛ و سهولت سیستم‌های خدمات مبتنی بر تکنالوژی را نسبت به ارائه این خدمات از طریق کارکنان بانک ترجیح می‌دهند. بانکداری انترنتی با استفاده از تکنالوژی و انترنت، مشتریان را قادر می‌سازد تا فعالیت‌های مالی خود را در یک محیط مجازی انجام دهند.

^۱ وزارت امور شهدا و معلولین، به مثابه یک اداره‌ی سکتوری در امور شهدا و اشخاص دارای معلولیت، مسئولیت مدیریت، هماهنگی، ارائه خدمات باکیفیت، ترتیب پالیسی‌ها و استندردها، مدیریت معلومات و ارائه‌ی مشوره به هدف بهبود زندگی ورثه‌ی شهدا و اشخاص دارای معلولیت را به عهده دارد؛ نشانی: سرک عمومی میدان هوایی، کابل-افغانستان. منبع: وبسایت وزارت.

^۲ عزیزی بانک یکی از بانک‌های تجارتی پیشتاز در افغانستان است که در ۳۲ ولایت افغانستان ۵۷ نمایندگی، نزدیک به ۱۰۰ پایه ماشین خودپرداز و حدود ۵۰۰ پایه ماشین کارت‌خوان سیار (PoS) دارد؛ نشانی: شهر نو، چهاراهی ذنبق، نزدیک سفارت ایران، مقابل سفارت ترکیه، کابل-افغانستان. منبع: وبسایت بانک.

استفاده از تکنالوژی اطلاعات توسط بانک‌ها نیز در جهت بهبود ارائه خدمات در سراسر دنیا در حال افزایش است. با استفاده از سیستم‌های ارتباطات از راه دور و تکنالوژی اطلاعات، یک بانک می‌تواند خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهد؛ و امکان انجام مبادلات بانکی را به صورت تعاملی برای مشتریان فراهم کند.

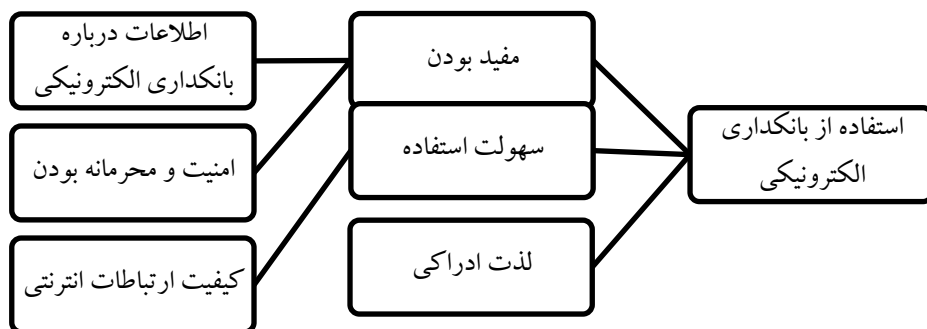
۸. تعریف اصطلاحات و واژه‌ها

- **بانکداری الکترونیک:** مولر (۲۰۰۸)، بانکداری الکترونیکی را استفاده بانک‌ها از اینترنت برای ارائه خدمات بانکی به مشتریان و استفاده مشتریان از اینترنت برای ساماندهی، کنترل و انجام تراکنش بر روی حساب‌های بانکی خود تعریف می‌کند. باین حال، برخی از صاحب نظران تعریف کلی تری ارائه کرده‌اند؛ و استفاده از سایر ابزارها و کانال‌های الکترونیک نظیر تلفون همراه، تلفون ثابت و تلویزیون دیجیتال به منظور اطلاع رسانی، ایجاد ارتباط و انجام تراکنش بانکی را نیز مشمول تعریف بانکداری الکترونیکی دانسته‌اند.
- **پذیرش تکنالوژی:** تعریف جامع تکنالوژی عبارت است از: مجموعه‌ای متشکل از اطلاعات، ابزارها و تکنیک‌هایی که از علم و تجربه عملی نشئت گرفته‌اند؛ و در توسعه، طراحی، تولید و به کارگیری محصولات، فرآیندها، سیستم‌ها و خدمات مورد استفاده قرار می‌گیرند (آبتی، ۱۹۸۹).
- **لذت ادراکی:** اساس نشاط درونی که افراد از استفاده مکرر و در زمان‌های مختلف و از لحاظ شخصیتی با ارتباط مستقیم از سیستم‌های مختلف به دست می‌آورند؛ لذت ادراکی یا لذت بخش بودن یک مقوله را تعریف می‌کند (دیویس و دیگران، ۱۹۸۹).
- **امنیت اطلاعات:** به سطحی از اعتماد به نفس افراد در استفاده از یک سیستم خاص و میزان اعتماد آن‌ها به سیستم اطلاق می‌شود (رابف و چارلز، ۱۹۹۸).
- **مفید بودن:** به سطحی که فرد در آن به این اعتقاد دست می‌یابد که استفاده از یک سیستم خاص به رشد عملکرد وی کمک کرده و برای او مؤثر و مفید است (دیویس و دیگران، ۱۹۸۹).

- **کیفیت ارتباطات:** به سطحی از ارتباطات اطلاق می‌شود که فرد در هر زمان و هر مکان با استفاده از اینترنت یا هر وسیله ارتباطی بتواند کلیه امور خود را باکیفیت و سرعت بالا انجام دهد. در همین راستا یک محقق به نام سیسی دسترسی به اینترنت را به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی می‌داند و معتقد است بدون استفاده از یک اینترنت باکیفیت نمی‌توان از مشتریان انتظار پذیرش سرویس‌های الکترونیکی را داشت (سیسی، ۱۹۹۹).

۹. مدل تحقیق

مدل استفاده‌شده در این تحقیق متعلق به پیکاراین می‌باشد. بر اساس مصاحبه گروهی متمرکز یا به اصطلاح گروه کانون با چهار نفر از فعالان حوزه تجارت در بخش بانکداری، مدلی در قالب شکل پایین به دست آمده که در آن شش عامل بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تأثیرگذار شناخته شده که در ادامه این تحقیق به بررسی بیشتر این عوامل شش‌گانه خواهیم پرداخت. مفید بودن، سهولت استفاده، لذت ادراکی، میزان اطلاعات، امنیت و محرمانه بودن، کیفیت ارتباط اینترنتی.



۱۰. روش تحقیق

در این تحقیق از روش اکتشافی برای شناخت موضوع تحقیق و متغیرهای تحقیق و از روش توصیفی شاخه پیمایشی برای بررسی میزان اثرگذاری و رتبه‌بندی عوامل استفاده شده که برای جمع‌آوری مطالب مربوط به ادبیات موضوع از روش کتابخانه‌ای^۱

^۱ در تحقیقات خود، از منابع و کتابخانه‌های معتبر کشورم (کتابخانه عامه؛ کتابخانه د افغانستان بانک؛ کتابخانه پوهنتون کابل؛ کتابخانه شخصی خودم که حدود دو هزار جلد کتاب دارد) بهره‌برداری زیادی کردم. این کتابخانه‌ها با فراهم

نظیر کتاب‌ها، مجلات، سایت‌های انترنتی، پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد دانشجویان پوهنتون‌های افغانستان و خارجی و مقالات اعم انگلیسی و فارسی استفاده شده است؛ و برای جمع‌آوری اطلاعات جهت آزمون و تحلیل سؤال‌های تحقیقی از پرسشنامه استفاده گردیده است. این پرسشنامه توسط مردم شهر کابل تکمیل و مورد بررسی قرار گرفته است. روش نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت تصادفی (در دسترس) می‌باشد، بدین ترتیب که ابتدا با مطالعه مقدماتی بر روی جامعه آماری، حجم نمونه مشخص گردیده و سپس به صورت تصادفی تعدادی از آن‌ها به عنوان نمونه انتخاب گردیدند. در این تحقیق جهت پردازش اطلاعات مستخرج از پرسشنامه و تلخیص آن‌ها از نرم‌افزار ¹spss استفاده شده است. هم‌چنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (درصد، فراوانی، میانگین، انحراف معیار) و جهت تشریح داده‌های جمع‌آوری شده از آمار استنباطی (ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون خطی) به منظور تأیید یا رد فرضیه‌های تحقیقی و رتبه‌بندی آن‌ها از نظر اهمیت استفاده گردیده است.

کردن دسترسی به مجموعه‌های گسترده‌ای از کتاب‌ها، مقالات علمی و منابع دیجیتال، به من این امکان را دادند که اطلاعات دقیق و به‌روز را برای تحقیق خود جمع‌آوری کنم. استفاده از این منابع علمی و آموزشی نه تنها به من در دستیابی به نتایج بهتر کمک کرد؛ بلکه به شناخت و استفاده از تحقیق‌های پیشین در زمینه موضوع مورد نظر نیز تسهیل نمود. امین

¹ نرم‌افزار SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) یک نرم‌افزار آماری است که برای تجزیه و تحلیل داده‌ها در زمینه‌های مختلف علمی، اجتماعی، اقتصادی، پزشکی و دیگر حوزه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نرم‌افزار به پژوهشگران و تحلیلگران کمک می‌کند تا داده‌های خود را وارد، پردازش و تحلیل کنند. SPSS دارای ویژگی‌های متنوعی است که شامل موارد زیر می‌شود: ۱. آمار توصیفی: محاسبه میانگین، میانه، انحراف معیار و دیگر شاخص‌های آماری. ۲. آزمون‌های آماری: اجرای آزمون‌های فرضیه مانند *t-test*، *ANOVA*، تحلیل همبستگی، رگرسیون و غیره. ۳. تحلیل داده‌های مقیاس بزرگ: امکان انجام تحلیل‌های پیچیده با داده‌های بزرگ. ۴. گراف‌ها و نمودارها: رسم نمودارهای مختلف مانند هیستوگرام، نمودار پراکندگی، نمودار دایره‌ای و غیره. ۵. مدیریت داده‌ها: وارد کردن و ویرایش داده‌ها از منابع مختلف مانند فایل‌های *Excel*، *CSV* و پایگاه‌های داده. این نرم‌افزار به دلیل رابط کاربری ساده و امکانات قدرتمند، به‌طور گسترده در تحقیقات علمی، آموزش و تحلیل داده‌های بازار استفاده می‌شود. امین

فصل دوم

مفهوم بانکداری الکترونیکی

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

- مبحث اول: ماهیت و تعریف بانکداری الکترونیکی؛
- مبحث دوم: تاریخچه بانکداری الکترونیکی در جهان و افغانستان؛
- مبحث سوم: ویژگی‌های بانکداری الکترونیکی؛
- مبحث چهارم: انواع بانکداری الکترونیکی.

آغاز بحث

امروزه در کنار بانکداری مدرن بانکداری الکترونیکی نیز به میان آمده که توانسته است تسهیلات زیادی را در صنعت بانکداری فراهم سازد. پیشرفت‌های چشم‌گیری در زمینه تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات در دهه اخیر بانکداری را متحول ساخته است که امروز از مفاهیم نوین نظیر بانکداری الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، بیمه الکترونیکی، دولت الکترونیکی و آموزش الکترونیکی صحبت به عمل می‌آید.

آنچه تاکنون بیش از سایر موارد تحت تأثیر این تکنالوژی قرار گرفته است، سکتور بانکداری و تجارت است. با به‌کارگیری روزافزون سیستم‌های پیشرفته تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات، بانکداری الکترونیکی توانسته است جای مساوی از فعالیت‌های بانکداری سنتی را بگیرد که مبنای فعالیت آن بر اساس مفاهیم جدید نظیر پول الکترونیکی، ماشین‌های اتومات صرافی، نقاط فروش و غیره خواهد بود.

امروز با توجه به تسهیلات فراوان که توسط تکنالوژی اطلاعاتی فراهم گردیده توانسته است در ساحه بانکداری الکترونیکی هم انعکاس پیدا کند؛ و این تسهیلات را می‌توان در قسمت کاهش هزینه‌ها، افزایش سودآوری بانک‌ها، افزایش کیفیت در ارائه خدمات به مشتریان، رفع محدودیت‌های زمانی و مکانی، گسترش ساحه فعالیت‌های بانکی و بازاریابی و غیره به‌خوبی مشاهده کرد (گهری، ۱۳۹۸).

با در نظر داشت مزیت‌های فوق‌الذکر در سال‌های اخیر اقدامات به‌منظور حرکت به‌سوی بانکداری الکترونیکی از سوی بانک‌های دولتی و خصوصی در کشور صورت

گرفته است. هرگاه بانک‌های کشور^۱ نتوانند خود را به تکنالوژی اطلاعات عصری مجهز سازند، معنی پسمانی سیستم‌های بانکی کشور از سیستم‌های بانکی بین‌المللی است؛ زیرا همه کشورها به حدی بالای خود را به این تکنالوژی عیار ساخته و حتی کشش‌های بین‌المللی، سیستم بانکی را وادار می‌سازند تا خود را به این سیستم عیار سازند، در غیر آن فعالیت‌های امروزی اقتصادی در سطح بین‌المللی ناممکن می‌گردد.

امروز خدمات زیادی بانکی در سایر کشورها وجود دارد که تا هنوز در کشور ما افغانستان به بسیاری از خدمات بانکداری الکترونیکی دسترسی صورت نگرفته. بناً با داشتن یک دید مناسب اصلاحی در عرصه ارائه خدمات نوین بانکداری الکترونیکی می‌توان نظام بانکی را در مکانی قرارداد که با تغییرات و تحولات جهانی همگام گردد.

بانکداری الکترونیکی شامل کلیه کانال‌های الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حساب‌های خود و نقل و انتقال وجه بین حساب‌ها و یا پرداخت صورت‌حساب‌های خود از آن استفاده می‌کنند. این کانال‌ها شامل انترنت، موبایل، تلفون، تلویزیون دیجیتال، دستگاه‌های خودپرداز و کارت‌های بانکی و یا استفاده از خدمات الکترونیکی در داخل شعبات بانک‌ها می‌باشد.

بانکداری الکترونیکی درواقع اوج استفاده از تکنالوژی کمپیوتری در جهت حذف دو قید زمان و مکان از خدمات بانکی است. به عبارت دیگر، اگر تا دیروز ساعت کار بانک‌ها، تعداد و محل استقرار شعبات بانک‌ها، عوامل اصلی تسهیل گردش پول در جامعه شناخته می‌شدند، امروزه با ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی هم چون بانکداری خانگی، مینی بانک‌ها و ... این عوامل کم‌کم به دست فراموشی سپرده شده‌اند (صادقی، ۱۳۸۹).

خواننده‌گان عزیز؛ این باور که بانکداری الکترونیکی یک‌باره به وجود آمده است کاملاً اشتباه است. این نوع بانکداری مسیری را طی چند دهه طی کرده است و هنوز راه

^۱ در اینجا می‌خواهم تا در مورد تعداد بانک‌های دولتی و خصوصی افغانستان معلومات ارائه نمایم. بانک‌های دولتی افغانستان عبارت‌اند از: پشتنی بانک، بانک ملی افغانستان، د افغانستان بانک، نوی کابل بانک، بانک انکشاف صادرات، بانک رهنی و تعمیراتی، بانک انکشاف زراعتی، بانک توسعه صنایع دستی می‌باشند؛ و بانک‌های خصوصی که تمامی بانک‌های خصوصی افغانستان پس از ۲۰۰۴ تأسیس شده است؛ عبارت‌اند از: عزیزی بانک، بانک بین‌المللی افغانستان، باختر بانک، میوند بانک، افغان یونایتد بانک، اولین بانک قرضه‌های کوچک در افغانستان، غضنفر بانک، آراین بانک، بانک تجارتی افغانستان و اسلامی بانک می‌باشند. امین، منبع ویکی پدیا.

طولانی برای رسیدن به تکامل خود در پیش روی دارد. جایی که استفاده از نیروی انسانی و عملیات دستی به حداقل ممکن رسیده و به جای آن سیستم‌های شبکه‌ای و کمپیوتری گسترده‌تر و با امنیت بالا کاربرد دارد، جایی است که بانکداری الکترونیکی کامل نمایان می‌شود.

مبحث اول: ماهیت و تعریف بانکداری الکترونیکی

بانکداری الکترونیکی عبارت از ارائه کلیه خدمات بانکی به صورت الکترونیکی از طریق



واسطه‌های ایمن و بدون نیاز به حضور فیزیکی مشتری در بانک است که به طور ۲۴ ساعته خدمت می‌کند. بانکداری الکترونیکی و پول الکترونیکی مفاهیم عام و کلی و در عین حال جدید و باهم مرتبط هستند که در مراحل اولی قرار داشته و هنوز تعریف واحد و کلی به آن داده نشده است (گه‌ری، ۱۳۹۸).

تعریف اول: پول الکترونیکی عبارت از پولی است که به صورت الکترونیکی حرکت کرده و به گردش درمی‌آید؛ و می‌تواند به صورت کارت هوشمند و یا کارت‌های که در آن ارزش ذخیره شده‌اند؛ همچنان در نقاط فروش استفاده شود؛ و یا بدون دخالت هیچ شخص دیگر و مستقیماً به صورت شخص به شخص مورد استفاده قرار گیرد؛ و نیز می‌تواند از طریق خطوط تلفن به سوی بانک‌ها و یا دیگر ارائه‌دهندگان خدمات به حرکت درآمده و یا خرج شود.

تعریف دوم: پول الکترونیکی به عنوان یک وسیله پرداخت برای تعهدات اشخاص غیر مؤسسه صادرکننده پذیرفته شده است.

مظهر اساسی پول الکترونیکی در جهان عبارت از کارت‌های اعتباری است. صادرکنندگان پول الکترونیکی عبارت از بانک‌ها، مؤسسات مالی غیر بانکی و مؤسسات غیرمالی می‌باشند؛ طبق تحقیقات در بعضی از کشورها صادرکنندگان پول الکترونیکی تنها مؤسسات دولتی و در برخی از کشورها مؤسسات خصوصی نیز است. وسایل پرداخت

الکترونیکی نقش مهم در توسعه تجارت الکترونیکی دارد؛ و خدمات بانکداری الکترونیکی، من جمله پول الکترونیکی می تواند فرصت جدیدی برای بانکها فراهم کند. استاد قیوم عارف در کتاب خود می نویسد: «معاملات الکترونیکی من حیث دست آورد علوم و تکنالوژی معاصر محدود به فعالیت های بانکی نبوده؛ بلکه امروز به پیمانیه وسیع انکشاف نموده در عرصه های مختلف اقتصادی چون تجارت الکترونیکی، بیمه الکترونیکی، نظام الکترونیکی مالیاتی و امثال آن مورد استفاده قرار می گیرد» (عارف، ۱۳۹۵).

تعریفات بانکداری الکترونیکی

تعریف: بانکداری الکترونیکی را می توان استفاده از تکنالوژی پیشرفته شبکه ها و مخابرات جهت انتقال پول در سیستم بانکداری معرفی کرد.

تعریف: بانکداری الکترونیکی عبارت از ارائه کلیه خدمات بانکی به صورت الکترونیکی و از طریق واسطه های ایمن و بدون نیاز به حضور فیزیکی مشتری در بانک است (حسن زاده، ۱۳۹۳).

تعریف: بانکداری الکترونیکی عبارت است از فراهم آوردن امکاناتی برای کارکنان در جهت افزایش سرعت و کارایی آنها در ارائه خدمات بانکی در محل شعبات بانک و همچنین پروسه های بین شعبه ای و بین بانکی در سراسر دنیا و ارائه امکانات سخت افزاری^۱ و نرم افزاری^۲ به مشتریانی که با استفاده از آنها بتوانند بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک، در هر ساعتی از شبانه روز ۲۴ ساعته از طریق کانال های ارتباطی ایمن و با اطمینان عملیات بانکی دلخواه خود را انجام دهند.

بانکداری الکترونیکی برای مشتریان امکان می دهد که سطح گسترده ای از نقل و انتقالات وجوه و اطلاعات را به شیوه الکترونیکی و از طریق وبسایت بانک عامل انجام دهند. در آغاز، بانکداری اینترنتی به شکل گسترده ای تنها به عنوان واسطه اطلاعات در بانکها به کار برده می شد که محصولات و خدمات خود را در وبسایت ارائه می دادند؛ و برای آنها بازاریابی می کردند. با پیشرفت تکنالوژی و استفاده از اینترنت در صنعت

¹ ATM

² Account

بانکداری، بانک‌ها دامنه فعالیت‌های اینترنتی خود را گسترش دادند. طوری که امروز مبادلات چک، پرداخت حساب، نقل و انتقال وجوه، ارسال گزارش‌ها یا اسناد مورد نیاز مشتریان، به صورت الکترونیکی و لحظه‌ای، فارغ از مکان و زمان، در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد؛ که هم به نفع مشتری است و هم به نفع بانک است؛ زیرا از دید مشتری، هزینه‌های خدمات بانکی با این سیستم کاهش می‌یابد؛ از جمله این هزینه‌ها می‌توان به هزینه‌های تلف شدن وقت در صف‌های طولانی بانک اشاره کرد و از دید بانک هزینه عرضه خدمات بانکی با استفاده از سیستم بانکداری، در حد بالایی کاهش می‌یابد. چون دیگر نیاز به کاغذهای اضافی، کارمند اضافی، هزینه‌های فرصتی در بخش‌های دیگر، برای بانک وجود نخواهد داشت.

درواقع، امروزه صنعت بانکداری تنها در ارائه خدمات پشت میز خلاصه نمی‌شود؛ بلکه دامنه فعالیت آن در سطح فعالیت شرکت‌های چندملیتی گسترده شده است؛ بانک‌ها امروزه خود در سیستم مبادلات الکترونیکی به عنوان یکی از سرمایه‌گذاران بزرگ در بازار مبادلات وارد شده و در رقابت با سایر بانک‌ها نقشی اساسی در تأمین مالی و پولی ایفا می‌کنند. خلاصه می‌توان گفت که امروزه صنعت بانکداری دامنه وسیع از فعالیت‌های اقتصادی را شامل می‌شود؛ و بدون آن و بدون تحول در این صنعت، بزرگ‌ترین بخش محرک اقتصادی جامعه فلج می‌شود.

تعاریف مختلف بانکداری الکترونیکی در بالا آورده شده است که هر یک از آن‌ها به جنبه‌های خصوصیات این شیوه بانکداری تأکید می‌کند. در این قسمت تعریفی جامع را ذکر می‌کنیم؛ و سپس دیدگاه‌های را که به خصوصیات این شیوه بانکداری اشاره دارد، مطرح خواهیم کرد. از جمله تعریف‌های جامع بانکداری الکترونیکی می‌توان به تعریف زیر اشاره کرد:

تعریف: بانکداری الکترونیکی، استفاده از وسایل الکترونیکی در عرضه خدمات بانکی است که خود زیرمجموعه از تأمین بودجه الکترونیکی است. حالا در تجزیه و تحلیل آن می‌توان به موضوعات بهتر و کلمات کلیدی تعریف توجه و تأکید کرد و دامنه تعریف آن را گسترش داد.

- **وسایل الکترونیکی:** یکی از اصطلاحات مطرح شده در این تعریف وسایل الکترونیکی در عرضه خدمات بانکی است. وسایلی که در عرضه خدمات بانکی

بکار گرفته می‌شوند طی تحولات تاریخی و فنی، تغییرات اساسی پیدا کرده‌اند. زمانی با وسایلی چون ارائه فیزیکی در تراز حساب‌ها، حصول چک، حواله و یا به‌طوری خلاصه حضور فیزیکی مشتری بانک در مکان مشخص ارائه خدمات بانکی صورت می‌گرفت؛ ولی طی تحولات اخیر در تکنالوژی و وقوع انقلاب الکترونیکی، این وسایل عرضه خدمات بانکی نیز تحول پیدا کرده‌اند. از جمله وسایل نوین که در عرضه خدمات بانکی توسط بانک‌ها مختلف استفاده می‌شود؛ می‌توان به تجهیزات خدمات اتوماسیون^۱ و میکانیزاسیون^۲ اشاره کرد. بانک‌ها طی تحولات تکنالوژی ابتدا به ارائه خدمات خودکار (اتوماتیک) اقدام کردند و با گسترش تحولات اخیر؛ از جمله ظهور انترنت و ارتباطات جهانی، در قالب ارتباط‌های انترنی و وب‌سایت، شیوه ارائه خدمات مکانیزه تغییر یافت، طوری که امروزه بانک‌ها از وسایلی چون تیلیفون، انترنت، موبایل و غیره در ارائه خدمات استفاده می‌کنند.

• **بودجه الکترونیکی:** اصطلاح دیگری که در تعریف مطرح شده بودجه الکترونیکی است که جانشین همان تأمین مالی سابق شده است. پس منظور از بودجه الکترونیکی همان تأمین مالی و پولی توسط مؤسسات، شرکت‌ها، دولت‌ها و غیره است که امروزه در قالب درخواست‌های انترنتی قرضه، ارائه اسناد اعتباری از طرف وب‌سایت اختصاصی بانک عامل انجام می‌شود. با توجه

^۱ اتوماسیون به فرآیندی اطلاق می‌شود که طی آن فعالیت‌ها و وظایف مختلف بدون نیاز به دخالت مستقیم انسان، به‌طور خودکار انجام می‌گیرند. درواقع، اتوماسیون به استفاده از تکنالوژی‌ها و سیستم‌های ماشینی برای انجام کارها و فرآیندها به‌صورت خودکار اشاره دارد، به‌طوری‌که دستگاه‌ها، نرم‌افزارها یا ماشین‌ها به‌جای انسان‌ها آن‌ها را انجام دهند. برای مثال: اتوماسیون اداری به استفاده از نرم‌افزارها و سیستم‌های دیجیتال برای انجام امور اداری و سازمانی به‌طور خودکار اشاره دارد. امین

^۲ مکانیزاسیون به فرآیند استفاده از ماشین‌آلات و تجهیزات مکانیکی به‌جای کاردستی برای انجام کارها و فرآیندها گفته می‌شود. این اصطلاح به‌ویژه در صنایع کشاورزی، تولیدی و ساختمانی کاربرد دارد؛ اما می‌تواند در زمینه‌های مختلف نیز به کار رود. هدف از مکانیزاسیون افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها، بهبود دقت و سرعت در انجام کارها و همچنین کاهش وابستگی به نیروی انسانی است. در صنعت تولید، مکانیزاسیون می‌تواند به معنی استفاده از دستگاه‌ها و تجهیزات خودکار برای تولید محصولات در خطوط تولید باشد. امین

به توضیحات داده شده، می توان تعریف واضح تر، آشکارتر و ملموس تر از بانکداری الکترونیکی ذکر کرد:

- **تعریف:** بانکداری الکترونیکی عبارت است از به کارگیری ابزار و وسایل الکترونیکی از جمله اینترنت، شبکه های ارتباطی بی سیم، دستگاه های خودپرداز، تلفون و موبایل در ارائه خدمات بانکی که این خدمات بخشی از تأمین های مالی در سیستم پولی و مالی کشور است.
- حال می توان بانکداری الکترونیکی را با توجه به مفاهیمی چون بانکداری از طریق تلفون، بانکداری اینترنتی، بانکداری خودپرداز و غیره تعریف کرد. برای مثال موبایل بانکینگ را می توان عرضه خدمات بانکی از طریق تلفون همراه دانست. با توجه با توضیحات فوق می توان گفت اینترنت، موبایل، تلفون و شبکه های ارتباطی بی سیم که در عرضه خدمات بانکی مورداستفاده قرار می گیرند همه در مجموعه ای بنام بانکداری الکترونیکی خلاصه می شوند.
- یکی از وظایف عمده بانک ها انتقال وجوه است. انتقال وجوه توسط بانک ها از لحاظ تکنالوژی و شیوه عمل، به دو شکل انجام می پذیرد یکی به شیوه سنتی و مبتنی بر کاغذ و دیگری به شیوه الکترونیکی.

الف: مفهوم انتقال الکترونیکی وجوه: برای پرداخت وجه شیوه های مختلفی وجود دارد

که معمولاً آن ها را از نظر رویه می توان به سه نوع شیوه پرداخت تقسیم نمود.

- یکی پرداخت بارتتر^۱ یا کالا با کالا است که در این دوران چندان مورد توجه قرار نمی گیرد.
- دوم پرداخت نقدی که به وسیله انتقال اسکناس صورت می گیرد.
- سوم پرداخت وجه یا انتقال وجه از طریق سازوکار بانکی.

^۱ تبادل بارتتری (Barter) یک سیستم مبادله کالا به کالا است که در آن هیچ گونه پول یا ارز نقدی در جریان نیست؛ به عبارت دیگر، در تبادل بارتری، افراد یا کسب و کارها کالا یا خدمات خود را مستقیماً با کالا یا خدمات شخص دیگر مبادله می کنند. مثال ساده: فرض کنید یک دهقان محصولات خود را به فروش می رساند و نیاز به یکدست ابزار دهقانی مثل بیل، داس، شاخی و ... جدید دارد. او می تواند محصولات خود را به جای پول به فردی که ابزار کشاورزی را می فروشد، بدهد و در عوض ابزار موردنظر خود را دریافت کند. امین

- شیوه پرداخت نوع اول مربوط به زمان‌های بسیار دور است؛ و در اقتصاد و تجارت امروز جایگاه قابل توجهی ندارد. شیوه پرداخت نوع دوم بیشتر مربوط به اقتصادهای کمتر توسعه یافته است و در اقتصادهای پیشرفته فقط برای پرداخت‌های خرد و کم حجم مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ بنابراین بیشترین حجم پرداخت و مهم‌ترین شیوه پرداخت در اقتصاد امروز انتقال وجوه از طریق بانک است.

- انتقال وجه از طریق بانک‌ها و مؤسسات مالی به دو شکل سنتی مبتنی بر کاغذ و الکترونیکی انجام می‌شود؛ که در زیر به آن می‌پردازیم:

۱. **شکل سنتی:** در شکل سنتی انتقال وجوه که در افغانستان نیز مرسوم است تقریباً کلیه عملیات انتقال وجوه بر روی فورم‌ها ثبت می‌شود؛ و برای انتقال اطلاعات از کاغذ به عنوان ستون سیستم استفاده می‌شود.

۲. **شکل الکترونیکی:** پیشرفت تکنالوژی به خصوص تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات، نظام بانکداری و انتقال وجه را دگرگون نموده است. در نتیجه سیستم‌های قدیمی (مبتنی بر کاغذ) به سیستم‌های نوین (الکترونیکی) تبدیل شده‌اند.

۳. قبل از اینکه مفهوم انتقال الکترونیکی وجوه بیشتر توضیح داده شود، ابتدا لازم است تعریفی از سیستم انتقال وجوه ارائه گردد.

تعریف: انتقال وجوه به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها اطلاق می‌شود که به وسیله بانک‌ها و با مؤسسات دیگر از قبیل اتاق پایپای^۱ جهت انتقال وجوه بین بانک‌ها صورت می‌پذیرد. حال اگر این فعالیت‌ها بر مبنای کاغذ استوار باشد. به آن شیوه X پرداخت و انتقال X گفته می‌شود؛ و اگر این فعالیت‌ها از طریق تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات و به صورت الکترونیکی انجام پذیرد به آن X انتقال الکترونیکی می‌گویند. شروع به کارگیری و توسعه سیستم‌های انتقال الکترونیکی در دنیا به دهه‌های ۶۰ میلادی در آمریکا و اروپا برمی‌گردد. در این دوران بود که کارت‌های بانکی عرضه شد و

^۱ اتاق‌های پایپای الکترونیکی حجم زیادی از تراکنش‌های اعتباری و بدهی را به صورت دسته‌ای پردازش می‌کنند. انتقال اعتبار در اتاق پایپای الکترونیکی (ACH) توسط پرداخت‌کننده آغاز می‌شود و شامل پرداخت‌هایی مانند: سپرده مستقیم، لیست حقوق و دستمزد، پرداخت خرده‌فروشی و پرداخت فروشنده است. منبع: ویکی‌پدیا.

سازوکارهای جدید اتاق پایاپای اتوماتیک به وجود آمد. هرچند که زمانی زیادی از به وجود آمدن انتقال الکترونیکی وجوه می‌گذرد؛ ولی گسترش فراگیر آن مربوط به دهه ۹۰ و پس از معرفی اینترنت و به‌کارگیری گسترده آن است.

هرچند که مفهوم انتقال وجوه روشن است، ولی بر سر مفهوم انتقال الکترونیکی وجوه توافق وجود ندارد، زیرا از یک‌طرف گروهی تعاریف بسیار محدودی از آن نموده‌اند و فقط نوع خاصی انتقال الکترونیکی وجوه را EFT^1 می‌دانند و در مقابل گروهی دیگر EFT را در معنای بسیار وسیع بکار برده‌اند که حتی تمام بانکداری الکترونیکی را در خود جای داده است. طبق یکی از تعاریف، EFT عبارت است از روشی برای انتقال وجوه به‌طور خودکار به‌وسیله کامپیوتر و با استفاده از اتاق پایاپای خودکار. طبق این تعریف اولاً EFT فرآیندی است که وجوه به‌صورت الکترونیکی منتقل می‌شود. ثانیاً موجودیت قانونی به نام اتاق پایاپای خودکار ACH^2 وجود دارد که عملیات انتقال (تسویه) را انجام می‌دهد. انتقال الکترونیکی وجوه، ابزاری برای رسیدن به هدف نهایی یعنی انجام پرداخت است. در پرداخت الکترونیکی با انتقال الکترونیکی وجوه، اساساً عمل پرداخت بدون جابجایی فیزیکی پول و بدون تبادل اطلاعات کاغذی زیاد صورت می‌گیرد.

¹ مخفف EFT به معنی Electronic Funds Transfer است که به ترجمه فارسی انتقال الکترونیکی وجوه می‌باشد. این سیستم به فرآیند انتقال وجوه از یک حساب به حساب دیگر به‌طور الکترونیکی و بدون نیاز به استفاده از چک یا پول نقد اشاره دارد. EFT می‌تواند برای انواع تراکنش‌ها مانند انتقال پول بین بانک‌ها، پرداخت‌های آنلاین و یا حتی پرداخت‌های حقوق و دستمزد استفاده شود. این نوع انتقال‌ها سریع‌تر، امن‌تر و راحت‌تر از روش‌های سنتی پرداخت است. امین

² مخفف ACH به معنی Automated Clearing House است که به فارسی خانه تصفیه خودکار ترجمه می‌شود. این سیستم یک شبکه الکترونیکی است که برای پردازش تراکنش‌های مالی مانند انتقال پول، پرداخت‌های منظم مانند (معاشات و دستمزد) و پرداخت‌های قبوض استفاده می‌شود؛ این سیستم امکان انتقال وجوه به‌صورت سریع و بدون نیاز به چک یا پول نقد را فراهم می‌کند. در آمریکا برای انتقال‌های بانکی در سطح ملی و بین‌بانکی کاربرد دارد. امین

کمیسیون قانون تجارت بین‌المللی سازمان ملل متحد^۱ انتقال الکترونیکی وجوه را چنین بیان می‌کند: «انتقال وجوه، فرآیندی است که در آن یک یا بیش از یک اقدام در فرآیند کار که سابقاً بر اساس روش مبتنی بر کاغذ انجام می‌شد، اکنون با روش‌های الکترونیکی صورت می‌گیرد.»

طبق تعریف دیگری انتقال الکترونیکی وجوه عبارت از هر نوع انتقال وجه به‌غیراز شیوه‌های سنتی مثل چک، وجه نقد و سایر ابزارهای کاغذی مشابه که از طریق تلفون، کامپیوتر، نوارهای مقناطیسی، به‌منظور سفارش، مطلع کردن و یا مجوز دادن به مؤسسه مالی، برای بدهکار^۲ یا بستانکار کردن یک حساب صورت می‌گیرد.

طبق این تعریف اصطلاح EFT شامل: انتقال (FEDwier)، انتقال وجوه از طریق اتاق پایاپای خودکار (ACH)، انتقال از طریق ماشین‌های خودپرداز (ATM) و پایانه‌های نقطه فروش (POS) مورد استفاده قرار گیرد. در این مبحث سعی شد، با ارائه تعاریف مختلف، ابعاد EFT مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به تعاریف فوق، تعریفی که در اینجا به‌عنوان EFT مورد استفاده قرار می‌گیرد، مفهوم وسیع EFT است و شامل هرگونه انتقال وجوه که به‌صورت الکترونیکی انجام می‌گردد، می‌شود. طبق تعریف اخیر انتقال الکترونیکی وجوه شامل انتقال وجوه بین حسابات، بانک‌ها و سایر مؤسسات مالی، با استفاده یا بدون استفاده از اتاق پایاپای خودکار، از طریق به‌کارگیری ترمینال^۳ الکترونیکی، تلفون، کامپیوتر، ماشین‌های نقطه فروش، ماشین‌های خودپرداز یا هر وسیله دیگر الکترونیکی از بانکداری الکترونیکی خواهد بود و می‌تواند بانکداری الکترونیکی را در خود جا دهد (حسن‌زاده، ۱۳۹۳).

ب. اهمیت انتقال الکترونیکی وجوه: انتقال الکترونیکی وجوه در مقایسه با سایر سازوکارهای پرداخت مبتنی بر کاغذ، راحت‌تر، مطمئن‌تر، کم‌هزینه‌تر است. به‌کارگیری انتقال الکترونیکی وجوه با توجه به این‌که جنبه‌های مختلفی دارد از جایگاه ویژه‌ای در تجارت برخوردار است. یک جنبه آن مربوط به کسانی است که از

^۱ UNCTRAL

^۲ با این دو واژه در مبحث بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی بیشتر آشنا خواهید شد. امین

^۳ دستگاهی که به‌وسیله آن اطلاعات به یک سیستم مخابراتی یا الکترونیکی وارد و خارج می‌شود. امین

سیستم استفاده می‌کنند؛ و اکثریت جامعه، افراد و سازمان‌ها می‌توانند از انتقال الکترونیکی وجوه استفاده نمایند.

مشتریان بانک‌ها، مؤسسات بزرگ دولتی و خصوصی، سازمان‌های غیرانتفاعی و شرکت‌های کوچک می‌توانند از مزایای انتقال الکترونیکی وجوه بهره‌مند شوند؛ و جنبه دیگری اهمیت انتقال الکترونیکی وجوه گسترش تجارت الکترونیکی است.

تجارت الکترونیکی^۱ امروز حجم قابل توجهی از مبادلات تجارت را به خود اختصاص داده است و نرخ رشد سریع آن حاکی از این است که تجارت در سراسر جهان متحول؛ و از تجارت سنتی به تجارت الکترونیکی مبدل خواهد شد. در تجارت الکترونیکی، انتقال الکترونیکی وجوه نقش کلیدی دارد؛ به عبارت دیگر، بدون انتقال الکترونیکی وجوه، تجارت الکترونیکی به‌طور کامل عینیت و تحقق نمی‌یابد. انتقال الکترونیکی وجوه مفهومی است که به‌صورت کامل و جامع دربرگیرنده تمامی مسایل پیرامون نقل و انتقالات پولی در تجارت الکترونیکی است؛ و شامل ابزار لازم جهت نقل و انتقال پول (سخت‌افزار و نرم‌افزار)، فرآیند عمل، نقل و انتقال، مسایل امنیتی، مسایل قانونی و غیره می‌باشد.

یکی دیگر از جنبه‌های انتقال الکترونیکی وجوه، صرف‌نظر از ویژگی‌های معاملاتی آن، این است که این تکنالوژی به‌عنوان یک شیوه پرداخت، اثرات مستقیم نیز به روی سیاست‌ها و نظام پولی کشور می‌گذارد و در حقوق مصرف‌کننده نیز مؤثر می‌باشد. انتقال الکترونیکی وجوه به‌عنوان یک شیوه پرداخت و انتقال وجوه امکان دارد، عرضه اعتبار و پول را (بالقوه) به‌طور حساب‌نشده‌ای افزایش دهد و در صورتی که این موضوع کنترل نشود خطرات بزرگی را برای سیاست پولی و اعتباری کشور دربر خواهد داشت به همین علت در تمام دنیا، نظام‌های انتقال الکترونیکی وجوه از بعضی جهات گسترده‌تر از بانکداری الکترونیکی خواهد بود و می‌تواند بانکداری الکترونیکی را در خود جای دهد (حسن‌زاده، ۱۳۹۳).

^۱ در فصل پنجم تجارت الکترونیکی به‌گونه‌ای مفصل به این موضوع خواهیم پرداخت. امین

مبحث دوم: تاریخچه بانکداری الکترونیکی در جهان و افغانستان

۱. تاریخچه بانکداری الکترونیکی در جهان



زمان شروع پرداخت الکترونیکی در دنیا به سال ۱۹۱۸ میلادی برمی گردد، یعنی هنگامی که بانک‌های فدرال رزرو^۱ امریکا به انتقال وجوه از طریق تلگراف می پرداختند. اینترنت در سال ۱۹۷۰ توسط متخصصان دانشگاهی، به منظور اشتراک دریافت‌ها، توسعه یافت و تا سال ۱۹۹۳ محبوبیت اینترنت برای عموم و خصوصاً

تجاری که امید به گسترش مشتریان‌شان داشتند، افزایش پیدا کرد. عواملی که بانکداران را به سمت اینترنت متوجه ساخت عبارت بود از: مواجه شدن با مبالغ هنگفت، مشتریان زیان ده و رقابت بین غیر بانکی‌ها.

در سال ۱۹۹۴، بانک‌ها شروع به کاوش در اینترنت کردند تا به عنوان یک سیستم تحویل‌داری پیشنهادی برای خدمات‌شان، از بانکداری اینترنتی استفاده کنند. این نوع بانک برای هر تراکشی قیمت کمتری را از بانک‌های شعبه دار پیشنهاد کرد. همچنین به دسترسی بازارهای جهانی و آسایش بیشتر مشتریان توجه بیشتری نشان داد. تا جنوری ۱۹۹۵، فقط ۲۴ بانک بر روی شبکه اینترنت وجود داشت؛ لیکن، به فاصله یک سال، ۸۰۰ بانک به این تعداد افزوده شد، به طوری که کارشناسان بانک‌های صنعتی تخمین زده بودند که بانک‌های شمال امریکا تا سال ۲۰۰۰ حدود ۱۵۰۰ شبکه اینترنت تأسیس خواهند کرد.

محمد کشته گر در مورد تاریخچه بانکداری الکترونیکی در مقاله خود چنین می نویسد: شروع سرویس‌های بانکداری خانگی مدرن، سرویس‌های بانکداری از راه دور از طریق رسانه‌های الکترونیکی در اوایل دهه هشتاد بودند. در اواخر دهه هشتاد کلمه آنلاین محبوب شد؛ و به استفاده از یک ترمینال، صفحه کلید و صفحه نمایش برای

^۱ بانک‌های فدرال رزرو (Federal Reserve Banks) مجموعه‌ای از بانک‌های مرکزی ایالات متحده امریکا هستند که تحت نظارت سیستم فدرال رزرو قرار دارند. سیستم فدرال رزرو به عنوان بانک مرکزی ایالات متحده عمل می کند و مسئول اجرای سیاست‌های پولی، نظارت بر بانک‌ها و تضمین ثبات مالی در کشور است. این بانک‌ها به طور خاص در ۱۲ منطقه مختلف ایالات متحده توزیع شده اند و هر کدام از آن‌ها در منطقه خاصی فعالیت می کنند. امین

دسترسی به سیستم بانکی از طریق یک خط تیلیفون اطلاق می‌شد. کلمه بانکداری خانگی همچنین می‌تواند به استفاده از یک صفحه‌کلید کوچک عددی برای فرستادن صدا از طریق خط تیلیفون به وسیله دستورالعمل‌هایی برای بانک اطلاق شود. سرویس‌های آنلاین در سال ۱۹۸۱ در نیویورک شروع به کار کردند زمانی که چهار بانک بزرگ شهر سرویس‌های بانکداری خانگی را به وسیله سیستم ویدئوتکس^۱ ارائه کردند. به دلیل شکست تجاری تکنالوژی ویدئوتکس این سرویس‌های بانکداری هرگز محبوب نشد به جز در فرانسه جایی که استفاده از آن به وسیله شرکت تلی‌کام^۲ تأمین مالی می‌شد. نخستین سرویس‌های بانکداری آنلاین خانگی در انگلستان به وسیله شرکت ساخت و ساز ناتینگ‌هام^۳ (NBS) در سال ۱۹۸۳ با همکاری بانک اسکاتلند^۴ پایه‌ریزی شد. سیستمی که استفاده می‌شد بر پایه سیستم انگلیسی Prestel بود و از یک کامپیوتر مثل BBC Micro یا صفحه‌کلید متصل به سیستم تیلیفون و دستگاه تلویزیون استفاده می‌کرد. این سیستم که ارتباط خانگی Homelink نامیده می‌شد. مشاهده آنلاین صورت‌حساب‌ها، انتقالات بانکی و پرداخت قبوض را ممکن می‌ساخت. برای انجام انتقال بانکی یا پرداخت قبوض، باید یک دستورالعمل نوشته‌شده حاوی جزئیات دریافت‌کننده موردنظر به NBS فرستاده شود و آنجا اطلاعات وارد سیستم Homelink شود. اغلب دریافت‌کنندگان شرکت‌های گاز و برق و تیلیفون و حساب‌هایی در بانک‌های دیگر بودند. اطلاعات پرداخت انجام‌شده از طریق Prestel توسط دارنده حساب وارد سیستم NBS می‌شود. یک چک توسط NBS برای دریافت‌کننده وجه فرستاده می‌شود یک اطلاعیه حاوی جزئیات پرداخت نیز برای دارنده حساب فرستاده می‌شود. سیستم^۵ BACS بعدها برای انتقال مستقیم پرداختی ابداع و استفاده شد. موسسه اعتباری فدرال استنفورد^۶ اولین مؤسسه‌ای بود که در اکتبر سال ۱۹۹۴ سرویس‌های بانکداری انترتی را به همه اعضای خود ارائه کرد (کشته گر، ۱۳۹۰).

^۱ Videotext

^۲ Telecom

^۳ Nottingham Building Society(NBS)

^۴ Bank of Scotland

^۵ Bankers' Automated Clearing Services

^۶ Stanford Federal Credit Union

۲. تاریخچه دولت الکترونیکی در جهان

دولت الکترونیکی یکی از ضرورت‌های جهان امروز است که بسیاری از کشورها به دنبال ایجاد آن در کشور خود هستند. دولت الکترونیکی عبارت است از استفاده سازمان‌های دولتی از تکنالوژی‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی جهت ارائه خدمات و اطلاعات به صورت شبانه‌روزی در کمترین زمان، با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت به شهروندان بخش‌های تجاری و تولیدی و سایر مشتریان دولت است. به گونه‌ای که آن‌ها از طریق سیستم‌های کمپیوتر بتوانند با دولت ارتباط برقرار کنند و مشارکت بیشتری در اداره امور دولتی و فرآیندها و نهادهای مردم‌سالار داشته باشند (قهرمانی، ۱۳۸۲).

تلیفون نخستین تکنالوژی ارتباطی بود که در آغاز قرن ۲۰ سبب بهبود و تسریع روند در فعالیت‌های دولتی شد. زمانی که بخش‌های خصوصی در سال ۱۹۹۰ به ارائه خدمات الکترونیکی پرداختند دولت امریکا از این لحاظ بسیار عقب‌افتاده بود؛ بدین جهت توجه به این مسئله معطوف گشت که ارائه خدمات به شهروندان به صورت الکترونیکی بسیار ساده‌تر است.

۳. تاریخچه بانکداری الکترونیکی در افغانستان

سابقه فعالیت‌های بانکداری الکترونیکی در افغانستان به سال ۲۰۰۰ میلادی به بعد برمی‌گردد؛ یعنی خیلی سابقه زیاد ندارد. بانکداری الکترونیکی در افغانستان به تدریج و با تلاش‌های مختلف در سال‌های اخیر شکل گرفته است. در ادامه برخی از مهم‌ترین مراحل این روند را بررسی می‌کنیم:

- آغاز اولیه بانکداری الکترونیکی دهه ۲۰۰۰ میلادی^۱: سال ۲۰۰۱ میلادی و شروع بازسازی کشور، افغانستان شروع به گسترش زیرساخت‌های بانکداری مدرن کرد. نخستین گام‌ها برای راه‌اندازی بانکداری الکترونیکی در این کشور در دهه ۲۰۰۰ میلادی برداشته شد.

^۱ پس از سقوط دوره اول طالبان. ویراستیار

- **راه اندازی خودپردازها^۱:** در اوایل دهه ۲۰۱۰، برخی از بانک‌های افغانستان شروع به نصب خودپردازها (ATM) در شهرهای بزرگ افغانستان مانند کابل، مزار، هرات، قندهار و... کردند. این اقدام به مشتریان این امکان را داد که به راحتی وجه نقد برداشت کرده و سایر خدمات بانکی را بدون نیاز به مراجعه حضوری به شعبات بانک انجام دهند.
- **موبایل بانکینگ^۲:** یکی از مهم‌ترین تحولات بانکداری الکترونیکی در افغانستان، توسعه خدمات موبایل بانکینگ بود. با توجه به رشد استفاده از تلفن‌های همراه در کشور، بانک‌ها شروع به ارائه خدمات بانکی از طریق موبایل کردند. این خدمات شامل انتقال وجه، پرداخت قبوض و استعلام موجودی بود.^۳
- **کارت‌های بانکی و خدمات پرداخت آنلاین:** در دهه ۱۳۹۰، بانک‌های افغانستان شروع به ارائه کارت‌های بانکی (دبیت و اعتباری) به مشتریان خود کردند. این کارت‌ها به کاربران^۴ این امکان را می‌دادند که از خدمات آنلاین و پرداخت‌های الکترونیکی در فروشگاه‌ها و سایر مکان‌ها استفاده کنند. همچنین، برخی بانک‌ها شروع به راه‌اندازی پلتفرم‌های پرداخت آنلاین برای تسهیل تراکنش‌های اینترنتی کردند.
- **بانکداری اینترنتی:** در اواسط دهه ۲۰۱۰، بانک‌های افغانستان شروع به ارائه خدمات بانکداری اینترنتی به مشتریان خود کردند. این خدمات به افراد این امکان را می‌داد تا از طریق وبسایت‌های بانکی، امور مالی خود را مدیریت کرده و تراکنش‌های خود را انجام دهند. به نظر من بانکداری اینترنتی در افغانستان به تدریج محبوبیت بیشتری پیدا کرد و باعث کاهش نیاز به مراجعه حضوری به شعبات بانک‌ها شد.

^۱ ATM

^۲ Mobile Banking

^۳ یکی از پلتفرم‌های معروف موبایل بانکینگ در افغانستان، «آریانا بانک» و «روشن موبایل» بودند که خدمات مالی را از طریق موبایل ارائه می‌دادند. امین

^۴ کاربر به فردی اطلاق می‌شود که از یک سیستم، سرویس یا تکنالوژی خاص استفاده می‌کند. این واژه معمولاً برای اشاره به افرادی به کار می‌رود که از تکنالوژی‌های مختلف مانند اینترنت، نرم‌افزارها، برنامه‌های موبایل، یا سایر ابزارهای دیجیتال بهره می‌برند. امین

- **چالش‌های عمده در بخش بانکداری الکترونیکی در افغانستان:** باوجود پیشرفت‌های قابل توجه در زمینه بانکداری الکترونیکی، افغانستان هنوز با چالش‌هایی نظیر محدودیت دسترسی به اینترنت در برخی ولایات و ولسوالی‌های دورافتاده، سطح پایین سواد دیجیتال در برخی از بخش‌های جامعه روبه‌رو است؛ اما بااین حال، بانکداری الکترونیکی در افغانستان^۱ به سرعت در حال گسترش است و تلاش‌های زیادی برای حل این چالش‌ها انجام می‌شود. به نظر من در مجموع، بانکداری الکترونیکی در افغانستان در حال توسعه است؛ و امیدها برای گسترش خدمات مالی و تسهیل دسترسی مردم به بانکداری به کمک تکنالوژی‌های جدید در حال افزایش است. ان شاءالله.

۴. تاریخچه دولت الکترونیک در افغانستان

دولت الکترونیکی در افغانستان به مجموعه‌ای از خدمات و فرآیندهایی اطلاق می‌شود که دولت این کشور از تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات (ICT) برای ارائه خدمات به شهروندان، بهبود شفافیت، کاهش فساد و افزایش کارایی استفاده می‌کند. تا جایی که بنده تحقیق کردم روند ایجاد و گسترش دولت الکترونیکی در افغانستان در سال‌های اخیر آغاز شده است و به تدریج در حال پیشرفت است. اینجا چند مرحله را به عنوان مراحل توسعه دولت الکترونیکی در افغانستان ذیلاً می‌شماریم:

الف. مراحل توسعه دولت الکترونیکی:

- **آغاز برنامه‌های دولت الکترونیکی دهه ۲۰۰۰ میلادی:** از شروع بازسازی افغانستان، دولت شروع به پیاده‌سازی زیرساخت‌های ابتدایی برای دولت الکترونیکی کرد. یکی از اولین اقدامات، راه‌اندازی شبکه‌های ارتباطی و سیستم‌های IT برای ارتباطات میان ادارات دولتی بود.
- **وزارت مخابرات:** در سال ۱۹۵۵، وزارت مخابرات افغانستان (MCIT) تأسیس شد تا بر پیشرفت‌های تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات نظارت کند. این وزارتخانه در شرایط

^۱ تا همین لحظه که بنده مصروف نوشتن این سطر کتاب هستم خزان سال ۱۴۰۳. امین

کنونی یکی از ارگان‌های اصلی در پیشبرد دولت الکترونیکی در افغانستان به شمار می‌آید.

- **ایجاد پورتال‌های^۱ دولتی:** دولت افغانستان شروع به طراحی و راه‌اندازی پورتال‌های اینترنتی برای ارائه خدمات به شهروندان کرد. این پورتال‌ها شامل اطلاعات عمومی، خدمات آنلاین و فورم‌های درخواست خدمات دولتی می‌شدند. این اقدام‌ها به هدف تسهیل دسترسی مردم به خدمات دولتی و ارتقاء شفافیت انجام شد؛ مثلاً پاسپورت.
- **طرح‌های سیستم‌های اطلاعاتی دولتی:** دولت افغانستان پروژه‌های مختلفی را برای یکپارچه‌سازی سیستم‌های اطلاعاتی دولتی آغاز کرد. به‌عنوان مثال، سیستم‌های مربوط به ثبت احوال نفوس، اداره مالیات، معاشات کارمندان، خدمات گمرکی و امور داخلی برای ثبت و مدیریت اطلاعات به‌صورت الکترونیکی طراحی شدند.
- **راه‌اندازی شناسنامه‌های الکترونیکی:** یکی از مهم‌ترین پروژه‌های دولت الکترونیکی در افغانستان، راه‌اندازی تذکره برقی بود. این کارت‌ها برای شناسایی افراد در فرآیندهای دولتی و خدمات اجتماعی استفاده می‌شود. این اقدام برای کاهش تقلب و شفاف‌سازی فرآیندهای دولتی طراحی شد.
- **سامانه‌های^۲ بانکداری الکترونیکی:** برخی از ادارات دولتی مانند وزارت مالیه، گمرکات و د افغانستان بانک از سیستم‌های بانکداری الکترونیکی برای تسهیل پرداخت‌ها و تسویه حساب‌ها استفاده کرده‌اند.
- **سرویس‌های دیجیتال برای ثبت اسناد:** وزارت عدلیه و برخی از وزارت‌های دیگر افغانستان اقدام به دیجیتالی کردن اسناد دولتی و ثبت اسناد حقوقی کرده است تا افراد به راحتی از طریق سامانه‌های آنلاین اقدام کنند.

^۱ پورتال (Portal) به دسته از وبسایت‌ها که اغلب شامل وبسایت‌های سازمانی می‌باشد اشاره دارد، پورتال‌ها دیگر فقط هدف اطلاع‌رسانی یا درج خبر را ندارند، بلکه در آن‌ها انواع اطلاعات، سرویس‌های خدماتی آنلاین، سامانه‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی، مدیریت کاربران و هر آنچه یک سازمان نیاز دارد تا خدمات فیزیکی خود را آنلاین کند برقرار است. امین

^۲ در زبان دری افغانستان، کلمه «سامانه» به معنای سیستم یا پلتفرم است. این واژه به مجموعه‌ای از اجزا و عناصر مرتبط باهم اطلاق می‌شود که برای دستیابی به هدف خاصی طراحی شده‌اند؛ به عبارت دیگر، سامانه به مجموعه‌ای از ابزارها، فرآیندها، یا ساختارهایی گفته می‌شود که به‌طور منظم و هماهنگ عمل می‌کنند. امین

- **دولت الکترونیکی و همکاری با سایر وزارتخانه‌ها:** مثلاً وزارت امور شهدا و معلولین در راستای گسترش دولت الکترونیکی، همکاری‌های نزدیکی با سایر نهادهای دولتی مانند وزارت مالیه، د افغانستان بانک؛ سره میاشت، وزارت مهاجرین، وزارت صحت و وزارت مخابرات داشته است. این همکاری‌ها موجب یکپارچگی و تبادل اطلاعات در سطح ملی و بین سازمان‌های مختلف می‌شود.

ب. **چالش‌های فرا راه دولت الکترونیکی در افغانستان:** باین حال، توسعه دولت الکترونیکی در افغانستان با چالش‌هایی مواجه است که شامل موارد زیر می‌شود:

- **محدودیت دسترسی به انترنت:** در بسیاری از مناطق روستایی افغانستان، دسترسی به انترنت با مشکلاتی مواجه است.

- **سواد دیجیتال پایین:** بسیاری از مردم افغانستان به استفاده از تکنالوژی‌های جدید آشنا نیستند و این مسئله مانع از بهره‌برداری کامل از خدمات دولت الکترونیکی می‌شود.

- **امنیت سایبری:** تهدیدات سایبری و مشکلات امنیتی یکی از چالش‌های عمده در پیاده‌سازی دولت الکترونیکی است.

ج. **نتیجه:** دولت افغانستان در تلاش است تا با گسترش زیرساخت‌های تکنالوژی اطلاعات، آموزش‌های لازم به شهروندان و تقویت سیستم‌های امنیتی، مشکلات موجود را حل کند؛ و در آینده‌ای نزدیک، دولت الکترونیکی به‌طور گسترده‌تری در کشور به کار گرفته شود. درنهایت، هدف اصلی از ایجاد دولت الکترونیکی در افغانستان، تسهیل دسترسی به خدمات دولتی، افزایش شفافیت، کاهش فساد و تقویت نهادهای دولتی است.

۵. تکامل و توسعه دولت الکترونیکی

تکامل و توسعه در دولت الکترونیکی دارای چند مرحله است:

- **مرحله ظهور:** شکل‌گیری اولیه آن است که در آن زیرساخت‌ها، ابزارها و امکانات جهت ارائه خدمات مشخص می‌شود؛ ولی هنوز شهروندان نمی‌توانند به‌صورت دوطرفه با آن ارتباط برقرار کنند.

- **مرحله تعامل:** دومین مرحله است که از طریق وبسایت امکان برقراری ارتباط دوطرفه فراهم است؛ اما هنوز محدودیت‌هایی وجود دارد و تعامل در سطح انجام کارهای ابتدایی و ساده است مثل امکان ارسال نامه به یک سازمان خاص و امکان دستیابی شهروندان به پاسخ پرسش‌های ساده از طریق پست الکترونیک.
- **مرحله اجرا:** این مرحله، مرحله اجرا و پیاده‌سازی دولت الکترونیکی است؛ زیرا مشتریان می‌توانند کارهای خود را به شیوه‌ای کاملاً الکترونیکی در هر زمان از شبانه‌روز انجام دهند. اگرچه سطح تعامل بالاتر است؛ اما هنوز هم ارتباط کامل دوطرفه بین دولت و مشتریان برقرار نیست؛ و جریان اطلاعات اغلب یک‌طرفه است و جواب‌هایی که به سؤالات مشتریان داده می‌شود اکثر آن‌ها قبلاً با شیوه‌های منظم برنامه‌ریزی شده است و به همین دلیل داده‌ها قابل پیش‌بینی هستند.
- **مرحله دگرگونی:** بالاترین مرحله و تکامل دولت الکترونیکی است در این مرحله یک ارتباط هوشمند با مشتریان برقرار می‌شود؛ و به طیف وسیعی از مشکلات، سؤالات و نیازهای آنان پاسخ داده می‌شود که چنین نمونه‌ای در حال حاضر به‌ندرت وجود دارد در این مرحله تلاش می‌شود که اطلاعات از حالت «سازمان محوری» به حالت «مشتری محوری» تغییر پیدا کند در این مرحله دولت الکترونیکی باعث تجدید ساختار، ترکیب یا حذف سازمان‌های موجود می‌گردد؛ و سازمان‌های مجازی جایگزین آن‌ها می‌شود (قهرمانی، ۱۳۸۲).

۶. بررسی اثرات دولت الکترونیک

تأثیر دولت الکترونیک را در دو سطح کلان و خرد می‌توان بررسی کرد:

یک) سطح کلان (دولت):

الف. باعث تغییر کارکرد دولت‌ها می‌گردد کالاها و خدمات با هزینه کمتر و سرعت بالاتر ارائه می‌شود. اگرچه ممکن است در کوتاه‌مدت هزینه‌بردار باشد؛ اما در بلندمدت باعث کاهش هزینه‌ها می‌شود؛ و بسیاری از مشاغل در سطح دولتی حذف و نهایتاً حجم دولت کوچک‌تر می‌شود.

ب. دومین اثر در شیوه اداره امور دولتی است به این معنی که شهروندان با دولت در تعامل هستند و رابطه به شکل سستی یک طرفه نیست این رویکرد جدید سه پیامد دارد:

(۱) اولین جزء آن شامل گردآوری اطلاعات از جامعه جهت تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری از یک طرف و مطلع ساختن عموم از تصمیمات از طرف دیگر است.

(۲) دومین جز آن استفاده از تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات در جهت تسهیل مشارکت و تبادل نظر عموم مردم در راستای سیاست‌گذاری عمومی و تعیین اولویت‌های استراتژیک در تصمیم‌گیری‌های دولتی است.^۱

(۳) سومین عنصر و پیشرفته‌ترین آن استفاده از تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات جهت انتخاب نمایندگان سیاسی و فرآیندهای مردم‌سالار است که همان دموکراسی الکترونیکی است.

(دو) سطح خُرد (سازمان‌ها- کارکنان و مدیریت): ساختارهای سازمانی تغییر پیدا می‌کنند و از حالت سلسله مراتبی و عمودی به صورت کاملاً تخت درمی‌آیند و مرزها و واحدهای سازمانی کمتر می‌شوند و به حضور دائمی و فیزیکی کارمندان نیازی نیست و می‌توان از نیروی فکر آن‌ها بیشتر استفاده کرد. خواننده عزیز، امیدوارم از بحث زیاد دور نرفته باشیم؛ می‌رویم به مبحث بعدی سپاس از همراهی تان.

مبحث سوم: ویژگی‌های بانکداری الکترونیکی

بانکداری الکترونیکی به استفاده از تکنالوژی‌های اینترنت برای ارائه خدمات بانکی به مشتریان اشاره دارد. این نوع بانکداری امکانات زیادی را برای افراد و کسب‌وکارها فراهم می‌آورد. ویژگی‌های اصلی بانکداری الکترونیکی عبارت‌اند از:

¹ www.ebg.ir

۱. **سرعت بالا:** در جوامع پیشرفته مشتریان تمایل به سرعت بالا در واگذاری خدمات دارند. موقعیت‌هایی شناسایی شده‌اند که در آن افراد تا حدودی سلف‌سرویس^۱ را انتخاب می‌کنند، این امر زمان واگذاری خدمات را کاهش می‌دهد. صرفه‌جویی در زمان، یک مسئله ضروری برای مشتریان متداول بانکداری الکترونیکی است (لیائو و چانگ، ۲۰۰۲).

افزایش سرعت انتقال وجوه و دسترسی به وجوه نقد در هر ساعت از شبانه‌روز جزء ویژگی‌های برجسته سیستم‌های پرداخت الکترونیکی وجوه است که بدون انتقال الکترونیکی وجوه، تجارت الکترونیک به‌طور کامل تحقق و عینیت نمی‌یابد. ازاین‌رو در راستای افزایش سرعت عملیات، بانک‌ها می‌توانند از لحاظ تکنالوژی و شیوه عمل با تجهیز کردن خود و شعبات شیوه‌های ارتباطی و تعاملات بین خود و مشتریان را دگرگون نموده و موجبات جذب هر چه بیشتر مشتری را فراهم آورند. چراکه ارتباط داشتن با مشتریان کنونی از جستجو برای یافتن مشتریان جدید آسان‌تر و سودمندتر است (حسن‌زاده و دیگران، ۱۳۸۸).

۲. **صحت و دقت:** تحقیقات نشان داده‌اند که دقت و وضوح عملیاتی مهم‌ترین عامل کیفیت در خدمات تکنالوژیکی می‌باشد. از زمانی که بانکداری الکترونیکی شامل انتقال و واگذاری پول و صورت‌حساب از طریق جعبه‌های سیاه الکترونیک است؛ افراد به‌طور خاص نگران دقت و وضوح صحت و درستی مورد انتظار محاسبات و تحقق آن هستند (لیائو و چانگ، ۲۰۰۲).

۳. **تجربه و مهارت مشتریان:** تحقیقات نشان می‌دهد که مشتریان خدمات مبتنی بر تکنالوژی، برای جنبه سرگرمی و تجربه جدید در استفاده ارزش قائل

^۱ سلف‌سرویس (Self-service) به معنای سیستمی است که در آن مشتریان می‌توانند به‌صورت مستقل و بدون نیاز به کمک مستقیم کارکنان، خدمات موردنظر خود را دریافت کنند یا فرآیندهای مختلف را انجام دهند. در این سیستم، افراد خودشان مسئول انتخاب، درخواست یا استفاده از خدمات هستند. امین

^۲ Liao & Cheung

می‌شوند و سیستم‌های سلف‌سرویس را که خواسته‌هایشان را برآورده می‌کند، انتخاب می‌کنند (لیائو و چانگ، ۲۰۰۲).

۴. **ارتباط مستقیم با بانک:** مشتریان می‌توانند به راحتی با بخش پشتیبانی بانک ارتباط برقرار کنند و مشکلات یا سؤالات خود را از طریق سیستم‌های آنلاین مثل چت، واتساپ، ایمیل یا تماس تلفونی برطرف کنند.

۵. **تسهیل تجارت الکترونیکی:** بانکداری الکترونیکی به کسب‌وکارها این امکان را می‌دهد تا پرداخت‌ها و تراکنش‌های آنلاین خود را به‌طور مؤثری مدیریت کنند؛ و از پلتفرم‌های دیجیتال برای تجارت و خرید و فروش استفاده کنند.

نتیجه‌گیری مبحث: این ویژگی‌ها باعث شده‌اند تا بانکداری الکترونیکی به یکی از ابزارهای حیاتی در دنیای امروز تبدیل شود و برای افرادی که به دنبال راحتی، سرعت و امنیت در انجام تراکنش‌های مالی خود هستند، جذاب و ضروری باشد.

مبحث چهارم: انواع بانکداری الکترونیکی

در این مبحث به‌طور کلی بانکداری الکترونیکی را می‌توان به انواع زیر تقسیم کرد:

۱. **بانکداری خانگی^۱:** مشتریان بانک‌ها از طریق کامپیوترهای شخصی و با استفاده

از مودم^۲ و همچنین یک خط تلفون می‌توانند به اطلاعات کامپیوتر مرکزی



بانک‌ها در اینترنت دسترسی پیدا کرده و آنگاه عملیات بانکی خود را انجام دهند؛ به عبارت دیگر، بانکداری خانگی عبارت است از انجام تقریباً کلیه کارهای بانکی از طریق کامپیوترهای شخصی موجود در منازل و با استفاده از خطوط مخابراتی است.

^۱ Home Banking

^۲ مودم (Modem) دستگاهی است که برای تبدیل داده‌های دیجیتال به سیگنال‌های آنالوگ و برعکس استفاده می‌شود.

این دستگاه به‌طور خاص در ارتباطات اینترنتی برای اتصال کامپیوترها یا دستگاه‌های دیگر به شبکه اینترنت از طریق خطوط تلفونی، کابل یا سایر انواع خطوط ارتباطی به کار می‌رود. امین

شیوه‌ای مهمی که در ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی مدنظر قرار گرفته بانکداری خانگی یا بانکداری در منزل است. آنچه به‌طور عمومی از بانکداری در خانه پذیرفته شده و به‌عنوان توصیفی از این شیوه بانکداری به حساب می‌آید؛ این است که مشتریان بانک دیگر برای دریافت خدمات نیازی ندارند به شعبات بانک مراجعه نمایند؛ بلکه می‌توانند در خانه خود، با دریافت نرم‌افزارهای ویژه بانکداری خانگی که بانک‌ها در کمپیوترهای شخصی افراد نصب می‌کنند، از طریق کمپیوتر، حساب‌های بانکی خود را کنترل کنند؛ و اقدام به دریافت یا حواله پول نمایند^۱. البته قابل ذکر است که تعداد خدمات ارائه شده در این شیوه بانکداری نسبت به خدمات وسیع بانکداری الکترونیکی، محدودتر است؛ به‌طوری‌که اعم خدمات ارائه شده از این طریق به نقل و انتقال حساب‌ها و مشاهده آخرین وضعیت صورت حساب و موجودی‌ها خلاصه می‌شود. پس از همگانی شدن استفاده از اینترنت، آمیختگی خاصی بین بانکداری الکترونیکی و بانکداری خانگی به وجود آمده است، بدین معنی که بانکداری الکترونیکی را حالت جامع‌تر بانکداری خانگی در نظر می‌گیرند (کشته گر، ۱۳۹۰).

۲. بانکداری از راه دور^۲: شتاب در رشد بانکداری از راه دور، از سال‌های ۱۹۸۰ به



بعد با استفاده از تلفن‌های همراه در دنیا آغاز شد. این رشد در حقیقت با گسترش شبکه‌های بی‌سیم^۳ و تلفن‌های همراه^۴ و قابلیت وصل شدن تلفن‌های همراه به اینترنت موجب گردید تا مشتریان بانک‌ها از هر نقطه‌ای امکان دسترسی

به حساب‌های خود در بانک را داشته باشند؛ و بتوانند عملیات بانکی خود را انجام دهند و پدیده جدیدی به نام بانکداری از راه دور را به وجود آورند.

^۱ در این شیوه بانکداری هم قطعاً موفقیت از آن بانکی خواهد بود که نرم‌افزارهای مناسب، بهتر و با دامنه وسیع‌تری در اختیار مشتریان بانک قرار دهد. امین

^۲ Remote Banking

^۳ Wireless

^۴ Mobile

۳. **بانکداری انترنتی**^۱: بانکداری انترنتی را می‌توان به معنی انجام کلیه عملیات بانکی از طریق وب‌سایت ایجادشده توسط بانک در انترنت دانست (فورست، ۲۰۰۰).



هم‌زمان با گسترش و همگانی شدن انترنت در سطح جهان، بانک‌ها در افغانستان نیز سعی نمودند تا از این فرصت استفاده نموده تا برخی از خدمات خود را بر این بستر ارائه دهند تا جایی که امروزه ارائه خدمات از طریق انترنت جزء خدمات ضروری هر بانک در هر کشور

حتی در کشور ما است؛ و بانکی که این خدمت را ارائه ندهد عملاً بخش زیادی از مشتریان خود را از دست خواهد داد؛ که ما در افغانستان شاهد چنین بانک‌ها بوده‌ایم. بانک‌ها به‌منظور پاسخگویی و جلب رضایت کاربران مختلف به ارائه انواع خدمات بانکی از جمله تسویه حساب‌ها، امکان پرداخت قبوض، صدور چک، دستورهای مختلف توقف و ضبط چک، درخواست تسهیلات، پرداخت بدهی تسهیلات و... اقدام نمودند. علاوه بر این بانک‌ها برای ارائه خدمات خود بسیاری از اجرت رایج در بانکداری سنتی را حذف کرده‌اند و تنها به اجرت دستگاه‌های خودپرداز، کارت‌های اعتباری، صدور چک و انتقال وجه توجه دارند.

در کل می‌توان گفت به‌کارگیری انترنت تحول بزرگی در ارائه خدمات بانکی ایجاد کرد به‌طوری‌که امروزه بیشتر خدمات بانکی در اسرع وقت، باکیفیت و سرعت بالا در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد. جلب رضایت مشتریان بانک از طریق ارائه خدمات بانکی در انترنت در دنیای رقابتی خدمات بانکداری الکترونیکی، کلید دوام و بقای فعالیت بانکی خواهد بود. تحقق چنین اهدافی نیز به ارائه انواع خدمات بانکی با سطح کیفی بالا نیاز دارد (کشته گر، ۱۳۹۰).

¹ Internet Banking

۴. تلفون بانک^۱: بانکداری تلففونی و موبایل بانک؛ یکی از شیوه‌های مورد استفاده در



بانکداری الکترونیکی، ارائه خدمات از طریق تلفون ثابت و یا تلفون همراه است. در این شیوه، خدمات بانک از طریق ارسال درخواست مشتری به بانک عامل و پاسخگویی بانک عامل با استفاده از تلفون ثابت و یا تلفون همراه است. در این شیوه خدمات بانکی از طریق ارسال درخواست مشتری به

بانک عامل و پاسخگویی بانک عامل با استفاده از تلفون ثابت و تلفون همراه انجام می‌شود. در آغاز به‌کارگیری این شیوه ارائه خدمات، تنها با برقراری ارتباط مشتری با بانک عامل از طریق تلفون‌های ثابت انجام می‌شد. بعدها با گسترش خطوط سیار تلفون خطوط تلفون همراه امکان ارائه خدمات بانکی از طریق سیستم تلفون همراه نیز ممکن شد. به‌کارگیری این شیوه ارائه خدمات بانکی را در سه مورد مطالعه می‌کنیم:

اول: ارائه خدمات بانکی از طریق تلفون ثابت^۲: در این شیوه بسیاری از



خدمات بانکی، همچون بررسی حساب‌های پس‌انداز، جاری و...، دستور توقف پرداخت چک، سفارش صدور چک جدید، نقل و انتقال بین حساب‌های مختلف اشخاص، بررسی نرخ‌های بهره، ارز، طلا، سهام و غیره ارائه

می‌شود. در این شیوه بانک‌ها خطوط تلففونی ویژه‌ای را در نظر می‌گیرند که مشتری با برقرار تماس و بارانمایی مرحله به مرحله که توسط اپراتور خودکار تلفون گویا صورت می‌گیرد، عملیات مورد نظر خود را انجام می‌دهد.

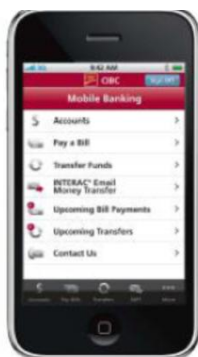
مشکلات ارائه خدمات از طریق تلفون ثابت:

- یکی از مشکلات این سیستم لزوم مکان مشخص ثابتی بود که باید از آنجا ارتباط تلففونی برقرار شود که با ظهور نسل بعدی خدمات تلففونی در قالب تلفون‌های همراه برطرف شد.

¹ Phone Banking

² Phone Banking

- ضریب ایمنی پایین تلفون ثابت به عنوان یک وسیله ارتباطی.
- امکان رخ دادن اشتباهات زیاد در انجام عملیات بانکی که دلیل عمده آن عدم مشاهده فرآیند ارائه خدمات توسط مشتری است؛ زیرا در این روش تنها شماره‌ها و صدای اپراتور تلفون گویا ردوبدل می‌شد.



دوم: ارائه خدمات بانکی از طریق تلفون همراه: در این شیوه بانکداری ارائه انواع خدمات بانکی از طریق تلفون همراه ممکن شده است. تفاوت این شیوه با شیوه تلفون بانک از طریق تلفون ثابت، در ابزار به کاررفته در آن و محدودیت‌های مکانی و عملیاتی است. درواقع موبایل بانک در مقایسه با روش تلفون بانک از سرعت، دقت و امنیت بالاتری در ارائه خدمات بانکی برخوردار است.

در استفاده از این شیوه، مشتریان از طریق تلفون همراه می‌توانند بسیاری از عملیات بانکی همچون بررسی وجه مانده در حساب‌های مختلف، توقف پرداخت چک، نقل و انتقال پول از حسابی به حساب دیگر و غیره را انجام دهند؛ همچنین از طریق تلفون همراه بدون محدودیت زمانی و مکانی استفاده از خدمات بانکی برای مشتریان فراهم شده است. امروزه به‌طور فراوانی در اکثر کشورهای در حال توسعه و توسعه‌یافته به خاطر هزینه پایین بانکداری از طریق تلفون همراه در مقایسه با شیوه‌های دیگر، از این شیوه استفاده می‌شود.



سوم: ارائه خدمات بانکی از طریق پیام کوتاه (SMS): این خدمت هم‌زمان با ظهور تلفون‌های همراه شکل گرفت؛ اما با ارائه خدمات بانکی از طریق تلفون همراه موبایل بانکینگ، این سرویس عملاً پشت سر گذاشته شد. لازم به ذکر است موبایل بانک نوع پیشرفته SMS بانک بوده که در آن ارسال SMS های مربوط به درخواست خدمات بانکی از طریق نرم‌افزاری که بر

¹ Mobail Banking

² SMS Banking

روی تلفون همراه نصب می‌شود، ارسال و مدیریت می‌شود.

۵. بانکداری از طریق تلویزیون بانکی^۱: در شیوه بانکداری از طریق تلویزیون



بانکی، با استفاده از یک سیستم کنترل از راه دور و انتخاب کانال تلویزیونی مربوط به مشتریان می‌توانند بسیاری از عملیات بانکی را که از طریق تلفون عادی انجام می‌شود؛ پیگیری و به انجام برسانند (حسن‌زاده، ۱۳۸۸).

¹ Telebanking/Television Banking

فصل سوم

مثلث و سطوح بانکداری الکترونیکی

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

- مبحث اول: مثلث بانکداری الکترونیکی؛
- مبحث دوم: بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده (خرد)؛
- مبحث سوم: بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی (بزرگ)؛
- مبحث چهارم: نظام‌های پرداخت الکترونیکی.

مبحث اول: مثلث بانکداری الکترونیکی

دوستان عزیز، برای پیاده‌سازی، توسعه و استفاده مشتریان از بانکداری الکترونیکی به چه چیزهایی نیاز داریم؟ اولین جوابی که به ذهن شما خطور می‌کند این است: به استفاده از



ابزارهای مناسب. حال سؤالی که اینجا مطرح است؛ این است که این ابزارها چه هستند؟ و در بانکداری الکترونیکی چه نقشی ایفاء می‌کنند؟ عزیزان گرامی می‌خواهم تا این ابزارهای بانکداری

الکترونیکی را برای‌تان در این مبحث بیان نمایم.

قبل از همه لازم است فرق میان سرویس‌های خدمات بانکداری الکترونیکی و محصولات بانکداری الکترونیکی را بیان کنیم. دوست عزیز، آیا تا به حال به این نکته فکر کرده‌اید ATM، POS و غیره یک محصول بانکداری الکترونیکی است؟ یا یک سرویس الکترونیکی برای ارائه محصولات بانکداری الکترونیکی؟ همین‌طور اینترنت بانک، کارت‌های مقنطیسی و ... جزء کدام یک از محصول، خدمت و یا سرویس بانکداری الکترونیکی است؟ در ادامه به این سه پرسش زیر پاسخ می‌دهیم؛ لطفاً مطالعه کتاب را ادامه بدهید.

ا. سرویس‌های بانکداری الکترونیکی چیست؟

ب. خدمات بانکداری الکترونیکی چیست؟

ج. محصولات بانکداری الکترونیکی چیست؟

الف. سرویس‌های بانکداری الکترونیکی: سرویس بانکداری الکترونیکی جایگاهی به‌منظور ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی است. جایگاه‌هایی که مختص بانکداری الکترونیکی تعریف شده و خدمات دیگری بر روی آن‌ها تعریف نشده است این چنین سرویس‌ها را تک‌کاره یا یک‌کاره می‌نامیم. در مقابل سرویس‌های تک‌کاره، جایگاه‌هایی هستند که خدمات بانکداری الکترونیکی یکی از خدماتی است که آن‌ها ارائه می‌کنند؛ درحالی‌که خدمت اصلی آن‌ها چیزی غیر از بانکداری الکترونیکی بوده است که این دسته را سرویس‌های چندکاره می‌نامیم. از سرویس‌های تک‌کاره می‌توان به ATM و POS اشاره نمود؛ و از سرویس‌های چندکاره می‌توان به موبایل و اینترنت اشاره نمود. در زیر سرویس‌های موجود در سیستم بانکداری الکترونیکی در دو دسته‌بندی آمده است:

1. سرویس‌های یک‌کاره عبارت‌اند از:

• ATM؛

• POS؛

• PinPad؛

• Kiosk.

2. سرویس‌های چندکاره عبارت‌اند از:

• اینترنت؛

• کمپیوتر شخصی؛

• تلفون همراه؛

• Point Of Sale؛

• PDA¹؛

• Tablet.

¹ Personal Digital Assistant

ب. خدمات بانکداری الکترونیکی: کلیه عملیات بانکی که توسط یکی از سرویس‌های بانکداری الکترونیکی انجام می‌شود را خدمات بانکداری الکترونیکی می‌نامند. سرویس‌های الکترونیکی ابزارهایی‌اند به منظوری ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی. خدمات رایج بانکی که از طریق سرویس‌های الکترونیکی ارائه می‌شود؛ قرار زیرند:

- دریافت وجه نقد؛
- واریز وجه نقد؛
- انتقال وجه داخلی؛
- انتقال وجه بین‌بانکی؛
- درخواست حواله ارزی؛
- پرداخت قبوض؛
- دریافت صورت حساب؛
- خدمات چک؛
- ارائه درخواست تسهیلات؛
- پرداخت اقساط تسهیلات.

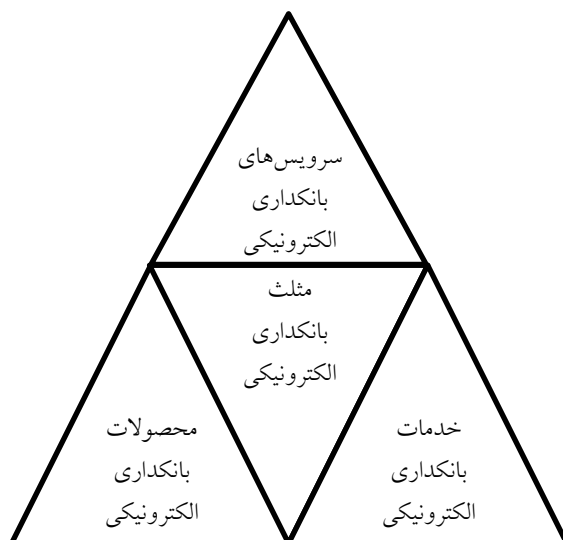
ج. محصولات بانکداری الکترونیکی: حالی که از یک طرف سرویس‌های بانکداری الکترونیکی و از طرف دیگر خدمات بانکداری الکترونیکی را شرح داده‌ایم، این سؤال مطرح می‌شود که چگونه می‌توان از طریق این سرویس‌های، از خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده نمود؟ پاسخ، به وسیله محصولات بانکداری الکترونیکی.

محصولات بانکداری الکترونیکی وسیله‌ای برای استفاده از سرویس‌های بانکداری الکترونیکی به منظور بهره‌گیری از خدمات بانکداری الکترونیکی است. در زیر چند محصول رایج در بانکداری الکترونیکی را ذکر می‌کنیم:

- انواع کارت‌های بانکی (کارت بدهی، کارت اعتباری و...)
- تلفن بانک؛

- موبایل بانک؛
- انترنت بانک؛
- بانکداری خانگی؛
- کیوسک بانک.

نتیجه مبحث: در اینجا مثلث بانکداری الکترونیکی تکمیل می‌شود، سرویس‌های بانکداری الکترونیکی، خدمات بانکداری الکترونیکی و در نهایت حلقه واسط بین این دو یعنی محصولات بانکداری الکترونیکی. توسعه بانکداری الکترونیکی از طرفی مستلزم توسعه هر سه ضلع این مثلث بوده و از طرف دیگر این توسعه باید هماهنگ و متوازن باشد به گونه‌ای که عدم توجه به هر یک از آن‌ها در نهایت منجر به نارضایتی مشتریان بانکداری الکترونیکی و کاهش رقابت مشتریان در استفاده از آن می‌شود.



در مقابل هر قدر این سه ضلع بانکداری الکترونیکی به‌طور هماهنگ توسعه یافته و تکمیل شوند مشتریان بانک‌ها حق انتخاب بیشتری در استفاده از این نوع خدمات را داشته و هر مشتری بسته به امکانات در دسترس خویش و نیاز خود، محصول بانکداری الکترونیکی متناسب را انتخاب نموده به‌طوری‌که روزه‌روز از مشتری‌های بانکداری سنتی کاسته

شده و به مشتریان بانکداری الکترونیک افزوده می‌شود که نتیجه این تحول در نهایت به سود هر دو طرف، مشتری و بانک است. از طرفی مشتری بدون محدودیت زمانی و مکانی و با کمترین هزینه نیازهای بانکی خود را برطرف نموده و از طرف دیگر هزینه‌های ناشی از بانکداری سنتی در بانک‌های کاهش می‌یابد.

مبحث دوم: سطوح بانکداری الکترونیکی^۱ (بانکداری خرد)

بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده (خرد)

بانکداری الکترونیکی را می‌توان بر اساس دامنه و فضای اصلی انتقال الکترونیکی وجوه و تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات به دو سطح تقسیم کرده و موردبررسی قرارداد.

۱. بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده (بانکداری الکترونیکی خرد)؛



۲. بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی (بانکداری

الکترونیکی بزرگ).

سطح اول. بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده^۲ (در

سطح مشتری): منظور از بانکداری الکترونیکی

^۱ بانکداری الکترونیک از لحاظ سطوح معمولاً به سه دسته اصلی تقسیم می‌شود: ۱. بانکداری الکترونیک سطح اول (B2C - Business to Consumer): این سطح شامل خدماتی است که بانک‌ها به مشتریان نهایی (افراد) ارائه می‌دهند. در این سطح، مشتریان می‌توانند از خدماتی مانند انتقال وجه آنلاین، پرداخت قبوض، مشاهده موجودی حساب، خرید آنلاین و دریافت خدمات بانکی مختلف استفاده کنند. ۲. بانکداری الکترونیک سطح دوم (B2B - Business to Business): در این سطح، خدمات بانکداری الکترونیک بین کسب‌وکارها و بانک‌ها انجام می‌شود. این سطح شامل انجام تراکنش‌های مالی بزرگ، تسهیل پرداخت‌ها و معاملات تجاری و سایر خدمات مالی است که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا عملیات مالی خود را به صورت آنلاین و خودکار انجام دهند. ۳. بانکداری الکترونیک سطح سوم (C2B - Consumer to Business): در این سطح، افراد (مشتریان) از خدمات بانکی آنلاین برای پرداخت‌های خود به کسب‌وکارها استفاده می‌کنند. این شامل پرداخت آنلاین برای خرید کالا یا خدمات از وبسایت‌های تجاری، تسویه حساب با فروشندگان آنلاین و سایر تراکنش‌های مشابه است. در اینجا بنده گستاخی نموده و سطوح بانکداری الکترونیکی را به دو سطح خرد و بزرگ برای فهم خوب‌تر مخاطب تقسیم نموده‌ام؛ که بانکداری در سطح مشتری را بانکداری الکترونیکی خرد و بانکداری الکترونیکی در سطح بانک‌ها را بانکداری الکترونیکی بزرگ نام نهاده‌ام. امید است از طرف دانشمندان و بزرگان مورد خرد واقع نشوم. امین

^۲ Consumer Electronic Banking

مصرف‌کننده، آن بخش از بانکداری الکترونیکی است که توسط اشخاص و مشتریان حقیقی بانک مورد استفاده قرار می‌گیرد. به بیان دیگر، آن بخش از بانکداری است که مشتریان و مصرف‌کنندگان نهایی با آن سروکار دارند. این بخش از بانکداری الکترونیکی مبتنی بر ابزارهایی نظیر ماشین‌های خودپرداز، پایانه‌های فروش و مشتمل بر بانکداری تلفونی، بانکداری خانگی، دفتری و بانکداری اینترنتی است (کارینگتون و دیگران، ۱۹۹۷).

این مبحث از بانکداری الکترونیکی یعنی سطح اول از زیرمبحث‌های مختلف تشکیل می‌شود در این تحقیق هفت زیرمبحث عمده آن را به بحث می‌گیریم:

زیرمبحث اول: ماشین‌های اتومات صرافی؛

زیرمبحث دوم: ماشین‌های نقطه‌ای فروش؛

زیرمبحث سوم: بانکداری تلفونی؛

زیرمبحث چهارم: بانکداری اینترنتی؛

زیرمبحث پنجم: بانکداری خانگی-دفتری؛

زیرمبحث ششم: کیوسک بانک؛

زیرمبحث هفتم: کارت‌های پلاستیکی در بانکداری الکترونیکی.

زیرمبحث اول: ماشین‌های اتومات صرافی^۱

خودپرداز: از روش‌های نوین در بانکداری الکترونیکی، استفاده از دستگاه خودپرداز



است. انجام بسیاری از امور بانکی، از طریق خودپرداز امکان‌پذیر است. با توجه به این که شخص با در دست داشتن کارت خود و با وارد کردن شماره رمز، باید در محل دستگاه حضور داشته باشد.^۲

ماشین‌های اتومات صرافی سیستم‌های مدرن توزیع

^۱ ATM (Automated Teller Machine)

^۲ دستگاه‌های خودپرداز را می‌توان در هر مکانی قرار داد؛ اما اغلب در نزدیکی یا درون بانک‌ها و در مراکز خرید، میدان‌های هوایی، پمپ‌تیل‌ها و دیگر مکان‌ها نیز قرار دارند. در وزارت ما در داخل محوطه وزارت است.

پذیرش پول است که با شبکه‌های بانک‌های محلی و خارجی از طریق شبکه مخابراتی در تماس بوده و در عین زمان بر علاوه تفویض پول، معلومات در مورد صورت حسابات و بیلانس ارائه می‌نماید. معاملات بانکی اجرا شده توسط مشتریان را در اوراق مخصوص ثبت و در اختیار مشتری قرار می‌دهد. اکثریت مطلق بانک‌های مدرن، ماشین‌های اتومات صرافی را جهت توزیع وجوه نقدی در مراکز مهم تجارتي نصب می‌نمایند تا مشتریان بتوانند از خدمات آن‌ها در هفت روز هفته همچنین در روزهای رخصتی مستفید شوند.

عملکرد این دستگاه: یک ماشین ATM به عنوان یک شعبه از بانک عمل می‌کند و بسیاری از وظایف اصلی بانکداری را انجام می‌دهد، بخشی اعظم از مبادلات با حداقل مداخلات نیروی انسانی انجام خواهد گرفت.

طرز استفاده از دستگاه‌های ATM بسیار ساده است^۱ و هر مشتری با یک کارت ATM و یک کد اختصاصی می‌تواند از دستگاه مذکور استفاده نماید؛ و عملیات موردنظر را انجام دهد. مشتری هنگام مراجعه به محل ماشین‌های اتومات صرافی، کارت مخصوص خویش داخل دستگاه می‌نماید، ماشین از مشتری تقاضا می‌نماید تا نمبر PIN^۲ خود را دایر نماید در صورتی که پین کد فرد صحت داشته باشد در صفحه مخصوص ماشین لیست انواع خدمات بانکی ظاهر می‌گردد؛ و این خدمات عبارت‌اند از: مشاهده بیلانس حسابات، کسب وجوه نقدی، اندوختن وجوه پولی از طریق پاکت‌های مخصوص و... می‌باشد که مشتری می‌تواند از خدمات فوق یکی را برگزیند.

به منظور کسب وجوه نقدی مشتری باید مبلغ مورد ضرورت خویش را از طریق دکمه‌های مخصوص وارد سیستم نماید و پس از تأیید سؤالات ماشین دایر بر صحت

^۱ عزیزی بانک در این مورد برای مشتریان خود یک ویدیوی آموزشی هم ساخته است. امین

^۲ پین کد (PIN Code) یا کد شخصی شناسایی، یک کد امن است که معمولاً از ترکیب اعداد تشکیل شده و برای تأمین امنیت در تراکنش‌ها و دسترسی به خدمات مختلف مانند کارت‌های بانکی، دستگاه‌های خودپرداز (ATM) و حساب‌های آنلاین استفاده می‌شود. در سیستم‌های بانکی، پین کد معمولاً برای تأیید هویت کاربر هنگام استفاده از کارت‌های بانکی، گوشی‌های هوشمند و سایر دستگاه‌ها به کار می‌رود. این کد معمولاً باید تنها توسط صاحب کارت یا حساب شناخته شود تا امنیت حساب حفظ شود. امین

مبلغ می‌تواند پول موردنیاز خویش را همراه با بل ثبت معامله بانکی و کارت ماشین‌های اتومات صرافی خویش را کسب نماید.

دوستان عزیز، اینجا به سه مورد مزایا، محدودیت‌ها و نتیجه تحقیق در مورد ماشین‌های خودپرداز می‌پردازیم:

الف. ویژگی‌ها و مزایای دستگاه‌های ATM: تجربه شخصی خودم را از استفاده‌ی ماشین‌های خودپرداز ATM عزیزی بانک در وزارت که خودم آمر مالی و حسابی آن بودم؛ ذیلاً شماره‌وار برای‌تان ذکر می‌کنم. این ماشین‌ها مزایای زیادی دارد که در بهبود کارایی و تسهیل خدمات مالی نقش مهمی ایفا می‌کند. برخی از مزایای استفاده از ATM در ادارات، وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها عبارت‌اند از:

۱. **دسترسی ۲۴ ساعته:** خودپردازها به کاربران این امکان را می‌دهند که در هر زمان از شبانه‌روز به حساب خود دسترسی داشته باشند؛ و عملیات بانکی خود را انجام دهند.

۲. **کاهش ازدحام در شعبات بانکی:** استفاده از ATM در ادارات باعث کاهش ترافیک و ازدحام در شعبات بانکی می‌شود. افراد می‌توانند به راحتی و به سرعت خدمات خود را از طریق خودپرداز انجام دهند.

۳. **کاهش هزینه‌ها:** ادارات می‌توانند با نصب خودپردازها هزینه‌های مربوط به کرایه راه کارمندان و مشتریان را کاهش دهند. این کار به‌ویژه در وزارتخانه‌ها، ادارات و سازمان‌های بزرگ که نیاز به خدمات مالی زیاد دارند، مفید است.

۴. **امنیت بیشتر:** خودپردازها معمولاً دارای سیستم‌های امنیتی پیشرفته مانند دوربین مداربسته؛ رمزنگاری و کارت‌های هوشمند هستند که باعث امنیت بالاتر در انجام تراکنش‌ها می‌شود.

۵. **گسترش خدمات:** بانک‌ها می‌توانند با نصب خودپرداز در مکان‌های مختلف، خدمات خود را به مشتریان بیشتری ارائه دهند؛ و به این ترتیب سطح دسترسی به خدمات بانکی را افزایش دهند.

ب. چالش‌های ماشین‌های خودپرداز در افغانستان: دستگاه‌های خودپرداز ATM در افغانستان با چالش‌های مختلفی روبه‌رو هستند که تأثیرات زیادی بر دسترسی به خدمات بانکی دارند. برخی از این چالش‌ها عبارت‌اند از:

۱. کمبود زیرساخت‌های فنی و انترنتی: بسیاری از مناطق افغانستان فاقد

زیرساخت‌های انترنتی پایدار هستند. این مسئله باعث بروز مشکلات در اتصال خودپردازها به شبکه‌های بانکی و کندی یا قطع شدن خدمات می‌شود.

۲. امنیت پایین و خطرات هکری: افغانستان با مشکلات امنیتی فراوانی مواجه

است که می‌تواند موجب تخریب یا سرقت دستگاه‌های خودپرداز شود. علاوه بر این، تهدیدات سایبری نیز می‌توانند موجب دسترسی غیرمجاز به اطلاعات حساب‌های بانکی مشتریان شوند.

۳. کمبود دستگاه‌ها در مناطق دورافتاده: تعداد دستگاه‌های خودپرداز در

افغانستان به‌ویژه در مناطق روستایی و دورافتاده بسیار محدود است. این امر باعث می‌شود که افراد در این مناطق به‌سختی بتوانند از خدمات خودپرداز استفاده کنند.

۴. کمبود نقدینگی در دستگاه‌ها: بسیاری از خودپردازهای موجود در افغانستان به

دلیل کمبود نقدینگی یا مشکلات مدیریتی، قادر به ارائه پول نقد به مشتریان در زمان‌های خاص نیستند. این مسئله می‌تواند باعث نارضایتی مشتریان و کاهش اعتماد به سیستم بانکی شود.^۱

۵. مشکلات فرهنگی و آگاهی: در برخی مناطق افغانستان، افراد به دلیل کمبود

آگاهی یا مشکلات فرهنگی، به استفاده از دستگاه‌های خودپرداز اعتماد ندارند یا از نحوه استفاده صحیح از آن‌ها اطلاع ندارند.

ج. نتیجه تحقیق در مورد ماشین‌های خودپرداز در افغانستان: چالش‌های ذکرشده

بالا نیازمند اقدامات اصلاحی در زمینه امنیت، زیرساخت‌ها، آموزش و گسترش

^۱ در اوایل آمدن امارت اسلامی به افغانستان شاهد این موضوع بودیم. امین

خدمات بانکی در افغانستان است تا استفاده از خودپردازها راحت تر و امن تر شود. نظر به تحقیق بنده درمجموع، استفاده از خودپرداز در ادارات می تواند به بهبود بهره وری، افزایش دسترسی به خدمات مالی و کاهش هزینه ها کمک کند. هم چنین می توان گفت بزرگ ترین سرمایه گذاری بانک های سراسر جهان به ویژه بانک های شخصی افغانستان در عصر خدمات کمپیوتری پیرامون دستگاه های خودپرداز بوده است.

زیرمبحث دوم: ماشین های نقطه ای فروش^۱

روش دیگر در بانکداری الکترونیکی، دستگاه فروش نقطه ای است که به طور وسیع در فروشگاه ها و مراکز خدماتی مورد استفاده قرار می گیرد. در این شیوه، مشتری با استفاده از کارت هوشمند و قرار دادن آن در دستگاه و با وارد کردن رمز خود، می تواند برای خرید کلیه کالاها و خدمات به جای پول نقد از کارت استفاده کند (ناظمی، مرتضوی، راحتی، ۱۳۸۴).



دستگاه که طبق آن یک مشتری در نقطه از زمان و مکان که در آنجا کالا و خدمات را می خرد با استفاده از اشکال مختلف تعیین هویت ایمنی و حلقه اتصال الکترونیکی مطمئن وجه را از حساب خود در یک بانک به فروشنده منتقل می کند. یکی از اشکال رایج تعیین هویت ایمنی موجودیت کارت پلاستیکی با یک نوار مقناطیسی است که روی آن مشخصات ویژه فردی pin چاپ گردیده است. دستگاه های EFTPOS^۲ عرضه شده و مورد استقبال مردم نیز قرار گرفت. در امریکا و کشورهای نظیر فرانسه و سوئیس این دستگاه ها را در ایستگاه های قطار مترو و سایر جاه ها نصب کردند. دستگاه های EFTPOS ایستگاه هایی هستند که برای انجام تراکنش های پرداختی الکترونیکی در هنگام خرید کالا یا خدمات مورد استفاده قرار می گیرند.

^۱ EFTPOS

^۲ Electronic Funds Transfer at Point of Sale

عملکرد دستگاه: این دستگاه به مشتریان این امکان را می‌دهند که پرداخت‌های خود را از طریق کارت‌های بانکی «کارت‌های اعتباری، دبت کارت، یا پیش‌پرداخت» به‌صورت سریع و امن انجام دهند. طرز کار با این دستگاه‌ها و شیوه انتقال الکترونیکی وجوه در صورتی که از کارت الکترونیکی استفاده شود؛ فرآیند آن شامل قرار دادن یا کشیدن کارت در دستگاه و واردکردن رمز عبور PIN برای تأیید تراکنش است. کارت از طریق تجهیزات نقطه فروش، اعتبار و هویت مشتری را بررسی و تعیین می‌کند که آیا وجه نقد کافی در حساب وجود دارد و بعد از آن در صورت تأیید معامله انجام می‌شود و یک پیغام بدهکاری برای بانک مشتری فرستاده می‌شود. سپس فروشنده فکتور فروش را در اختیار مشتری قرار می‌دهد که آن را امضا کند. دوستان عزیز، اینجا به سه مورد مزایا، محدودیت‌ها و نتیجه تحقیق در مورد دستگاه‌های EFTPOS می‌پردازیم:

الف. ویژگی‌ها و مزایای این دستگاه:

۱. پرداخت سریع و آسان: این دستگاه‌ها به مشتریان اجازه می‌دهند که به‌سرعت پرداخت‌های خود را انجام دهند.
۲. امنیت بالا: این دستگاه‌ها به تکنالوژی‌های رمزنگاری پیشرفته مجهز هستند که امنیت تراکنش‌ها را افزایش می‌دهد.
۳. کاهش استفاده از وجه نقد: با استفاده از این دستگاه‌ها، نیاز به حمل و نقل پول نقد کمتر می‌شود.
۴. گزارش دهی و شفافیت: اطلاعات مربوط به تراکنش‌ها به‌صورت دیجیتالی ذخیره می‌شود که به سهولت گزارش دهی و پیگیری امور مالی کمک می‌کند.

ب. چالش‌های ماشین‌های EFTPOS در افغانستان:

۱. کمبود زیرساخت‌های شبکه و اینترنت: بسیاری از مناطق افغانستان به‌خصوص در نواحی دورافتاده، از دسترسی به اینترنت پایدار و سریع برخوردار نیستند. این

موضوع باعث بروز مشکلات در انجام تراکنش‌های آنلاین و کارکرد صحیح دستگاه‌های EFTPOS می‌شود.

۲. امنیت پایین: به دلیل مشکلات امنیتی در کشور و تهدیدات سایبری، استفاده از دستگاه‌های EFTPOS ممکن است با خطرات نفوذ اطلاعات مالی کاربران روبه‌رو شود. هک کردن یا سوءاستفاده از اطلاعات کارت‌های بانکی یکی از مشکلاتی است که ممکن است در هنگام استفاده از این دستگاه‌ها به وجود آید.

۳. عدم آگاهی: بسیاری از افراد در افغانستان، به‌ویژه در مناطق روستایی، آگاهی کافی در مورد نحوه استفاده از دستگاه‌های EFTPOS و خطرات احتمالی آن ندارند. این مسئله می‌تواند باعث استفاده نادرست از دستگاه‌ها و بروز مشکلات مختلف شود.

۴. کمبود دستگاه‌های EFTPOS: تعداد دستگاه‌های EFTPOS در افغانستان به‌ویژه در مناطق غیرشهری و دورافتاده محدود است. این کمبود باعث می‌شود که کسب‌وکارها و مشتریان در دسترسی به این دستگاه‌ها با مشکل روبه‌رو شوند.

۵. مشکلات فنی، تخریکی: دستگاه‌های EFTPOS به دلیل مشکلات فنی و کمبود خدمات تعمیر و نگهداری، ممکن است به‌طور مرتب دچار نقص یا خرابی شوند. این مشکلات باعث اختلال در ارائه خدمات و کاهش اعتماد مشتریان به این دستگاه‌ها می‌شود.

ج. نتیجه تحقیق در مورد دستگاه‌های EFTPOS در افغانستان: این دستگاه‌ها ابزاری کارآمد برای پردازش تراکنش‌های پرداختی در فروشگاه‌ها و مراکز تجاری هستند؛ و استفاده از آن‌ها باعث تسهیل در انجام خریدها، افزایش امنیت و کاهش وابستگی به پرداخت‌های نقدی می‌شود. پیشنهاد ما این است که باید استفاده از این دستگاه در کسب‌وکار و فروشگاه‌های بزرگ حداقل کلان‌شهرهای افغانستان رایج شود.

زیرمبحث سوم: بانکداری تلففونی^۱

به خدمات بانکی اطلاق می‌شود که از طریق تماس تلففونی با بانک قابل دسترسی است. این خدمات به مشتریان این امکان را می‌دهد که امور مالی خود را بدون نیاز به حضور فیزیکی در شعبات بانک انجام دهند؛ و از طریق تماس با یک سیستم خودکار یا اپراتور انسانی، عملیات بانکی خود را مدیریت کنند. یا به عبارت دیگر؛ بانکداری تلففونی^۲

عبارت از انجام معامله بین بانک و مشتری از طریق تلففون است. در بانکداری تلففون معمولاً سه روش اصلی مورد استفاده قرار می‌گیرد:

ح. روش اول. واکنش صوتی^۳: برای این منظور مشتری شماره کمپیوتر مرکزی بانک را می‌گیرد و پس از برقراری ارتباط کمپیوتر بانک به‌طور گویا از مشتری می‌خواهد که شماره حساب و شماره عبور را وارد کند پس از تأیید این مراحل مشتری می‌تواند با فشار دادن کلید شماره‌گیر تلففون اطلاعات مختلف مانند، حساب موجود خود را دریافت نموده و یا دستور پرداخت صادر نماید.

خ. روش دوم. تشخیص صدا^۴: بعضی از سیستم‌ها، صدای تماس‌گیرنده را تشخیص می‌دهد و پس از تأیید صدای مشتری پاسخ متناسب را به دستورات او می‌دهد. در این سیستم مشتری با کمپیوتر بانک تماس برقرار می‌کند و کمپیوتر بعد از تأیید صدای مشتری به او اجازه می‌دهد دستورات لازم را مانند دریافت راپور، گردش حساب و دستورات پرداخت به‌صورت شفاهی صادر نماید.

د. روش سوم. تلففون‌های قابل برنامه‌ریزی: تلففون‌های قابل برنامه‌ریزی به تماس‌گیرنده اجازه می‌دهد که به حسابش در بانک با استفاده از کلیدهای تلففون

^۱ Phone Banking

^۲ دوستان عزیز، در فصل دوم مبحث انواع بانکداری در مورد تلففون بانکینگ معلومات مفصل ارائه داده‌ایم. امین

^۳ Voice Response

^۴ Voice Recognition

دسترسی داشته باشد. کمپیوتر بانک بعد از مراحل کنترولی به مشتری اجازه استفاده و برنامه‌ریزی را می‌دهد.

دوستان عزیز، اینجا به سه مورد مزایا، محدودیت‌ها و نتیجه تحقیق در مورد بانکداری تلفونی می‌پردازیم:

الف. ویژگی‌ها و مزایای بانکداری تلفونی:

۱. **استعلام موجودی:** مشتریان می‌توانند موجودی حساب‌های خود را از طریق تماس تلفونی بررسی کنند.

۲. **انتقال وجه:** امکان انتقال پول بین حساب‌های مختلف یا به حساب‌های دیگر به‌صورت تلفونی فراهم است.

۳. **پرداخت قبوض:** از طریق بانکداری تلفونی، مشتریان می‌توانند قبوض خدماتی مانند آب، برق، گاز، تلفون و انترنت را پرداخت کنند.

۴. **مسدود کردن کارت:** در صورتی که مشتری کارت خود را گم کند یا دزدیده شود، می‌تواند از طریق بانکداری تلفونی درخواست مسدودسازی کارت را بدهد.

۵. **دسترسی آسان و سریع:** مشتریان می‌توانند بدون نیاز به مراجعه حضوری، خدمات بانکی خود را به‌راحتی از طریق تلفون انجام دهند. بانکداری تلفونی به‌سرعت انجام می‌شود؛ و مشتریان نیازی به رفت‌وآمد ندارند.

ب. چالش‌های بانکداری تلفونی در افغانستان:

۱. **محدودیت در خدمات:** بانکداری تلفونی ممکن است محدود به انجام برخی عملیات ساده باشد و خدمات پیچیده‌تری مانند افتتاح حساب یا عملیات دیگر نیاز به حضور فیزیکی داشته باشد.

۲. **وابستگی به شبکه تلفونی:** برای دسترسی به بانکداری تلفونی، نیاز به اتصال به شبکه تلفونی سالم است که ممکن است در برخی مناطق با مشکل روبه‌رو شود.

ج. نتیجه تحقیق در مورد بانکداری تلفونی در افغانستان: در نهایت، بانکداری تلفونی یک ابزار کارآمد برای افرادی است که به خدمات بانکی نیاز دارند؛ و نمی‌خواهند یا نمی‌توانند به شعبه بانک مراجعه کنند. پیشنهاد ما این است که باید از این شیوه بیشتر در افغانستان استفاده شود.



زیرمبحث چهارم: بانکداری انترنی^۱

به خدمات بانکی گفته می‌شود که از طریق اینترنت و با استفاده از وبسایت یا اپلیکیشن‌های^۲ موبایلی بانک‌ها در دسترس مشتریان قرار می‌گیرد. این خدمات به مشتریان این امکان را می‌دهند که امور مالی خود را بدون نیاز به حضور فیزیکی در شعبات بانک انجام دهند؛ و از طریق اینترنت به راحتی به حساب‌های خود دسترسی داشته باشند. دوستان عزیز، اینجا به سه مورد مزایا، محدودیت‌ها و نتیجه تحقیق در مورد بانکداری انترنی می‌پردازیم:

الف: خدمات و مزایای بانکداری انترنی:

۱. بررسی موجودی حساب: مشتریان می‌توانند به راحتی موجودی حساب‌های خود را از طریق وبسایت یا اپلیکیشن بانک بررسی کنند.
۲. انتقال وجه و پرداخت قبوض: امکان انتقال پول بین حساب‌های مختلف یا به حساب‌های دیگر بانک‌ها، داخل کشور و حتی خارج از کشور. پرداخت قبوض خدماتی مانند آب، برق، گاز، تلفون و اینترنت به صورت آنلاین و از طریق پلتفرم بانکداری انترنی.

¹ Internet Banking

^۲ اپلیکیشن‌های موبایلی بانک‌ها برنامه‌های نرم‌افزاری هستند که توسط بانک‌ها برای ارائه خدمات بانکی به مشتریان خود از طریق تلفون‌های هوشمند و تبلت‌ها طراحی شده‌اند. این اپلیکیشن‌ها به کاربران این امکان را می‌دهند که به راحتی و در هر زمان از خدمات بانکی خود استفاده کنند. برخی از ویژگی‌های اصلی این اپلیکیشن‌ها عبارت‌اند از: مدیریت حساب‌ها، انتقال وجه، پرداخت قبوض و غیره. مثلاً Azipay عزیزی بانک. امین

۳. خرید آنلاین: امکان خرید آنلاین کالا، تکت‌های طیاره و خدمات از

فروشگاه‌های اینترنتی با استفاده از کارت‌های بانکی و پرداخت مستقیم.

۴. دسترسی ۲۴ ساعته: بانکداری اینترنتی به مشتریان این امکان را می‌دهد که هر

زمان که بخواهند، حتی در تعطیلات یا ساعات غیر اداری، به حساب خود

دسترسی داشته باشند. نیازی به رفت‌وآمد به شعبات بانک نیست؛ و مشتریان

می‌توانند تمام امور بانکی خود را در منزل یا محل کار انجام دهند.

۵. راحتی در انجام تراکنش‌ها: انجام تراکنش‌های مالی، پرداخت قبوض و انتقال

وجه به راحتی و بدون نیاز به حضور فیزیکی در شعبات امکان‌پذیر است.

ب: چالش‌های بانکداری اینترنتی در افغانستان:

۱. تهدیدات امنیتی: باوجود سیستم‌های امنیتی، بانکداری اینترنتی همچنان ممکن است

در معرض تهدیدات هکری و کلاهبرداری‌های آنلاین قرار گیرد.

۲. آگاهی و مهارت دیجیتال: برخی از افراد به دلیل عدم آشنایی با تکنالوژی و

اینترنت، ممکن است نتوانند به‌درستی از خدمات بانکداری اینترنتی استفاده کنند.

ج. نتیجه تحقیق در مورد بانکداری اینترنتی در افغانستان:

بانکداری اینترنتی به یکی از ابزارهای مهم در دنیای امروز تبدیل شده است که به مشتریان

کمک می‌کند تا به راحتی و با سرعت بیشتر به خدمات بانکی خود دسترسی داشته باشند.

باوجود چالش‌هایی ذکرشده در بالا مزایای این سیستم به‌طور گسترده‌ای در زندگی

روزمره افراد تأثیرگذار است.

زیرمبحث پنجم: بانکداری خانگی^۱ - دفتري^۲

در حال حاضر بانکداری خانگی از طریق اینترنت به وسیله کارت های الکترونیکی



صورت می پذیرد، این کارت ها فهرست از خدمات مالی همچون چک الکترونیکی، پرداخت صورت حساب ها و سایر خدمات بانکداری که به وسیله بانک ها ارائه می شود؛ را می نماید.

بانک های می توانند به روی وبسایت یک صفحه اینترنتی را برای نمایش اطلاعات در مورد بانک و خدماتش ایجاد کنند. علاوه بر آن به مشتریان اجازه بدهند؛ و بسیاری از اعمال را انجام دهند. از طریق این صفحه اینترنتی بانک ممکن است به سپرده گذاران اختیار دهد که حساب های بانکی خود را کنترل کنند، درخواست قرضه نمایند و سایر معلومات را از طریق اینترنت انجام دهند.

بانکداری دفتري: اساساً بانکداری خانگی به انجام

عملیات بانکی از طریق کامپیوتر شخصی اطلاق می گردد و امروز کامپیوتر شخصی جز اسباب و لوازم مصرفی خانواده ها است. کامپیوتر شخصی مثل تلفون برای ارتباطات و مبادلات در خانه ها و دفترها مورد استفاده قرار می گیرد. نرم افزارهای بانکداری که در این کامپیوترهای شخصی مورد استفاده قرار می گیرد به طور نورمال توسط بانک ها تهیه و بین مشتریان توزیع می شود و این موضوع به عنوان یک مانع جذب سایر مشتریان توسط بانک داد می گردد.

برای این منظور معمولاً یک شبکه با **Soft ware** توسط بانک ها در دسترس قرار می گیرد تا از این طریقه دامنه وسیع تری از مشتریان را به طرف خود جذب نماید. لازم

¹ Home Banking

² Office Banking

به توضیح است که بانکداری دفتری مثل بانکداری خانگی است با تفاوت که بانکداری خانگی مخصوص خانواده‌ها است؛ و بانکداری دفتری در دفتر کار افراد در ادارات و وزارتخانه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

زیرمبحث ششم: کیوسک^۱ بانک

واژه کیوسک بانک در حال حاضر شامل دودسته از خدمات بانکداری الکترونیکی است: یک. کیوسک خودپرداز و دو. کیوسک خدمات بانکی می‌باشد.



۱. کیوسک خودپرداز^۲: نوعی خودپرداز بوده که در

خارج از بانک‌ها نصب شده و قابلیت جابه‌جایی را دارد. خدمات این نوع کیوسک همانند خدمات خودپرداز بوده با این تفاوت که مدیریت آن‌ها به‌صورت یکپارچه و متمرکز است. این نوع کیوسک‌ها امکان انجام خدماتی مانند خرید تکت، پرداخت قبوض، ریزرف هتل و یا حتی انجام تراکنش‌های بانکی را برای کاربران فراهم می‌کنند.

۲. **کیوسک خدمات بانکی:** این نوع کیوسک‌ها علاوه بر ارائه خدمات معمول بانکی، امکان راه‌اندازی برخی از خدمات نظیر سرویس‌های اطلاع‌رسانی، سرویس‌های نظرسنجی، سرویس‌های سفارش محصول، دسترسی به اینترنت بانک و... بر روی آن‌ها فعال شده است.

کیوسک به دستگاه‌های خودکار گفته می‌شود که برای ارائه خدمات یا اطلاعات به کاربران طراحی شده‌اند. این دستگاه‌ها معمولاً به‌صورت ایستاده یا مستقل در مکان‌های عمومی نصب می‌شوند؛ و اغلب دارای صفحه‌نمایش لمسی هستند که کاربران می‌توانند از آن برای انجام اقدامات مختلف استفاده کنند. برخی از انواع رایج کیوسک‌ها عبارت‌اند از:

¹ Kiosk

² ATMkiosk

- **کیوسک‌های اطلاعاتی:** این دستگاه‌ها برای ارائه اطلاعات به بازدیدکنندگان یا مشتریان در مکان‌های عمومی مانند مراکز خرید، میدان‌های هوایی، هتل‌ها و مراکز تجاری استفاده می‌شوند.
- **کیوسک‌های تبلیغاتی:** این کیوسک‌ها معمولاً به منظور نمایش تبلیغات یا معرفی محصولات و خدمات در فضاها یا مراکز تجاری یا عمومی نصب می‌شوند.
- **کیوسک‌های خودکار:** این دستگاه‌ها برای انجام کارهایی مانند ثبت نام، خرید تکت، یا سفارش غذا در رستوران‌ها طراحی شده‌اند.
- **یادداشت:** کیوسک‌ها معمولاً به دلیل سهولت استفاده و کاهش نیاز به دخالت نیروی انسانی، در بسیاری از صنایع محبوب شده‌اند.

زیرمبحث هفتم: کارت‌های پلاستیکی در بانکداری الکترونیکی

یکی از ابزارهای بانکداری الکترونیکی، کارت‌ها می‌باشند که به‌طور عموم انواع کارت‌ها را به دو بخش بزرگ تقسیم می‌کنیم:

اول. انواع کارت‌ها از نظر کاربری آن‌ها (در این کتاب به ۵ دسته تقسیم شده است)؛
دوم. انواع کارت‌ها از نظر تکنالوژی به کاررفته در آن‌ها (در این کتاب به ۳ دسته تقسیم شده است).

اول. انواع کارت‌ها از نظر کاربری آن‌ها: با در نظر گرفتن امکانات انواع کارت‌ها و خدماتی که هر نوع آن در اختیار مشتری قرار می‌دهد، می‌توان کارت‌های را به ۵ دسته زیر تقسیم نمود:

۱. کارت‌های بدهی؛
۲. کارت‌های اعتباری؛
۳. کارت‌های بدهی/اعتباری؛
۴. کارت‌های خرید؛
۵. کارت‌های هوشمند؛

۱. **کارت‌های قرضه^۱:** این کارت برای مشتریانی طراحی شده است که نمی‌خواهند از اعتبار استفاده نمایند؛ بلکه علاقه‌مند هستند برای پرداخت‌های‌شان از کارت استفاده نمایند؛ یعنی مشتری با استفاده از دبت کارت، مستقیماً از حساب بانکی خود پول پرداخت می‌نماید که معمولاً بدو شکل ذیل عرضه می‌شوند.

شکل اول^۲: کارت‌های هستند که به یک حساب جاری وصل می‌باشند؛ و پس از انجام هر معامله فوراً از حساب برداشت می‌شود.

شکل دوم^۳: مهم‌ترین مزیت این نوع کارت برای دارنده آن این است که به آن‌ها این اجازه را می‌دهد که پرداخت را به عقب اندازند (عارف، ۱۳۹۵).

توضیح: کارت‌های قرضه (بدهی) یا دبت کارت: جزء رایج‌ترین کارت‌های



مورداستفاده می‌باشد. این نوع کارت‌ها تنها توسط بانک‌ها و مؤسسات مالی معتبر به مشتریان ارائه می‌شود. البته در پاره‌ای موارد بانک‌ها با انعقاد قرارداد با مؤسسات اعتباری اقدام به پذیرش کارت آن مؤسسه می‌نمایند. مشتریان با مراجعه به بانک و

تکمیل فرم درخواست کارت و سپردن وجه یا وثیقه و یا بر اساس اعتبار قبلی، یک قطعه کارت مطابق با مشخصات مندرج در فرم دریافت می‌کنند. مشخصات مشتری، شماره کارت و سررسید کارت علاوه بر درج در متن کارت و صفحه روی آن، در پشت کارت و بر روی نوار مقناطیسی و یا Chip تعبیه‌شده در کارت ذخیره می‌شود و به همراه شماره رمز که همان PIN کارت می‌باشد. در اختیار مشتری قرار می‌گیرد. حال به‌وسیله آن کارت، مشتری می‌تواند در تمامی اوقات شبانه‌روز در صورت نیاز به وجه^۴ به دستگاه‌های خودپرداز بانک مراجعه نموده و با واردکردن کارت در جایگاه مخصوص و واردکردن رمز کارت و انجام یک سری عملیات ساده، وجه مورد درخواست به

^۱ Debit Card

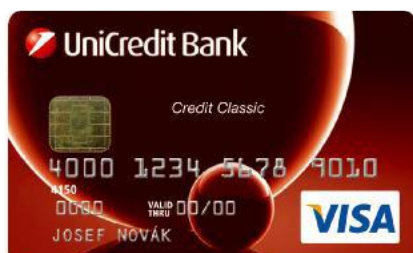
^۲ Single Transaction Debit

^۳ Monthly Transaction Debit

^۴ با در نظر گرفتن موجودی و سقف برداشت از کارت. امین

مشتری پرداخت می‌شود؛ و با توجه به online و یا offline بودن دستگاه، مبلغ پرداختی به مشتری بلافاصله و یا با تأخیر زمانی از حساب مشتری کسر می‌شود. این کارت‌های علاوه بر امکان دریافت وجه نقد، قابلیت پرداخت مبلغ خرید توسط دستگاه‌های نقطه فروش را دارند به‌طوری‌که فرآیند تسویه مبلغ خرید مشابه فرآیند دریافت وجه بوده با این تفاوت که در عملیات تسویه مبلغ خرید، وجه نقدی به دارنده کارت پرداخت نمی‌شود؛ و مبلغ خرید از حساب دارنده کارت به حساب فروشنده منتقل می‌شود. این نوع کارت‌ها تنها دارای هزینه افتتاح و یا هزینه عضویت اولیه‌اند و هزینه عضویت سالانه در آن‌ها تعریف نمی‌شود و در دوره‌های زمانی دلخواه قابل تمدید و یا تجدید اعتبار (افزایش موجودی کارت) هستند. کارت‌های هدیه جزء این دسته از کارت‌ها هستند.

۲. کارت‌های اعتباری^۱: کارت‌های اعتباری توسط بانک‌ها یا بعضی از کمپنی‌ها مانند



Master Card و غیره عرضه می‌شود. استفاده از این کارت بدین معنی است که مشتری از حساب بانکی خود نه بلکه از حساب بانک و یا کمپنی که مشتری آن گردیده، برای پرداخت‌های خود استفاده

می‌نماید و خود را مقروض ساخته و بعد از مدت معین پول را با ربح آن پرداخت می‌نماید که این کارت‌ها دو نوع‌اند: کارت‌های پرداخت متغیر و کارت‌های پرداخت ثابت.

توضیح: این نوع کارت‌ها برای خرید و دریافت پول نقد استفاده می‌شود و حتی امکان استفاده آن‌ها برای دریافت پول نقد در خارج از کشور هم وجود دارد، البته این امر مستلزم آن است که ارتباطات لازم در مورد این کارت‌ها در بین کشورها و بانک‌های

¹ Credit Card

آن‌ها وجود داشته باشد. کارت اعتباری کارتی است که به دارنده آن امکان مبادله یا خرید تا سقف معینی را می‌دهد.

در این نوع کارت‌ها امکان مبادله تا میزانی ممکن است که اعتباردارند؛ و امکان تجدید اعتبار در برخی از مدل‌های کارت‌های اعتباری وجود دارد. قسمی که در بالا ذکر کردیم از نمونه‌های کارت‌های اعتباری می‌توان به کارت‌های دو شرکت بزرگ ویزا کارت و ماسترکارت اشاره نمود. ماستر کارت در بازار مبادلات امریکا سهم پنجاه درصدی و ویزا کارت سهم سی درصدی را به خود اختصاص داده‌اند. در این نوع کارت‌ها معمولاً هزینه‌ای بابت اشتراک سالیانه از مشتری دریافت می‌شود. در پایان هرماه دارندگان کارت، صورت‌حسابی را بابت معاملات انجام‌شده دریافت می‌کنند در این نوع صورت‌حساب‌ها جزئیات خریدها و دریافت‌های نقدی در طول یک ماه گذشته درج شده و دارندگان کارت باید مبالغ بدهی کارت خود را به‌طور کامل تسویه نموده و یا بخشی را تسویه و باقی را به‌صورت قسطی و بر اساس توافق از پیش تعیین‌شده‌ای طی چند ماه تسویه نمایند.

بهره کارت‌های اعتباری توافقی است و در مواردی بهره آن قسمت از بدهی کارت که از بابت خرید کالا یا خدمات ایجادشده صفر است به‌شرط آنکه مشتری آن مبلغ را در اولین صورت‌حساب تسویه نماید و بهره پرداخت‌های نقدی از زمان برداشت وجه محاسبه می‌شود. با توجه به ریسک اعتباری نسبتاً بالای این کارت‌ها عموماً بهره دریافتی از این کارت‌ها بالاست.

۳. **کارت‌های بدهی/اعتباری:** کارت‌هایی با ماهیت دوگانه هستند به این صورت که هم



می‌تواند به‌عنوان کارت بدهی استفاده شود؛ یعنی مشتری می‌تواند مبالغی را به‌حساب کارت واریز نموده و در خریدها و برداشتها نقدی از سرویس‌های الکترونیکی، از آن مبلغ استفاده نماید؛ و هم می‌تواند از اعتبار کارت استفاده نماید به این

صورت که در صورت صفر بودن موجودی نقدی کارت، برداشتها و خریدها از

اعتبار کسر می‌شود که شرایط تسویه آن همانند کارت‌های اعتباری است که در فوق توضیح داده شد.

۴. **کارت مصرف^۱:** این نوع کارت تقریباً مشابه کارت‌های اعتباری هستند؛ اما با این تفاوت که در پایان ماه باید کل مبلغ صورت‌حساب پرداخته شود. کارت‌های مصرف را به نام کارت‌های خرید نیز یاد می‌کنند. کارت‌های خرید به آن دسته از کارت‌هایی گفته می‌شود؛ که صرفاً قابلیت خرید داشته و امکان برداشت وجه از آن‌ها میسر نیست. اصطلاحاً به این نوع کارت‌ها بن کارت گفته می‌شود. این نوع کارت‌ها هم می‌توانند به صورت کارت بدهی باشند؛ یعنی در ابتدا مبالغی در آن‌ها شارژ شده و سپس مشتری آن مبلغ را در خریدهای خود از طریق سرویس‌های الکترونیکی به فروشنده پرداخت می‌نماید، یا به صورت اعتباری بوده یعنی سقف اعتباری در آن شارژ شده که مشتری تا آن سقف می‌تواند خرید نماید و تسویه آن همانند کارت‌های اعتباری می‌باشد.

۵. **کارت‌های هوشمند^۲:** نوع پیشرفته از کارت‌های دبت یا کریدیت کارت می‌باشد؛ و



می‌تواند که وظایف هر دو را انجام دهد (عباسی نژاد، ۱۳۸۵).

کارت‌های هوشمند عموماً کارت‌های بدهی بوده به طوری که در آن‌ها علاوه بر مشخصات مشتری، برخی از اطلاعات حساب مشتری ذخیره شده و در مواردی که سرویس‌های الکترونیکی آنلاین نمی‌باشند، مشتری می‌تواند به صورت آفلاین از آن‌ها استفاده نماید، رایج‌ترین کاربرد این نوع کارت‌ها، استفاده از کیف پول^۳ الکترونیکی در آن‌هاست.

¹ Charge Card

² Smart Card

³ Personal Identification Number

دوم. انواع کارت‌ها از نظر تکنالوژی به کاررفته در آن‌ها: کارت‌ها از لحاظ تکنالوژی ساخت آن‌ها و تکنالوژی ارتباط آن‌ها با سرویس‌های خدمات الکترونیکی به سه دسته زیر تقسیم می‌شوند:

۱. کارت‌های برجسته؛
 ۲. کارت‌های مقناطیسی؛
 ۳. کارت‌های هوشمند یا کارت‌های دارای ریزپردازنده.
۱. **کارت‌های برجسته:** برجسته نویسی قدیمی‌ترین شیوه برای علامت‌گذاری کارت‌های شناسایی به حساب می‌آید؛ که در آن علائم ثبت شده با استفاده از یک



ابزار مکانیکی ساده و ارزان قابل انتقال بر روی کاغذ ساخته می‌شود. استفاده از این کارت‌ها به جریان الکترونیکی و ارتباط با شبکه تلفونی نیاز ندارد. بدین معنی که در استفاده از این نوع کارت‌ها به برقراری جریان الکترونیکی برای نقل و انتقال اطلاعات و داده‌ها نیاز نیست. اطلاعات موردنظر در دو ناحیه از قسمت پایین درروی کارت به صورت برجسته نوشته می‌شود. در ناحیه اول ۱۹ شماره^۱ کارت برای معرفی ناشر و دارنده کارت و در ناحیه دوم اطلاعات بیشتری مربوط به دارنده کارت مانند نام و تخلص، در ۴ سطر ۲۷ شماره به صورت برجسته نوشته می‌شود. نحوه استفاده از این کارت‌ها به این صورت بود که در ابتدا اسناد خرید توسط فروشنده تکمیل شده و توسط خریدار امضاء می‌شد؛ و سپس اطلاعات برجسته روی کارت توسط دستگاه ایمپرینتر^۲ بر اسناد مذکور حک شده و یک نسخه از آن را در اختیار مشتری قرار می‌دهند؛ و نسخه دوم به بانک یا مؤسسه اعتباری طرف قرارداد ارسال می‌شود؛ و نسخه سوم نیز نزد فروشنده باقی می‌ماند، بانک

^۱ یعنی کرکتر به صورت اعداد درج می‌شود. امین

پس از وصول نسخه مربوط به خود، وجه را از حساب مشتری یا اعتبار وی برداشت نموده و به حساب فروشنده و یا در وجه فروشنده پرداخت می‌نمود. عیب عمده این کارت‌های مصرف حجم بسیار زیادی از اسناد کاغذی بود که باید در چندین نسخه تهیه و ارسال می‌شد؛ از این رو هزینه تمام‌شده استفاده از این نوع کارت‌ها بالا بود.

۲. کارت‌های مقناطیسی: این نوع از کارت‌های رایج‌ترین نوع آن‌ها می‌باشند.



در این نوع کارت‌ها اطلاعات مربوط به دارنده کارت به صورت دوگانه در پشت کارت و بر روی نوار مقناطیسی قرار دارد و مشتری با قرار دادن کارت در جایگاه‌های

مخصوص در سرویس‌های الکترونیکی، اطلاعات دارنده کارت توسط دستگاه خوانده‌شده و به سیستم‌های متمرکز مؤسسه صادرکننده کارت ارسال می‌شود؛ و در صورت صحت اطلاعات ارسالی، مشتری می‌تواند از کارت وجه نقد برداشت نموده و یا وجهی را به حساب فروشنده کالا منتقل نماید. مشکل عمده این کارت‌ها استهلاک بالای آن‌ها بوده و در برابر میدان‌های مقناطیسی آسیب‌پذیری بالایی دارند از طرفی اطلاعات ذخیره‌شده در آن بسیار کم می‌باشد؛ و قابلیت ذخیره اطلاعات حساب صاحب کارت در آن‌ها وجود ندارد.

۳. کارت‌هایی با چیپ کمپیوتری: این نوع کارت‌ها به عنوان کارآمدترین عضو



کارت‌های شناسایی شناخته‌شده‌اند، این کارت‌ها دربردارنده IC هایی به شکل چیپ اند که در این چیپ عناصری برای نقل و انتقال، ذخیره‌سازی، پردازش اطلاعات و ... تعبیه شده است، انتقال اطلاعات می‌تواند یا به وسیله اتصالاتی که بر روی سطح کارت وجود دارد و یا بدون اتصال از طریق امواج مقناطیسی و رادیویی انجام گیرد. مزیت این نوع کارت‌ها به شرح ذیل است:

- از نظر نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، توانایی حفاظت از اطلاعات شخصی یا حقوقی افراد را در برابر دسترسی غیرمجاز دارند، درحالی‌که سایر کارت‌ها این قابلیت را ندارند. این مسئله میزان تقلب و دستکاری در اطلاعات ذخیره‌شده روی این کارت‌ها را کاهش می‌دهد؛ و افراد با اطمینان بیشتری نسبت به سری بودن اطلاعات خود از آن‌ها استفاده می‌کنند.
- قابلیت دیگر این کارت‌ها، امکان برنامه‌نویسی آن‌هاست. بدین معنی که در زمینه‌های مختلف کاربردی، طراحان می‌توانند با توجه به نحوه کاربرد این کارت‌ها روی آن‌ها برنامه‌نویسی کنند تا نیازهای فعالیت موردنظر را برآورده نمایند. همچنین قابلیت مذکور باعث می‌شود تا از آن‌ها برای فعالیت‌های چندمنظوره نیز استفاده شود. بدین معنی که طراحان با برنامه‌نویسی بر این کارت‌ها، برای دارندگان آن‌ها امکان استفاده در فعالیت‌های مختلف را فراهم می‌کنند. از نمونه‌های آن می‌توان به کارت‌های دانشجویی در برخی از پوهنتون‌های جهان اشاره کرد که علاوه بر کارت دانشجویی، کارت تغذیه، کارت خوابگاه و کارت شناسایی نیز می‌باشد.
- قابلیت امکان اجرای الگوریتم‌های پیشرفته رمزنگاری^۱ را دارند. این موضوع امکان رمزنگاری اطلاعات مندرج در کارت را برای شرکت‌های فراهم می‌کند؛ و به دلیل پیشرفته بودن الگوریتم‌های به کار گرفته‌شده در رمزنگاری این نوع کارت‌ها، امکان تقلب و دستکاری در رمز اطلاعات کاهش‌یافته و به همین دلیل طراحان بیشتری از این شیوه برای کارت‌های اعتباری استفاده می‌کنند. این قابلیت امروزه در پیاده‌سازی امضاء دیجیتال بسیار مؤثر بوده است.
- از قابلیت‌های دیگر این نوع کارت‌ها می‌توان به ظرفیت بالای ذخیره اطلاعات در آن‌ها اشاره کرد. به دلیل ظرفیت بالای این نوع کارت‌ها، انواع اطلاعات شخصی دارندگان کارت و حتی شرکت‌های صادرکننده نیز روی آن‌ها ضبط می‌شود. این قابلیت به گسترده بودن کاربرد این کارت‌ها کمک فراوانی کرده است چراکه به دلیل

¹ Cryptography

امکان ذخیره اطلاعات زیاد و چندمنظوره بودن، از آن‌ها برای کاربردهای مختلفی استفاده می‌شود.

- دیگر قابلیت‌های این نوع کارت‌ها، عمر بالای آن‌ها در مقایسه با کارت‌های مقناطیسی است. این کارت‌ها در برابر خراش‌هایی که بر روی آن‌ها ایجاد می‌شود، حساسیتی ندارند؛ و طی زمانه‌ای طولانی اطلاعات ذخیره‌شده روی این کارت‌ها بدون تغییر باقی می‌ماند.

دوستان عزیز، اینجا به سه مورد مزایا، محدودیت‌ها و نتیجه تحقیق در مورد کارت‌های پلاستیکی می‌پردازیم:

الف. مزایای استفاده از کارت‌های پلاستیکی: مزایای استفاده از کارت‌های بانکی عبارت‌اند از:

۱. کارت‌ها باعث افزایش سرعت و کاهش زمان انتقال پول از یک نقطه به نقطه دیگر می‌شوند.
 ۲. استفاده از کارت به جای پول باعث جلوگیری از انتقال پول نقد می‌گردد.
 ۳. استفاده از کارت به جای پول باعث افزایش امنیت در مقابل سرقت، مفقود شدن و از بین رفتن پول نقد می‌گردد.
 ۴. سالانه مبالغ قابل توجهی صرف چاپ اسکناس و وسایل مربوط به آن می‌شود که بهره‌گیری از کارت‌ها سبب کاهش مصارف چاپ اسکناس می‌گردد.
 ۵. استفاده از کارت باعث می‌شود که دسترسی به وجوه به سرعت و در هر نقطه جغرافیایی امکان‌پذیر باشد.
 ۶. عمومیت یافتن استفاده از کارت‌های باعث ترغیب بانک‌ها به بانکداری الکترونیکی و خروج از سیستم مبتنی بر کاغذ در عملیات بانکی می‌گردد.
- ب. چالش‌های استفاده از کارت‌های پلاستیکی در افغانستان:** استفاده از کارت‌های پلاستیکی بانکی در افغانستان با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که بر دسترسی این ابزار مالی تأثیر می‌گذارد. برخی از این چالش‌ها عبارت‌اند از:

۱. **عدم دسترسی به کارت‌های بانکی:** در بسیاری از مناطق افغانستان، به‌ویژه در نواحی دورافتاده و روستایی و ولسوالی‌های کلان افغانستان که از مرکز خیلی دور هستند، دسترسی به کارت‌های بانکی محدود است. بسیاری از مردم این مناطق هنوز از خدمات بانکی به‌طور کامل بهره‌مند نمی‌شوند؛ و کارت‌های پلاستیکی در دسترس آن‌ها قرار نمی‌گیرد.

۲. **نبود آگاهی عمومی:** بنده سفرهای که به ولایات مختلف افغانستان نمودم؛ دیدم که بسیاری از مردم افغانستان هنوز با سیستم‌های بانکی و استفاده از کارت‌های پلاستیکی آشنایی کامل ندارند. عدم آگاهی در مورد نحوه استفاده صحیح از کارت‌های بانکی، رمزهای عبور و دیگر ویژگی‌های امنیتی می‌تواند منجر به مشکلات مختلفی از جمله استفاده نادرست از کارت‌ها و از دست دادن وجوه شود؛ که سبب مشکلات و سرگردانی هم به خود شخص هم به بانک مربوطه آن می‌شود. در برخی از جوامع افغانستان، استفاده از کارت‌های پلاستیکی ممکن است به دلیل عدم آشنایی با مفاهیم مالی مدرن و ترجیح به استفاده از پول نقد، با مشکلات فرهنگی روبه‌رو باشد.

۳. **کمبود پذیرش در فروشگاه‌ها و کسب‌وکارها:** بسیاری از فروشگاه‌ها حداقل کلان‌شهرهای افغانستان و کسب‌وکارها در افغانستان هنوز از سیستم‌های پرداخت الکترونیکی مانند دستگاه‌های EFTPOS پشتیبانی نمی‌کنند. این کمبود پذیرش باعث می‌شود که مردم نتوانند به‌راحتی از کارت‌های بانکی خود برای خرید کالا و خدمات استفاده کنند.

۴. **فرسودگی و مشکلات فیزیکی کارت‌ها:** کارت‌های پلاستیکی ممکن است به دلیل استفاده مداوم یا شرایط محیطی فرسوده شوند و نیاز به تعویض یا تعمیر داشته باشند. در برخی موارد، کارت‌های بانکی ممکن است دچار مشکلاتی مانند آسیب به نوار مقناطیسی یا چپ کارت شوند. در این صورت بانک‌های مربوطه مکلف به تدارک کارت جدید بدون هیچ هزینه‌ای به مشتری خود باشند.

۵. **عدم تنوع در کارت‌های بانکی:** در برخی موارد، انتخاب انواع کارت‌های بانکی «مانند کارت‌های اعتباری، کارت‌های بدهی و غیره» در افغانستان محدود است و این ممکن است گزینه‌های متنوعی برای مشتریان ایجاد نکند.

ج. **نتیجه تحقیق در مورد استفاده کارت‌های پلاستیکی در افغانستان:** چالش‌های ذکرشده در بالا نیازمند تلاش‌های مستمر در جهت بهبود زیرساخت‌های بانکی، افزایش آگاهی عمومی و توسعه سیستم‌های امنیتی است تا استفاده از کارت‌های پلاستیکی بانکی در افغانستان به‌طور مؤثرتر و ایمن‌تری انجام شود. در اینجا هم بانک‌های خصوصی افغانستان مسئولیت ایمانی و وجدانی دارند؛ و هم دولت و بانک مرکزی به‌عنوان مادر بانک‌های افغانستان.

مبحث سوم: سطوح بانکداری الکترونیکی

بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی (بزرگ)

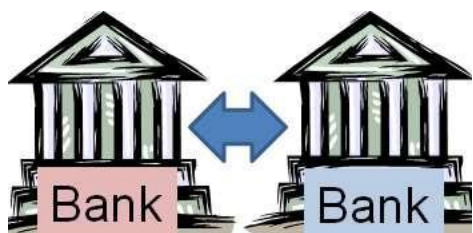
بانکداری الکترونیکی را می‌توان بر اساس دامنه و فضای اصلی انتقال الکترونیکی وجوه و تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات به دو سطح تقسیم کرده و موردبررسی قرارداد.

۱. بانکداری الکترونیکی مصرف‌کننده (بانکداری الکترونیکی خرد) که در مبحث

دوم همین فصل تشریح شد؛

۲. بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی (بانکداری الکترونیکی بزرگ).

سطح دوم. بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی^۱: خواننده‌گان گرامی، در مقابل بانکداری



الکترونیک خرد (در سطح مشتری) که میان بانک و مشتری شکل گرفته است؛ ما و شما در مبحث دوم آن را مطالعه نمودیم؛ در بازار بین‌بانکی نیز خدمات بانکداری الکترونیک تعریف می‌شود که

به آن‌ها بانکداری الکترونیک بین‌بانکی اطلاق می‌شود. یا به عبارت دیگر، بانکداری

¹ Inter Bank Electronic Banking

الکترونیکی بین بانکی به سیستم‌های دیجیتال و آنلاین گفته می‌شود که امکان انتقال و تسویه حساب‌های مالی بین بانک‌های مختلف را فراهم می‌آورد. در این سیستم، مشتریان یک بانک می‌توانند از طریق اینترنت یا سایر شبکه‌های الکترونیکی، تراکنش‌های خود را به حساب‌های دیگر بانک‌ها انتقال دهند؛ و عملیات بانکی را به صورت آنلاین و در کوتاه‌ترین زمان ممکن انجام دهند.

در نظام بانکداری یک یکپارچه سرعت انتقال وجوه و اطلاعات در بازار بین بانکی از اهمیت بالایی برخوردار است؛ و بانک‌های مرکزی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه با سرمایه گذاری‌هایی که در این بخش انجام داده تا حدودی به اهداف از پیش تعیین شده رسیده‌اند به طوری که در حال حاضر در این دسته از کشورها بانکداری بین بانکی سنتی کاملاً کنار گذاشته نشده است؛ اما تا حد بسیار زیادی کاهش پیدا نموده است. در ادامه به بیان برخی از این خدمات الکترونیکی پرداخته و در انتها تجربه چند کشور در این زمینه را شرح خواهیم داد (کشته گر، ۱۳۹۰).

انتقال الکترونیکی وجوه بین بانک‌ها در کشورهای مختلف به شیوه‌های گوناگون انجام می‌شود. یک شیوه جهانی انتقال الکترونیکی وجوه، استفاده از شبکه سوئیفت^۱ (SWIFT) است. بانک‌های عضو در این شبکه بانکی به راحتی می‌توانند به انتقال الکترونیکی وجوه بین خود بدون محدودیت مرز و در سطح بین‌المللی اقدام نمایند. سوئیفت به طور معمول برای نقل و انتقال بین‌المللی پول بین بانک‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

علاوه بر سوئیفت کشورهای پیشرفته برای انتقال الکترونیکی وجوه بین بانک‌های خود از سیستم‌های داخلی دیگری نیز استفاده می‌کنند. به طور مثال در کشور آمریکا از (CHIPS^۲)، انگلستان (CHAPS^۳) و مالزی از (RENTAS^۴) استفاده می‌شود (کارینگتون و دیگران، ۱۹۹۷).

^۱ Society For World Wide Interbank Financial Telecommunication

^۲ Clearing House Interbank Payment System

^۳ Clearing House Automate Payment System

^۴ Real-Time Electronic Transfer of Fund & Security

در پایین بعد از انتقال الکترونیکی منابع به توضیح هر یک آن پرداخته‌ایم. در افغانستان نیز اطلاعات بانکی در سطح بین‌الملل و خارج از کشور از طریق شبکه بین‌المللی سوئیفت انجام می‌شود؛ اما در داخل کشور به نظرم تا به حال کدام شبکه تأسیس نشده است

نظام الکترونیکی انتقال منابع¹ EFT: نظام انتقال الکترونیکی منابع به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها اطلاق می‌شود که بانک‌ها و مؤسسات دیگر از قبیل اتاق‌های پایاپای برای انتقال منابع بین بانک‌ها انجام می‌دهند. تا همین اواخر نظام مزبور کاملاً بر اساس اسناد کاغذی عمل می‌کرد که در طول زمان توسعه یافته و به تدریج دارای چهارچوب و استانداردهای مشخصی برای انتقال منابع داخلی و بین‌المللی شده بود. این وضعیت هنگامی تغییر کرد که اطلاعات مربوط به دستور انتقال منابع بر اساس اسناد کاغذی، توانست به یک سری دستورات کد شده و ماشینی تبدیل شود؛ و این خود باعث ایجاد استانداردهای جدید برای مشخص نمودن اندازه دستورات و محل قرار گرفتن فیلدهای اطلاعاتی و کرکترهای آن شد. از نظر نحوه ایجاد و ارسال دستورات انتقال منابع می‌توان دستورات انتقال منابع را به دودسته تقسیم نمود:

۱. دستورات انتقال منابع بر پایه اسناد کاغذی؛

۲. دستورات انتقال منابع الکترونیکی.

حال از دیدگاه نوع و ماهیت دستورات انتقال منابع به بررسی آن می‌پردازیم. در یک دستور انتقال منابع چند وجه نقش دارند:

- دستور پرداخت^۲؛
- درخواست‌کننده^۳؛
- بانک درخواست‌کننده^۴؛
- انتقال‌دهنده^۵؛

¹ Electronic Funds Transfer

² Payment Order

³ Applicant

⁴ Applicant Bank

⁵ Transferor

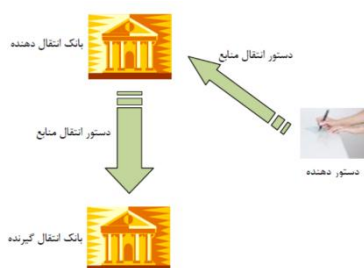
- بانک انتقال دهنده^۱؛
- انتقال گیرنده^۲؛
- بانک انتقال گیرنده^۳؛

از این دیدگاه می توان دستورات را به دودسته ذیل تقسیم نمود:

۱. دستورات بستانکار یا واریز وجه؛

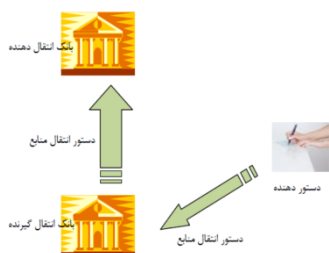
۲. دستورات بدهکار یا برداشت وجه.

۱. دستورات بستانکار (واریز کننده وجه): در این دستور ابتدا درخواست کننده به



بانک خود دستور می دهد تا مبلغی که در حساب خود در آن بانک دارد را برداشت نموده و به حساب انتقال گیرنده در بانک دیگری واریز نماید، در این دستور درخواست کننده همان انتقال دهنده می باشد؛ و بانک درخواست کننده با بانک

انتقال دهنده یکسان است. به زبان ساده تر در این دستور مشتری با مراجعه به بانک خود درخواست می نماید تا مبلغی را از حساب خویش برداشته و به حساب شخصی دیگری در بانکی دیگری واریز نماید. این نوع دستور رایج ترین دستور انتقال منابع بوده و مواردی همچون انتقال وجه، واریز حقوق، واریز سود سهام و کاربرد دارد.



یادداشت: به طور کلی در این نوع دستور انتقال دهنده و یا انتقال گیرنده می توانند حسابی به ترتیب نزد بانک انتقال دهنده و یا بانک انتقال گیرنده نداشته باشند؛ البته لازم به ذکر است با توجه به قوانین ضد پول شویی، در حال حاضر انتقال دهنده و انتقال گیرنده باید هر دو حساب

¹ Transferor Bank

² Transferee

³ Transferee Bank

بانکی در نزد بانک‌های خود داشته باشند.

۲. **دستور بدهکار (برداشت کننده وجه):** انتقال بدهکار که به آن وصول طلب نیز گفته می‌شود عبارت است از اخذ اعتبار به وسیله گیرنده از انتقال‌دهنده می‌باشد. در انتقال بدهکار گیرنده به بانک خود دستور می‌دهد تا مبلغ خاصی را از انتقال‌دهنده وصول کند. در این نوع انتقال دستوردهنده، به همراه دستور خویش می‌تواند دستور انتقال بدهکار که به وسیله شخص انتقال‌دهنده امضاء شده و در بانک انتقال‌دهنده قابل وصول است «مانند چک و یا سفته» را به بانک ارائه نماید. دستور انتقال بدهکار به زبان ساده به بانک انتقال‌دهنده دستور می‌دهد تا مبلغی از حساب انتقال‌دهنده برداشت؛ و به حساب انتقال گیرنده در بانک انتقال گیرنده واریز نماید. در این دستور درخواست‌کننده همان انتقال گیرنده است؛ و بانک درخواست‌کننده، بانک انتقال گیرنده است.

انتقال الکترونیکی وجوه بین بانک‌ها در کشورهای مختلف به شیوه‌های گوناگون انجام می‌شود؛ که عبارت‌اند از:

۱. **سیستم SWIFT سوئیفت:** در سال‌های اخیر در کنار سیستم‌ها و شبکه‌هایی که



قابلیت ارسال اسناد الکترونیکی را دارا هستند، شبکه‌هایی راه‌اندازی شده که در این‌ها علاوه بر نقل و انتقال منابع، پیام‌های الکترونیکی نیز رد و بدل می‌شود که در بازار مالی و بین‌بانکی شبکه سوئیفت بزرگ‌ترین و مهم‌ترین آن است. سوئیفت یک انجمن تعاونی غیرانتفاعی است که در سال ۱۹۷۳ میلادی

توسط ۲۳۹ بانک از پانزده کشور اروپایی و آمریکای شمالی راه‌اندازی گردید؛ و هدف از آن جایگزینی روش‌های ارتباطی غیر استاندارد کاغذی و یا از طریق تلکس در سطح بین‌المللی با یک روش استاندارد شده جهانی بود. در حال حاضر بیش از ۷۰۰۰ مؤسسه در ۱۹۷ کشور جهان عضو این انجمن می‌باشند. مرکز اصلی شبکه سوئیفت در کشور بلژیک بوده و طبق قوانین آن کشور عمل می‌نماید و کشورهای

امریکا، هالند، انگلیس و هنگ کنگ به عنوان مراکز پشتیبان اعضا فعالیت دارند. سوئیفت در هر کشوری^۱ دارای یک SAP^۲ یعنی نقطه دسترسی به سوئیفت می باشد؛ که توسط مؤسسه سوئیفت کنترل می شود.

۲. سیستم سوئیفت جهت ارسال و دریافت هرگونه پیام ارزی در بین واحدهای ارزی بانکهای داخل کشورها و بانکهای خارج از کشورها مورداستفاده قرار می گیرد. این سیستم جهت سرعت بخشیدن به انجام معاملات ارز و جلب رضایت مشتریان و همچنین هماهنگی تمام عملیات ارزی در سطح جهانی با استفاده از یک نرم افزار استاندارد موردتوجه واقع گردیده است. در حال حاضر شبکه سوئیفت بیش از ۲۰۰ نوع پیام در کلیه زمینه های مالی و بین المللی از قبیل موارد زیر را ارائه می نماید:

- تسویه حساب های مبالغ کوچک و بزرگ؛
- حواله های بانکی؛
- حواله های بدهکار - بستانکار؛
- صورت حساب های بانکی؛
- معاملات تبدیل ارزی؛
- اعتبارات اسنادی؛
- معاملات سهام بین بانکها؛
- گزارش مانده و تراز حساب ها.

۳. سیستم CHIPS: یک سیستم پرداخت بین بانکی است که در امریکا فعالیت می کند. این سیستم عمدتاً برای پردازش پرداخت های بین بانکی در مقیاس بزرگ و با حجم بالا استفاده می شود؛ و توسط The Clearing House اداره می شود. سیستم CHIPS برای تسهیل نقل و انتقال پول بین بانکها و مؤسسات مالی به طور سریع، امن و کارآمد طراحی شده است.

^۱ در افغانستان بانکها و مؤسسات مالی برای انجام تراکنش های بین المللی و انتقال ارز از شبکه سوئیفت استفاده می کنند. با این حال، سوئیفت در افغانستان تحت نظارت و مدیریت د افغانستان بانک قرار دارد و معمولاً از طریق شعبات مختلف بانکهای تجاری و مؤسسات مالی در داخل کشور به کاربران خدمات ارائه می دهد. امین

^۲ SWIFT Access Point

الف. **تاریخچه و تأسیس:** CHIPS در سال ۱۹۷۰ تأسیس شد و از آن زمان به یکی از بزرگ‌ترین سیستم‌های پرداخت در آمریکا و جهان تبدیل شده است. این سیستم ابتدا به منظور تسهیل تسویه و پرداخت‌های بین‌المللی طراحی شد و به تدریج به یکی از سیستم‌های اصلی برای پرداخت‌های داخلی ایالات متحده آمریکا تبدیل شد.

ب. **عملکرد سیستم:** سیستم CHIPS عمدتاً برای پرداخت‌های عمده و بین‌بانکی در بازارهای مالی استفاده می‌شود. این سیستم تراکنش‌ها را به صورت فوری تسویه می‌کند؛ و در مقایسه با سایر سیستم‌های پرداخت، کارایی بالاتری در پردازش تراکنش‌ها دارد. این سیستم به‌ویژه برای نقل و انتقال‌های ارزی و تسویه حساب‌های مرتبط با بازارهای مالی بین‌المللی مفید است.

یادداشت: در نهایت، سیستم CHIPS یک بخش حیاتی از زیرساخت مالی آمریکا است که امکان پردازش سریع، امن و کارآمد تراکنش‌های بین‌بانکی را فراهم می‌کند؛ و نقش مهمی در تسویه حساب‌های بین‌المللی و داخلی دارد.

۴. **سیستم CHAPS:** یک سیستم پرداخت فوری و با حجم بالا در انگلستان است که برای تسویه تراکنش‌های مالی و بین‌بانکی مورداستفاده قرار می‌گیرد. این سیستم توسط The Bank of England و با همکاری برخی از بانک‌های بزرگ در انگلستان طراحی و اجرا شده است. CHAPS به عنوان یک سیستم تسویه پرداخت‌های فوری برای بانک‌ها، مؤسسات مالی و سازمان‌های تجاری مختلف در بریتانیا عمل می‌کند.

ا. **تاریخچه و تأسیس:** CHAPS در سال ۱۹۸۴ راه‌اندازی شد تا امکان پرداخت‌های فوری بین بانک‌ها را فراهم کند. این سیستم در ابتدا باهدف تسهیل پرداخت‌های کلان در داخل انگلستان ایجاد شد؛ و به مرور زمان به یکی از اصلی‌ترین سیستم‌های پرداخت در این کشور تبدیل گشت.

ب. **عملکرد سیستم:** سیستم CHAPS به این صورت عمل می‌کند که زمانی که یک بانک یا مؤسسه مالی پرداختی را از طریق سیستم ارسال می‌کند، تراکنش به سرعت توسط سیستم بانک مرکزی انگلستان پردازش می‌شود؛ و در همان روز تسویه

می‌گردد. برای انجام این عملیات، بانک‌ها باید حساب‌هایی نزد بانک مرکزی داشته باشند.

یادداشت: درنهایت، سیستم CHAPS یک ابزار حیاتی در زیرساخت‌های مالی انگلستان است که برای انجام پرداخت‌های فوری، امن و با حجم بالا بین بانک‌ها و مؤسسات مالی طراحی شده است. این سیستم به‌عنوان یک جزء کلیدی در سیستم مالی کشور انگلستان شناخته می‌شود؛ و از نقش حیاتی در تسهیل تجارت و عملیات مالی کشور برخوردار است.

۵. **سیستم: RENTAS** یک سیستم پرداخت و تسویه الکترونیکی در مالزی است که به‌منظور تسهیل پرداخت‌های بین‌بانکی و تسویه تراکنش‌های مالی به‌صورت فوری و امن طراحی شده است. این سیستم به‌طور خاص برای پردازش تراکنش‌های با حجم بالا و پرداخت‌های فوری مورد استفاده قرار می‌گیرد. RENTAS نقش بسیار مهمی در زیرساخت‌های مالی مالزی ایفا می‌کند؛ و به بانک‌ها، مؤسسات مالی و سازمان‌ها کمک می‌کند تا تراکنش‌های مالی خود را به‌طور کارآمد و سریع تسویه کنند.

ا. **تاریخچه و تأسیس:** سیستم RENTAS در سال ۲۰۰۲ توسط Bank Negara Malaysia بانک مرکزی مالزی راه‌اندازی شد. هدف اصلی این سیستم، فراهم آوردن یک بستر امن و کارآمد برای پردازش پرداخت‌ها و تسویه حساب‌های با حجم بالا در داخل و خارج از کشور است. این سیستم ابتدا باهدف تسهیل تراکنش‌های مالی و تجاری در داخل مالزی طراحی شد؛ و به‌تدریج به یکی از اجزای کلیدی در زیرساخت‌های مالی کشور تبدیل شد.

ب. **عملکرد سیستم:** در سیستم RENTAS، هنگامی که یک بانک یا مؤسسه مالی تصمیم به انتقال وجه یا تسویه حسابی می‌گیرد، تراکنش به‌صورت آنی پردازش می‌شود. بانک مرکزی مالزی، یعنی Bank Negara Malaysia (BNM) به‌عنوان نهاد تسویه کننده اصلی عمل می‌کند؛ و اطمینان حاصل می‌کند که تمامی تراکنش‌ها به‌طور صحیح و امن تسویه شوند.

دوستان عزیز، اینجا به سه مورد مزایا، محدودیت‌ها و نتیجه تحقیق در مورد بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی می‌پردازیم:

الف. ویژگی‌ها و عملکرد بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی:

۱. **انتقال وجه بین بانک‌ها:** مشتریان می‌توانند از حساب خود در یک بانک، وجه را به حسابی در بانک دیگری منتقل کنند. این انتقال‌ها می‌تواند شامل انتقال‌های داخلی (درون کشوری) یا بین‌المللی باشد.

۲. **پرداخت‌های بین‌بانکی:** پرداخت قبوض، خرید آنلاین و انتقال وجه به حساب‌های دیگر بانک‌ها از جمله خدماتی است که در بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی انجام می‌شود.

۳. **سیستم‌های پرداخت ملی و بین‌المللی:** بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی به واسطه سیستم‌های پرداخت مختلف مانند SWIFT در افغانستان برای انتقال‌های بین‌المللی کار می‌کند.

۴. **سرعت و امنیت:** انتقال پول از یک بانک به بانک دیگر به صورت آنی و با استفاده از سیستم‌های رمزنگاری و امنیتی انجام می‌شود تا از دسترسی غیرمجاز به اطلاعات جلوگیری شود.

ب. مزایای بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی:

۱. **راحتی و سرعت:** مشتریان می‌توانند به راحتی از هر کجا و هر زمان تراکنش‌های بین‌بانکی خود را انجام دهند.

۲. **کاهش هزینه‌ها:** این سیستم‌ها نیاز به هزینه‌های اضافی مانند رفت‌وآمد به شعبات یا پردازش‌های دستی ندارند.

۳. **امنیت بالا:** سیستم‌های بانکداری الکترونیکی با استفاده از پروتکل‌های امنیتی پیشرفته، از اطلاعات مالی مشتریان محافظت می‌کنند.

۴. **دسترسی جهانی:** به کمک سیستم‌های بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی، امکان انجام تراکنش‌های بین‌المللی وجود دارد و این فرآیندها سریع و بدون محدودیت جغرافیایی انجام می‌شود.

ج. چالش‌های بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی:

۱. تهدیدات امنیتی: باوجود پیشرفت‌های امنیتی، این سیستم‌ها ممکن است در معرض تهدیدات هکری و کلاهبرداری‌های اینترنتی قرار بگیرند.
۲. وابستگی به تکنالوژی و اینترنت: این سیستم‌ها نیاز به اینترنت پایدار و دسترسی به تکنالوژی دارند که در برخی مناطق ممکن است مشکل‌ساز باشد.
۳. محدودیت‌های قانونی و مقرراتی: انتقالات بین‌بانکی ممکن است تحت قوانین خاص کشورها یا سیستم‌های مالی جهانی محدودیت‌هایی داشته باشد.

د. نتیجه تحقیق در مورد بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی در افغانستان:

بانکداری الکترونیکی بین‌بانکی یکی از ابزارهای کلیدی در دنیای مالی مدرن است که به راحتی و سرعت انتقال وجوه بین بانک‌های مختلف را ممکن می‌سازد. این سیستم به عنوان یک پُل ارتباطی بین بانک‌ها، تسهیل‌کننده معاملات مالی است؛ و درعین حال به کاهش هزینه‌ها، افزایش کارایی و سرعت خدمات مالی کمک می‌کند. بنده به عنوان کسی که یک سال مکمل روی این موضوعات تحقیق کردم به بانک‌های خصوصی و دولتی پیشنهاد می‌کنم تا همچو سیستم را در افغانستان بسازند.

مبحث چهارم: نظام‌های پرداخت الکترونیکی

هدف اصلی که در تجارت الکترونیکی مدنظر است، طراحی نظام‌های پرداخت الکترونیکی است به طوری که بدون وجود چنین نظام‌هایی به کارگیری تجارت الکترونیکی یا به عبارتی جاری شدن شیوه مبادلات جدید در دنیای مبادلات با مشکل جدی مواجه شد. از طرفی تحقق نظام بانکداری الکترونیکی نیاز به ابزارهای مخصوص به خود برای مبادله دارد به طوری که بدون به کارگیری آن‌ها نظام بانکداری الکترونیکی مشکل بزرگی مواجه خواهد شد، چراکه بدون سیستم نقل و انتقال سریع، دقیق و مطمئن وجوه و اسناد، بانکداری الکترونیکی امکان اجرا شدن نخواهد داشت.

برای پرداخت در دنیای فیزیکی، خریدار مبلغ کالا را به صورت رودررو و توسط پول نقد، چک و یا کارت اعتباری، پیش پرداخت و یا از طریق مراجعه به بانک به صورت حواله بانکی به فروشنده پرداخت می کند، درحالی که خریدار در دنیای مجازی از معادل های الکترونیکی بازارهای فوق استفاده می نماید. پرداخت ها در دنیای مجازی به صورت الکترونیکی و از طریق انتقال وجوه یا پول الکترونیکی انجام می شود. دراین بین ابزارهای امنیتی برای تعیین هویت فرستنده، تمامیت و محرمانه ماندن اطلاعات، جلوگیری از افشای محتوای پیام و ارسال آن توسط فرد و عدم انکار آن توسط فرستنده و گیرنده به کار گرفته می شود.

در نظام های پرداخت الکترونیکی هدف اصلی تسهیل در امر مبادلات وجوه و اسناد به صورت الکترونیکی می باشد. با توجه به امکانات و ابزارهای موجود در بانکداری الکترونیکی، نظام پرداخت الکترونیکی بر سه نظام اصلی تقسیم می شود.

۱. نظام مبتنی بر کارت های الکترونیکی بانکی؛
۲. نظام مبتنی بر چک الکترونیکی؛
۳. نظام مبتنی بر پول الکترونیکی.

۱. **نظام مبتنی بر کارت های الکترونیکی بانکی:** کارت های الکترونیکی بانکی یک شیوه پرداخت الکترونیکی است که از اوایل ۱۹۵۰ میلادی مورد استفاده قرار گرفته است. این کارت ها در واقع به نوعی جانشین پول نقد یا همان اعتبار و قدرت خرید اسکناس است. بدین معنی که اشخاص تا سقف اعتبار و یا وجه نقد موجود در کارت خویش، در فعالیت های روزمره خود می توانند از آن ها استفاده نموده و نیاز خود به وجه نقد را مرتفع سازند؛ بنابراین می توان هر آنچه را که از لحاظ اقتصادی برای پول تعریف می شود برای کارت نیز تعریف کرد.

با این تفاوت که پول در شکل فیزیکی پس از خرج کردن دیگر در دست شما نیست؛ اما کارت پس از آن همواره در اختیار شما بوده و آنچه خارج می شود تنها کل یا

بخشی از اعتبار کارت است؛ بنابراین می‌توان از کارت به‌عنوان وسیله مبادله و حتی یک وسیله حفظ ارزش نیز یادکرد.^۱

۲. نظام‌های مبتنی بر چک الکترونیکی: امروزه نظام‌های مبتنی بر چک کاغذی در جهان به دلیل هزینه بالای مبادله و تهیه آن در حال منسوخ شدن است؛ و از نظام مشابهی در قالب چک‌های الکترونیکی استفاده می‌شود. این نوع چک‌ها، امکان وصول و دریافت را به‌طور الکترونیکی به دارنده چک می‌دهد. از طریق این نظام، بانک‌ها با دریافت درخواست صادرکننده چک، وجه آن را به حساب صاحب چک واریز می‌کنند. سیستم‌های الکترونیکی FSTC و MANDATE نمونه‌هایی از سیستم‌های چک الکترونیکی هستند. از این سیستم‌ها بیشتر در کشورهای اروپایی و آمریکایی، در نظام مبادلات پولی و مالی استفاده می‌شود. به اساس تحقیق ما امروزه نمونه‌هایی از این نظام در کشورهای آسیایی هم به کار گرفته می‌شود.

نمونه‌های سیستم‌های چک الکترونیکی: آن‌چنان‌که اشاره شد، دو نمونه معروف از سیستم‌های چک الکترونیکی در اروپا و آمریکا به‌کاربرده می‌شود؛ که هرکدام آن را به بحث می‌گیریم:

الف. سیستم FSTC آمریکا: این سیستم در ایالات متحده، حاصل تلاش مشترک بین ۱۵ بانک، نهاد دولتی، فروشندگان تکنالوژی و سازمان تجارت الکترونیکی سراسر دنیا، بانک آمریکایی^۲ خدمات حسابداری و مالی دفاع، خدمات مالی خزانه دولتی،^۳ (آی. بی. ام)، جز این‌هاست. چک الکترونیکی مذکور نقش مهم و ارزنده‌ای در توسعه شیوه‌های پرداخت در تجارت الکترونیکی کشور آمریکا بازی می‌کند و تنها سازوکار پرداخت الکترونیکی تصدیق شده خزانه‌داری آمریکا برای پرداخت‌های الکترونیکی است که امروزه حتی در پرداخت‌های خود خزانه نیز به‌کاربرده می‌شود.

^۱ دوستان عزیز، در مورد انواع کارت‌ها در مبحث دوم زیر مبحث هفتم همین فصل به‌صورت مفصل بحث

نموده‌ایم. امین

^۲ cerrito

^۳ International Business Machines (IBM)

این نوع چک به واسطه وجود سیستم^۱ FSML و امضای دیجیتال^۲، در زمره ایمن ترین ابزارهای پرداخت تهیه شده تا این زمان هستند و جایگاه ویژه روش های امنیتی، هویت شناسی، رمزنگاری، کلید عمومی^۳، امضای دیجیتال، مراجع گواهی^۴ و تشخیص بهره می گیرند. این نوع سیستم به بانک ها قدرت تصدیق و پردازش خودکار و به کاربران چک الکترونیکی، استطاعت حفاظتی بیشتری در برابر تقلب می دهد.

طبق تحقیقی که ما انجام دادیم بانک های امروزی (چه خارجی و چه بانک های داخلی کشور ما افغانستان) بررسی های دقیقی روی چک های کاغذی برای تعیین اصلی یا تکراری بودن آنها انجام می دهند؛ اما این موضوع در مورد چک های الکترونیکی کاملاً به طوری جدی عمل می شود به طوری که قابلیت های قوی تری برای پیشگیری و شناسایی تکراری، جعلی و یا تقلبی بودن آنها ارائه می دهد. در نتیجه امروزه این چک ها اغلب دامنه جعلی بودن پایینی در مقایسه با چک های کاغذی دارند؛ و همچنین هزینه شناسایی جعلی بودن آنها در مقایسه با هزینه شناسایی چک های کاغذی بسیار پایین است. سرورهای چک الکترونیکی بانک همیشه پایگاه داده مستقلی از کلیدهای عمومی امضاء کنندگان بانک نگه می دارند، به طوری که آنها همیشه آخرین روابط کلیدها با حساب ها و امضاء کنندگان را می دانند؛ و در چنین شرایطی امکان جعل چک های بانکی در این سیستم به حداقل می رسد.

ب. سیستم چک الکترونیکی MANDATE اروپا: اساس این پروژه تحت برنامه ECTEDIS در سال ۱۹۹۴ برای انتقال الکترونیکی اسناد است؛ در این برنامه شرکت^۵ دانمارکی با استفاده از نسخه عملکرد چک کاغذی، یک چک الکترونیکی با زیر ساختار کلید عمومی برای استفاده در مبادلات بین شرکت ها (B2B) جامعه

^۱ Financial Service Markup Language

^۲ Digital Signature

^۳ Public Key Infrastructure(PKI)

^۴ Certificate Authority

^۵ Cryptomatic

اروپایی با حمایت کمیسیون عالی اروپا^۱ پیاده‌سازی شده است. هدف این پروژه به‌کارگیری کارت‌های هوشمند برای استفاده از امضاها و گواهینامه دیجیتال به‌منظور صدور چک‌های الکترونیکی و ارسال از طریق پست الکترونیکی است؛ و شیوه عمل آن برگرفته از چک الکترونیکی امریکا است. در این سیستم دسته‌چک الکترونیکی که توسط بانک صادر می‌شود روی کارت هوشمند و یا حافظه جانبی قابل حمل بارگذاری شده و یک شماره شناسایی هم توسط بانک صادرکننده برای قفل کارت هوشمند تخصیص داده می‌شود که امکان تعویض آن‌هم وجود دارد. این سیستم از طریق زوج کلیدهای عمومی و خصوصی که در کارت هوشمند وجود دارد، می‌تواند به‌صورت آفلاین ایجاد و امضاء شود و بدین طریق بدون تحمیل شناسایی هزینه آنلاین، امنیت مناسبی فراهم شده است.

۳. نظام‌های مبتنی بر پول الکترونیکی: قبل بررسی این نظام بهتر است تعریفی از پول الکترونیکی ارائه نمایم.^۲

تعریف اروپایی: جامعه اروپا در پیش‌نویسی دستورالعمل پول الکترونیکی را با توجه به ویژگی‌های زیر تعریف می‌کند: «بر روی قطعه‌ای الکترونیکی همانند چیپ کارت و یا حافظه کمپیوتری به‌صورت الکترونیکی ذخیره شده است. به‌عنوان یک وسیله پرداخت برای تعهدات اشخاص غیر از مؤسسه صادرکننده پذیرفته شده است؛ و بدین منظور ایجاد شده که به‌عنوان جانشین الکترونیکی برای اسکناس در دسترس استفاده قرار می‌گیرد. به‌منظور انتقال الکترونیکی وجوه در پرداخت‌هایی با مقدار محدود ایجاد شده است.»

تعریف امریکایی: مشاور امور مصرف‌کنندگان فدرال رزرو امریکا پول الکترونیکی را این‌طور تعریف کرده‌اند: «پولی است که به‌صورت الکترونیکی به گردش درمی‌آید؛ و می‌تواند به‌صورت کارت‌های هوشمند و یا کارت‌هایی که در آن‌ها ارزش ذخیره شده

^۱ Information Security (INFOSEC)

^۲ باوجوداینکه در فصل دوم در مورد پول الکترونیکی صحبت کردیم؛ اما اینجا به‌صورت مفصل و مشروح توضیح

است و یا کیف پول الکترونیکی عرضه شود همچنین می‌توان از آن در پایانه فروش استفاده کرد یا بدون دخالت شخصی دیگر، مستقیماً به صورت شخص به شخص، مورد استفاده قرار گیرد؛ و نیز می‌تواند از طریق خطوط تلفون به سوی بانک‌ها یا دیگر ارائه‌دهندگان خدمت یا صادرکنندگان پول خطوط الکترونیکی به گردش دربیاید و خرج شود».

پول الکترونیکی یا پول دیجیتال یکی از دستاوردهای تکنالوژی اطلاعات است که امروزه جانشین کاملی برای پول کاغذی است. در این نوع پول، مبلغی از قبل پرداخت شده و در قبال آن پول الکترونیکی یا اعتبار الکترونیکی دریافت می‌شود. این نوع پول الکترونیکی در مبادلات کالا و خدمات به فروشنده‌گان یا عرضه‌کنندگان ارائه شده و مبلغ معامله از طریق سیستم انترنتی از حساب خریدار برداشت می‌شود. این نوع پول، امکان تبدیل شدن به پول کاغذی را در هر زمان دارد که توسط سرویس‌دهندگان خدمات مالی انجام می‌شود؛ ارائه‌دهندگان خدمات مالی، پول الکترونیکی را می‌خرند و در هر زمان و مکان آن را با پول کاغذی تعویض می‌کنند؛ اما سرویس‌دهندگان برای جلوگیری از خرج چندباره چنین پول‌هایی باید فهرست مفصلی از پول‌های خرج شده را نگهداری نمایند. این کار امروزه از طریق سیستم‌های نقدینگی الکترونیکی در اختیار سرویس‌دهندگان قرار می‌گیرد.

مشخصات پول الکترونیکی: تا بدین جا با مفهوم پول الکترونیکی تا حدی آشنا شدیم و چند تعریف از آن را نیز ارائه دادیم، حال به منظور درک بهتر چگونگی پیاده‌سازی و نحوه عملکرد پول الکترونیکی چند ویژگی آن را بیان می‌کنیم:

- ارزش این پول روی قطعه یا وسیله مبادله الکترونیکی ذخیره شده است. در پول الکترونیکی مبتنی بر کارت، یا حافظه‌های جانبی قابل حمل که نوعاً یک ریزپردازنده است که در یک کارت پلاستیکی یا حافظه جانبی جای داده شده درحالی که در پول الکترونیکی مبتنی بر نرم‌افزار، از یک نرم‌افزار تخصصی و مخصوص استفاده می‌کند که روی کامپیوتر نصب می‌شود.

- ارزش موجودی در پول الکترونیکی به چند طریق توسط سیستم‌های الکترونیکی منتقل می‌شود. برخی از انواع پول الکترونیکی امکان انتقال مستقیم از یک مصرف‌کننده به دیگری بدون دخالت شخص ثالث همانند صادرکننده پول الکترونیکی فراهم می‌آورد.
- در معاملات قراردادی «سیستم معاملات با پول کاغذی» تعداد گروه‌های مؤثر تنها شامل صادرکننده پول و تسویه کننده معامله هستند؛ اما در یک مبادله با پول الکترونیکی اپراتور شبکه، فروشنده نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای ویژه، نقل و انتقال دهنده و تسویه کننده معاملات پول الکترونیکی، به صورت هماهنگ در جاری شدن یک معامله الکترونیکی درگیر هستند.
- موانع و مشکلات فنی و انسانی می‌تواند اجرای معاملات را مشکل یا غیرممکن سازد. درحالی‌که در معاملات مبتنی بر کاغذ، امکان بروز چنین مشکلی پایین است. در سیستم مبادلات پول الکترونیکی به دلیل پیچیده بودن سیستم مبادله، بروز چنین مشکلی می‌تواند نقل و انتقال وجوه یا معامله را با مشکل جدی مواجه سازد. ازجمله این مشکلات، مشکل فنی در سیستم انتقال اطلاعات و داده‌هاست که در صورت بروز مشکل در این بخش کل سیستم مبادله الکترونیکی مختل خواهد شد.

فصل چهارم

ادوار و گسترش بانکداری الکترونیکی

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

- مبحث اول: دوره‌های بانکداری مدرن و الکترونیکی؛
- مبحث دوم: مقایسه بانکداری الکترونیکی با بانکداری سنتی؛
- مبحث سوم: الزامات گسترش بانکداری الکترونیکی؛
- مبحث چهارم: تجارب کشورها در زمینه بانکداری الکترونیکی.

مبحث اول: دوره‌های بانکداری مدرن و الکترونیکی

در بانکداری سنتی مبتنی بر کاغذ مراحل کار با پیگیری مداوم چک‌ها، حواله‌ها، معین و گردش اطلاعات از مکانی به مکان دیگر ادامه می‌یابد. اگرچه این جریانات بسیار گسترده می‌باشند؛ ولی در تمام بانک‌ها به صورت یکسان به اجرا درمی‌آمدند و ادامه می‌یافتند، برداشت نقدی در حساب مشتریان ثبت گردیده و اسناد اعتباری دیگر ایجاد یا ضمیمه می‌شدند.

تمام عملیات پیچیده دیگر در کار بانکی بر اساس اسناد ثبت شده و واضح که حالت استندرد دارند به گردش درمی‌آیند، قسمت عمده کارهای بانکی شامل اخذ اطلاعات که بر اساس آن‌ها اسناد شکل می‌گیرند؛ و انتقال اطلاعات حاصله به کسانی است که لازم است از این تغییرات مطلع گردند. تحول الگوهای تکنالوژی در صنعت بانکداری در چهار دوره رخ داده است که به شرح زیر است:

دوره اول. اتوماسیون پشت میز^۱ (۱۹۷۰-۱۹۶۰): در این دوره که نخستین کاربرد کمپیوتر در صنعت بانکداری با استفاده از کمپیوتر مرکزی اطلاعات و اسناد کاغذی تولیدشده در



شعبات بانک، به صورت بسته‌بندی به مرکز ارسال و مجموعه عملیات شبانه انجام می‌شد. در این دوره کاربرد اصلی کمپیوتر محدود به ثبت دفاتر و تبدیل کاغذ به فایل‌های کمپیوتر می‌باشد. تکنالوژی

اتوماسیون پشت میز^۲ که در دهه ۱۹۶۰ رواج داشت این امکان را فراهم نمود تا دفاتر و

¹ Back Office Automation

کارت‌ها از شعبات حذف و گردش روزانه حساب‌ها در پایان وقت هرروز به کامپیوترهای مرکزی برای به‌روز شدن ارسال گردد. پیشرفت اتوماسیون پشت میز در دهه ۱۹۷۰ باعث شد که به‌جای ارسال اسناد کاغذی به مرکز، عملیات روزانه شعبات از طریق ثبت آن‌ها بر روی محیط‌های مقناطیسی به مرکز ارسال گردد؛ و پردازش اطلاعات و به‌روزرسانی حساب‌ها کماکان در اتاق‌های کامپیوتر مرکزی صورت می‌گرفت. در این دوره عملیات اتوماسیون تأثیری در جهت رفاه مشتریان بانک‌ها ایجاد ننمود و تأثیر رقابتی نیز بین بانک‌ها بر جای نگذاشت. در طول این دوره سیستم‌های پردازش جمعی و سیستم‌های بزرگ کامپیوتر به خدمت گرفته شدند؛ و تنها تأثیر اتوماسیون در این دوره ایجاد دقت و سرعت در موازنه حساب‌ها و حذف دفاتر و کارت‌های حساب از شعبات بانک‌ها بود. اخیراً نوسازی و جایگزینی این کامپیوترهای بزرگ، یکی از مهم‌ترین چالش‌های تکنولوژیک بانک‌های بزرگ دنیا به شمار می‌رود (کارینگتون و دیگران، ۱۹۹۷).



دوره دوم. اتوماسیون پیشروی میز^۱: آغاز این دوره زمانی است که کارمند شعبات بانک در حضور مشتری عملیات بانکی را به‌صورت الکترونیکی ثبت و دنبال می‌کرد. از اواخر دهه ۱۹۷۰ امکان

انتقال آنلاین اطلاعات از طریق به‌کارگیری ترمینال‌ها در پیشروی میز فراهم شد. این ترمینال‌ها با ظاهری شبیه کامپیوترهای شخصی امروزی از طریق خطوط مخابراتی به کامپیوترهای بزرگ مرکزی منتقل می‌شدند؛ و امکان انتقال اطلاعات به‌صورت مؤثر میان شبکه‌های بزرگ کامپیوتری و ترمینال‌های ورودی و خروجی را فراهم می‌ساختند. کارمندان شعبات بانک می‌توانستند به‌صورت آنلاین به حساب‌های

^۲ اکثر نویسندگان به آن پشت باجه/پیش باجه هم می‌گویند؛ ولی ما برای آسانی و درک خوب‌تر از اصطلاح پشت میز

و پیشروی میز استفاده می‌نماییم. امین

^۱ Front Office Automation

جاری دسترسی داشته باشند. به روزرسانی حساب‌ها و تهیه گزارش‌های مربوط و ثبت پردازشگرهای مرکزی همچنان شبانه انجام می‌گرفت. بانک‌ها مجبور بودند برای اتوماسیون پیشروی میز شبکه‌های مخابراتی اختصاصی داشته باشند، درحالی‌که شبکه‌های مخابراتی در انحصار شرکت‌های دولتی بودند؛ و به کارگیری آن‌ها بسیار گران و پرهزینه بود.

در این دوره یعنی دهه ۱۹۸۰ سرعت دسترسی کارکنان بانک‌ها به حساب‌های مشتریان و سرعت انتقال اطلاعات افزایش یافت و ارائه خدمت به مشتریان بهبود یافت؛ اما هنوز تمایل به استفاده از اسناد کاغذی وجود داشت. باآنکه ترمینال‌ها امکان جستجو و پردازش را سهولت بخشیده بودند؛ ولی هنوز تمامی کارها توسط کارکنان بانک و از طریق ورود اطلاعات و گردش حساب‌ها به ترمینال‌ها صورت می‌گرفت. در این دوره نمی‌توان کارکنان بانک‌ها را کاهش داد چراکه هنوز نیاز به افرادی که پاسخگوی مراجعین بانک‌ها باشند، وجود دارد. نرم‌افزارهای به کار گرفته شده در این دوره کماکان غیر یکپارچه و جزیره‌ای هستند. باوجود امکان دسترسی آنلاین کارکنان به حساب‌های مشتریان، خدمات مختلف بانکی هم چون انواع حساب‌های بانکی، قروض، سرویس‌های بیمه‌ای و نقل و انتقال وجوه مستلزم مراجعه مشتری به شعبات بانک‌هاست؛ و یکپارچگی و پیوستگی بین نرم‌افزارهای تولیدشده وجود ندارد (کارینگتون و دیگران، ۱۹۹۷).



دوره سوم. متصل کردن مشتریان به

حساب‌های‌شان^۱: در این دوره که از اواسط دهه ۸۰ آغاز شد، امکان دسترسی مشتریان به حساب‌های‌شان فراهم گردید؛ یعنی مشتری از طریق تلفون یا مراجعه به دستگاه ATM و استفاده از کارت هوشمند یا کارت مقناطیسی یا

کمپیوتر شخصی به حسابش دسترسی پیدا می‌کند؛ و ضمن انجام عملیات دریافت و

¹ Customer Connection to Accounts

پرداخت، نقل و انتقال وجوه را به صورت الکترونیکی انجام می دهد. سالون معاملات بانکها به مرور، خالی از صفهای طولانی مراجعین می شود و آن دسته از کارکنانی که در پیشروی میز به امور دریافت و پرداخت از حسابها اشتغال دارند، به بخشهای دیگر نظیر بازاریابی و خدمات مشتریان منتقل می شوند.

خطوط هوایی مثل ماهواره، ماکروویو، مودمهای بدون سیم، حجم زیادی از کار را پیش می برد؛ ولی نه همه آن را. به طور کلی می توان گفت در این دوره نیروی انسانی در شعبات بانکها هنوز الزامی است؛ و مشتریان احساس می کنند خدمات بهتری را دریافت می کنند؛ زیرا خود شاهد کار هستند. پول کاغذی هنوز در جریان است و واریز و دریافت پول هنوز یکی از فشارهای کاری است.

مهم ترین ویژگی های دوره سوم که آن را از دوره های قبل و بعد از آن متمایز می سازد عبارت اند از: توسعه جزیره های سیستم های مکانیزه پیشروی میز و پشت میز و همچنین توسعه سیستم های ارتباطی مشتریان با حسابهای شان مانند ATM و تلفون بانک و سیستم فاکس بانک^۱.

در دوره سوم هنوز نیروی انسانی وظیفه ایجاد هماهنگی بین سیستم های جزیره ای و نیازهای مختلف مشتریان را به عهده دارد. کارت های اعتباری و هوشمند به معنای واقعی و به صورت کامل الکترونیکی نشده است؛ و به عبارت دیگر، بخشی از فرایند الکترونیک وارد عملیات بانکی و سیستم های مکانیزه نشده است (کارینگتون و دیگران، ۱۹۹۷).



دوره چهارم. یکپارچه سازی سیستم ها^۲ و مرتبط کردن مشتری با تمامی عملیات بانکی: آخرین دوره، زمانی آغاز می شود که همه نتایج به دست آمده از دوره های قبل به طور کامل به سیستم عملیات الکترونیکی

^۱ Banks offering fax services

^۲ System Integration

انتقال یابند تا هم بانک و هم مشتریان بتوانند به صورت دقیق و منظم اطلاعات موردنیازشان را کسب نمایند.

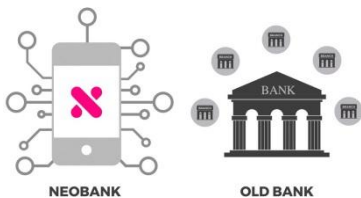
لازمه ورود به این مرحله داشتن امکانات و تکیه‌گاه مخابراتی و ارتباطی پیشرفته و مطمئن است. این دوره با جمع‌بندی بخش‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در دوره‌های پیشین، به صورت واقعی ارتباط بین بانک و مشتریان را به تصویر می‌کشد. در دوره‌های قبلی اغلب بانک‌ها بدون ساماندهی و نظم مشخص تنها به خلق جزایر مکانیزه می‌پرداختند.

مهم‌ترین نقطه تمایز این دوره با دوره سوم در این است که بانک‌ها قصد دارند در این دوره نیروی انسانی شاغل در بخش‌های هماهنگ‌کننده سیستم‌های جزیره‌ای را آزاد نمایند؛ و مشتری قدرت دخالت در انجام کارش را بدون رویارویی با انسان و بدون عمل فیزیکی مانند تیلیفون زدن یا حرکت کردن به سوی ATM داشته باشد.

در این دوره سیستم یکپارچه این امکان را به مشتری می‌دهد که از کمپیوتر منزل یا محل کار خود خدمات متعارف خود را از سیستم الکترونیکی بانک دریافت نماید. در این دوره صرفه‌جویی واقعی در نیروی انسانی به وجود می‌آید؛ و پول کاملاً حالت الکترونیکی پیدا می‌کند؛ و ابزار تعامل دو طرف یعنی مشتری و بانک، خدمات الکترونیکی است. این در حالی است که در دوره سوم، مشتری برای دسترسی به خدمات بانکی از اقدامات فیزیکی کاملاً بی‌نیاز نبود. در دوره چهارم مشتری حتی برای دریافت قرض یا خدمات بیمه‌ای و یا دیگر سرویس‌های بانک بی‌نیاز از مراجعه به بانک می‌باشد (کارینگتون و دیگران، ۱۹۹۷).

مبحث دوم: مقایسه بانکداری الکترونیکی با بانکداری سنتی

آنچه در مقایسه بانکداری الکترونیکی با بانکداری سنتی قابل توجه است ویژگی فعال و آینده‌نگر بانکداری الکترونیکی است. بانکداری سنتی با دیدی محافظه‌کارانه سعی می‌نماید به شیوه‌های مختلف هزینه‌های



۱۰۲ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

بانکی را کاهش دهد در صورتی که بانکداری الکترونیکی ضمن ارائه خدمات جامع بانکی به دنبال توسعه و تحول باهدف جلب رضایت مشتری بوده و برای افزایش درآمد از طریق ارائه خدماتی که در قبال آن‌ها کارمزد دریافت می‌دارد؛ سیاست‌گذاری می‌کند. بنابراین در بانکداری الکترونیکی هرچند که کاهش هزینه‌های بانکی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ اما اصلی‌ترین هدف، رشد درآمد بانک از طریق ارائه خدمات متنوع است. در جدول زیر مقایسه تطبیقی بین ویژگی‌های بانکداری الکترونیکی و سنتی ارائه شده است. جدول زیر مقایسه ویژگی‌های بانکداری الکترونیکی و بانکداری سنتی را نشان می‌دهد.

بانکداری الکترونیکی	بانکداری سنتی
۱. بازار نامحدود از لحاظ مکانی؛	۱. بازار محدود؛
۲. رقابت نام‌های تجاری؛	۲. رقابت بین بانک‌ها؛
۳. ارائه خدمات گسترده؛	۳. ارائه خدمات محدود؛
۴. ارائه خدمات متنوع بر اساس سفارش مشتری و نوآوری؛	۴. ارائه خدمات به یک‌شکل خاص؛
۵. بانک‌های چندمنظوره مجهز به امکانات الکترونیکی؛	۵. متکی بر شعبات بانکی؛
۶. تمرکز بر هزینه و رشد درآمد؛	۶. تمرکز بر هزینه؛
۷. کسب درآمد از طریق کارمزد؛	۷. کسب درآمد از طریق حاشیه سود؛
۸. از نظر زمانی نامحدود و ۲۴ ساعته؛	۸. در قید ساعات اداری؛
۹. وجود رابطه نزدیک و تنگاتنگ بین بانکی؛	۹. نبود رابطه نزدیک و مرتبط بین بانکی؛
۱۰. به دلیل استفاده از کامپیوتر، حجم کاغذ و نیروی انسانی به شدت کاهش می‌یابد.	۱۰. به دلیل وجود ساختار مبتنی بر کاغذ، به تعداد زیادی نیروی انسانی نیاز دارد.
۱۱. انجام امور بانکی از طریق اینترنت یا تکنالوژی‌های دیجیتال بدون نیاز به حضور فیزیکی در شعبات بانک.	۱۱. انجام امور مالی و بانکی به صورت حضوری، از طریق شعبات بانک‌ها و ملاقات مستقیم با کارمندان.
۱۲. هزینه‌ها معمولاً کمتر و برخی خدمات رایگان هستند.	۱۲. معمولاً هزینه‌های بالاتری برای مشتریان به همراه دارد (هزینه سفر، زمان، اجرت اضافی).
۱۳. تراکنش‌ها سریع‌تر و در لحظه انجام می‌شود.	۱۳. زمان بیشتری برای انجام تراکنش‌ها و خدمات مختلف نیاز است.
۱۴. امنیت به تکنالوژی‌های رمزنگاری و سیستم‌های آنلاین وابسته است و ممکن است در معرض	۱۴. امنیت فیزیکی بیشتر از نظر سرقت یا

تقلب وجود دارد. ۱۵. نیاز به مراجعه به شعبات و تعامل با کارمندان است. ۱۶. محدود به شعبات بانکها و مکانهای فیزیکی است. ۱۷. برخی خدمات محدودتر هستند و نیاز به مراجعه حضوری برای بسیاری از خدمات است. ۱۸. مدیریت حسابها معمولاً به صورت دستی و با مراجعه به شعبه انجام می شود.	تهدیدات سایبری باشد. ۱۵. راحتی در استفاده از گوشی های هوشمند، کمپیوترها و دستگاه های دیگر بدون نیاز به رفتن به بانک. ۱۶. محدودیتی در مکان ندارد و در هر جایی که اینترنت وجود داشته باشد قابل استفاده است. ۱۷. طیف گسترده ای از خدمات آنلاین مانند پرداخت، انتقال وجه، خرید و فروش سهام و موارد دیگر ارائه می شود. ۱۸. مدیریت حسابها به صورت آنلاین و از راه دور، با استفاده از اپلیکیشن ها و وبسایت های بانکی انجام می شود.
--	--

مبحث سوم: الزامات گسترش بانکداری الکترونیکی

افزایش کارایی مبادلات: یکی از مهم ترین پیامدهای مثبت گسترش استفاده از پول



الکترونیکی، افزایش کارایی مبادلات است. پول الکترونیکی به چندین طریق به کارآمد شدن مبادلات کمک خواهد نمود. اول. آن که هزینه نقل و انتقال پول الکترونیکی از طریق اینترنت، نسبت به سیستم بانکداری سنتی ارزان تر است.

برای انتقال پول به روش سنتی، شعبات بانک، کارمندان، دستگاه های ATM سیستم های مبادله الکترونیکی مخصوص بسیاری را نگهداری می نمایند که هزینه های سربار همه این تشریفات اداری، بخشی از اجرت نقل و انتقال پول و پرداخت های کارت اعتباری را تشکیل می دهد. در حالی که هزینه نقل و انتقال پول الکترونیکی به دلیل استفاده از شبکه اینترنت موجود؛ و کمپیوترهای شخصی استفاده کنندگان، بسیار پایین تر بوده و شاید نزدیک به صفر است.

دوم. این که اینترنت هیچ مرز سیاسی نمی‌شناسد، پول الکترونیکی نیز بدون مرز است؛ بنابراین هزینه‌های انتقال پول الکترونیکی در داخل یک کشور با هزینه انتقال آن بین کشورهای مختلف برابر است.

سوم. این که هر شخصی که به اینترنت و یا یک بانک اینترنتی دسترسی دارد، به‌طور بالقوه می‌تواند از وجوه پول الکترونیکی استفاده نماید. به‌علاوه، درحالی‌که پرداخت‌های کارت اعتباری به فروشگاه‌های مجاز محدود است، پول الکترونیکی پرداخت‌های شخص به شخص را نیز امکان‌پذیر می‌سازد (مرکز مطالعات-ایران، ۱۳۷۶).

صرفه‌های مقیاس کوچک‌تر: استفاده از اینترنت و دیگر تکنالوژی‌های پیشرفته، مقیاس اقتصادی عرضه خدمات مالی را کوچک‌تر می‌کنند. باوجوداین، عرضه خدمات مالی عمده، هنوز دلالت بر بازدهی فزاینده به مقیاس در بازارهای اعتباری به‌اندازه متوسط دارد. این مسئله خود دلیل ضرورت وجود بانک‌های اطلاعاتی وسیع اعتباری برای تعیین رتبه اعتباری مشتریان متوسط است. این خدمات شامل: پرداخت، خدمات حق‌العمل‌کاری، قرض رهنی و حتی خدمات مالی-تجاری می‌باشد. اغلب این خدمات با استفاده از یک حجم محدود سرمایه اولیه و بدون نیاز به تکنالوژی خاصی قابل عرضه خواهد بود (اللهیاری فرد، بید آباد، ۱۳۸۵).

افزایش رقابت میان عرضه‌کنندگان خدمات مالی، ضرورتاً منجر به کاهش هزینه‌های مبادلات، خصوصاً برای مصرف‌کنندگان این خدمات خواهد شد. هم‌چنین با حذف تسهیلات فیزیکی به‌عنوان موانع ورود به این بازارها، مؤسسات موجود نیز برای بقای خود مجبور به ادغام یا تغییر ساختار خود خواهند بود.

تقلیل هزینه‌های اولیه و تغییر موانع ورود به بازار: ارائه خدمات مالی شبکه‌ای را می‌توان با متشکل نمودن اینترنت به‌عنوان یک وسیله استاندارد ارتباطی و یک برنامه عملیاتی و یک صفحه‌نمایش استاندارد، یک پردازشگر، در دسترس قرارداد. نتیجه این عملیات، مبادله آسان‌تر محصولات و افزایش قلمرو اقتصادی خواهد بود. درگذشته هزینه‌های بالا، مهم‌ترین موانع ورود به صنعت خدمات مالی محسوب می‌گردید. مثال‌هایی از این وضعیت، وجود شبکه شعبات، آگاهی از وضعیت قرض گیرندگان

محلی، دسترسی به سیستم‌های پرداخت، داشتن مارک‌های تجاری که تضمین هزینه‌های بالاسری تبلیغات برای مؤسسات بوده است. استفاده از شیوه‌های مدرن خدمات‌دهی در بازارهای مالی، از این نوع هزینه‌ها می‌کاهد، چراکه الگوهای ارائه خدمات الکترونیک، نیازی به اتکا بر شبکه شعبات ندارد.

هم‌زمان با رفع موانع کلی، موانع جدیدی برای ورود به بازار به‌واسطه افرادی که ابتدا وارد بازار شده‌اند، به وجود می‌آید. زمانی که عرضه‌کننده خدمات، خود را در بازار تثبیت می‌کند، سایر تازه‌واردان برای جذب مشتریان جدید باید هزینه‌های تبلیغاتی بیشتری را متحمل شوند. در این راستا ارائه خدماتی نظیر، پذیره‌نویسی و خدمات مشاوره که کمتر قابلیت تبدیل به کالا شدن را دارند و نیازمند سرمایه اولیه، حجم معین بازار و نام تجاری مشهور می‌باشند، از کارایی کمتری برخوردار خواهند بود؛ و به میزان کمتری از صرفه‌های خارجی شبکه بهره‌مند می‌گردند؛ و شدیداً در معرض رقابت بین‌المللی قرار می‌گیرند. افق مورد انتظار چنین بازارهایی بستگی به‌اندازه آن‌ها دارد (اللهیاری فرد، بید آباد، ۱۳۸۵).

مبحث چهارم: تجارب کشورها در زمینه بانکداری الکترونیکی

خواننده عزیز، لازم دیدم که نگاهی به تجربه کشورهای مختلف داشته باشم که از این سیستم بهره‌برداری کرده‌اند. بررسی این تجارب و تحقیق که در این زمینه صورت گرفته به من کمک کرد تا با چالش‌ها، موفقیت‌ها و نحوه پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه آشنا شوم.

کشورهای مختلف با توجه به زیرساخت‌های تکنالوژی، وضعیت اقتصادی و نیازهای خاص خود، مدل‌های متفاوتی از بانکداری الکترونیکی را اجرا کرده‌اند. مطالعه این تجربیات به من این امکان را داد که از بهترین شیوه‌ها و راهکارها برای پیاده‌سازی سیستم‌های مشابه در کشور خود استفاده کنم و به تحلیل دقیق‌تری از مزایا و معایب این سیستم‌ها دست‌یابم؛ و در نتیجه برای تحقیق من خیلی مفید و کارساز بود.

امروزه اکثر کشورهای جهان به استفاده از بانکداری الکترونیکی ترغیب گردیده‌اند. از نیمه اول دهه ۱۹۹۰ استفاده از مبادله الکترونیکی داده‌ها، سالانه ۲۳ درصد رشد داشته و

طبق آمارها تا سال ۲۰۰۰ این رشد به ۳۶ درصد رسیده بود. استفاده از ابزارهای پرداخت الکترونیکی در جهان بسیار رونق یافته و رشد استفاده از دستگاه‌های خودپرداز، تلفون و بانکداری انترنتی به ترتیب، ۲۵، ۲۶۰ و ۳۵۰ درصد است. در کنار آن استفاده از شعبات بانک برای انجام مبادلات بانکی در بانک‌های امریکایی و غیر امریکایی رو به کاهش است که مبین روند نزولی استفاده از بانکداری سنتی است.

طبق آمارهای که پیدا کردم هزینه تهیه اسناد کاغذی برای معاملاتی به ارزش ۲ تریلیون دالر به حدود ۱۴۰ میلیارد دالر بالغ می‌گردد که این خود نزدیک به ۷ درصد ارزش کالاهای مبادله شده است در صورتی که می‌توان این‌گونه هزینه‌ها را با کاربرد تکنالوژی مبادله الکترونیکی داده‌ها و منابع کاهش داد. کاربرد تکنالوژی اطلاعات یکی از راه‌های بسیار مهم بوده که شرکت‌های خدمات مالی برای کنترل هزینه‌های‌شان روی آن تحقیقات و سرمایه‌گذاری نموده‌اند. شایان‌ذکر است که صادرات جهانی محصولات تکنالوژی اطلاعاتی سالانه به رقمی بیش از ۵۰۰ میلیارد دالر بالغ گشته که بیش از صادرات جهانی محصولات زراعتی است.

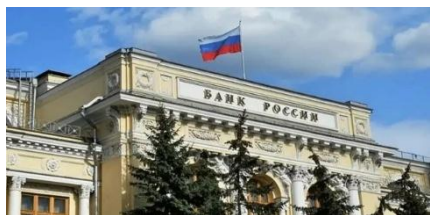
به‌طور مثال سهم تکنالوژی اطلاعات در رشد اقتصادی امریکا از سال ۱۹۹۶ تا ۱۹۹۹ بیش از ۲۰ درصد بوده است. با به‌کارگیری تکنالوژی اطلاعات، رشد سیستم‌های گران‌قیمت کاغذی برای نقل و انتقال پول به وسیله سیستم‌های کمپیوتری پرداخت پول (همانند سیستم تصفیه بانکی اتوماتیک) و توسعه سیستم‌های POS کاهش داده شده است. شرکت‌های جدید، امروزه خدمات شخصی بانکی را بدون نیاز به داشتن شبکه‌ای از شعبات بانکی ارائه می‌کنند. برای نمونه، توسعه خدمات بانکداری خانگی در اوایل دهه ۱۹۸۰ برای اولین بار به‌منظور ارائه خدمات مالی توسط بانک اسکاتلندی^۱ BACS بکار گرفته شد. نوآوری‌های تازه در زمینه کارت‌های اعتباری و سیستم‌های P.O.S این امکان را ایجاد می‌کند که مشتریان بانک از حساب جاری‌شان بدون هیچ‌گونه نیازی به حمل دسته‌چک، پرداخت‌های خود را بابت کالاها و خدمات انجام دهند.

^۱ Bankers' Automated Clearing Services یک سیستم پرداخت خودکار است که در بریتانیا برای پردازش تراکنش‌های مالی مانند انتقال وجه، پرداخت‌های حقوق و دستمزد و پرداخت‌های منظم استفاده می‌شود. امین

یکی از جدیدترین این ابداعات «ماندکس»^۱، کارت پلاستیکی با یک میکروچیپ است که پول الکترونیکی را در خود ذخیره نموده و این قابلیت را دارد که از طریق تلفون هم به بانک متصل شود. اگر این پول الکترونیکی جدید با موفقیت همراه شود می‌تواند یک قدم به سوی جامعه بدون پول باشد. اگر تا دیروز ساعات کار بانک، تعداد و محل استقرار شعبات بانک، عوامل اصلی جذب نقدینگی و افزایش درآمد برای بانک محسوب می‌شد، امروزه با ارائه خدمات الکترونیکی این عوامل کم‌کم به دست فراموشی سپرده شده‌اند.

با اجرای بانکداری الکترونیکی خدمات ارائه شده از سوی بانک‌ها افزایش می‌یابد. بر اساس برآوردهای «آنکتاد»^۲ مبادلات تجاری از طریق بانکداری الکترونیکی موجب می‌شود تا ۱۰ درصد رقم مورد مبادله صرفه‌جویی شود. همچنین بررسی دیگر سازمان ملل نشان می‌دهد استفاده از روش‌های سنتی در تجارت بین‌الملل، حدود ۱۰۰ میلیارد دلار در سال هزینه در بردارد که با استفاده از تجارت الکترونیکی سالانه حدود یک چهارم آن یعنی ۲۵ میلیارد دلار قابل صرفه‌جویی است.

اکنون نگاهی به تجربه سه کشور در زمینه بانکداری الکترونیکی می‌اندازیم:
اول. روسیه؛ بر اساس برآوردهای انجام شده حدود ۵۰ تا ۶۰ بانک در زمینه بانکداری



الکترونیکی در این کشور فعالیت دارند. هرچند تعداد بانک‌هایی که به‌طور کامل خدمات بانکداری الکترونیکی را ارائه می‌دهند کمتر از ۱۰ بانک است. اینجا

به‌صورت مفصل در مورد بانکداری الکترونیکی در روسیه معلومات می‌دهیم:

^۱ کارت ماندکس (Mandex) یک نوع کارت بانکی است که بیشتر در کشورهای خاص و در برخی از سیستم‌های بانکی استفاده می‌شود. این کارت به‌طور خاص به منظور پرداخت‌های الکترونیکی، تسهیل تراکنش‌های مالی و مدیریت حساب‌های بانکی طراحی شده است. امین

^۲ آنکتاد (UNCTAD) مخفف عبارت کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد United Nations Conference on Trade and Development است. این سازمان زیرمجموعه‌ای از سازمان ملل متحد است که در سال ۱۹۶۴ تأسیس شد و هدف اصلی آن کمک به توسعه اقتصادی کشورهای درحال توسعه از طریق تحلیل و مشاوره در زمینه‌های تجارت بین‌المللی، سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی است. امین

ا. سیستم‌های بانکداری الکترونیک و مبادلات در روسیه:

- سیستم‌های پرداخت بین‌بانکی: با این سیستم مبالغ کلان مشتریان بین بانک‌ها مبادله می‌گردد.
- سیستم‌های پرداخت بانک - مشتری: در این سیستم مشتری به بانک مراجعه کرده و درخواست وصول مبلغی که به عهده شخصی که در بانکی دیگر حساب دارد، می‌نماید و بانک نیز طی ۲۴ ساعت آن مبلغ را از طریق اینترنت یا تلفون وصول کرده و به حساب شخص واریز می‌نماید.
- سیستم‌های پرداخت بین‌المللی سوئیفت: در این سیستم از طریق الکترونیکی مبالغ از یک بانک داخلی در روسیه به بانکی در خارج از کشور حواله شده و برای افراد و شرکت‌ها ضروری نیست که دارای حساب در بانک مقصد باشند.
- سپرده‌های مستقیم: در این سیستم مبالغ به‌طور مستقیم و به‌صورت الکترونیکی از حساب تعاونی‌ها و یا دولت برداشت و به حساب اشخاص به‌صورت دستمزد و حقوق بازنشستگی واریز می‌گردد.
- سیستم‌های بانکداری آنلاین^۱: این سیستم به دو صورت است:
 - یک. سیستم‌های مبتنی بر نرم‌افزار (سیستم بانک و مشتری):
 - دو. سیستم‌های مبتنی بر شبکه بدون حضور فیزیکی مشتری در بانک مبادلات اینترنتی: در این روش با استفاده از پول الکترونیکی و نگهداری آن در کارت‌های هوشمند و یا در حساب می‌توان به‌آسانی تبادلات کالا و خدمات را به‌صورت آنلاین انجام داد.

ب. نقاط قوت بانکداری الکترونیکی در روسیه:

- از طریق یک ساختار باز شبکه منطقه‌ای فعالیت می‌کند؛
- برقراری ارتباط با شعبات به‌وسیله شبکه‌های به‌هم‌پیوسته و سیستم‌های مبتنی بر شبکه است؛

¹ On-Line

- تمرکز فعالیت در سطح شعبات می‌باشد و توسعه سیستم‌های پرداخت الکترونیکی برای تبادلات بین شرکت‌ها و همچنین بین شرکت‌ها و مشتریان خواهد بود؛

- تمرکز بر روی خدمات ارزش افزوده و مشتری مداری خواهد بود.

ج. نقاط ضعف بانکداری الکترونیکی در روسیه:

- محافظه‌کاری در به‌کارگیری بانکداری الکترونیکی؛
- عدم آشنایی کافی مشتریان با بانکداری الکترونیکی؛
- ارائه خدمات مدیریتی محدود در ارتباط با حساب‌ها؛
- اطمینان کم مشتریان به سیستم بانکداری الکترونیکی به‌ویژه پس از به وقوع پیوستن بحران‌های مالی.

د. ضعف مقررات مربوط به رقابت خارجی:

- غیرقابل پیش‌بینی بودن حوادث مربوط به بازار ارز؛
- عدم ترویج و ارتقاء سطح به‌کارگیری اینترنت از سوی دولت روسیه.

ه. چشم‌انداز بانکداری الکترونیکی در روسیه: یکی از عوامل گسترش بانکداری

الکترونیکی، میزان دسترسی و استفاده از اینترنت است. در واقع میزان استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی، به توسعه و گسترش اینترنت در جامعه بستگی دارد. در سال ۲۰۰۳، ۴ درصد از مردم به اینترنت دسترسی داشته‌اند در حالی که متوسط جهانی استفاده از اینترنت ۱۰ درصد است. از عوامل دیگر محدودکننده می‌توان به سطح پایین درآمد سرانه و بالا بودن هزینه‌های دسترسی به اینترنت اشاره کرد. از طرفی انحصاری بودن صنایع مخابراتی و عدم توان رقابتی و توقف جریان خصوصی‌سازی پس از بحران سال ۱۹۹۹، از عوامل محدودکننده دیگر است. کمبود قوانین مرتبط با تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات، فقدان اطمینان بنگاه‌های اقتصادی به فعالیت‌ها و خدمات بانکداری الکترونیکی، امنیت پایین سرورها و همچنین سطح پایین خدمات موبایل و ترافیک خروجی ارتباطات بین‌المللی ناشی از عدم بسترسازی مناسب از موانع دیگر محسوب می‌گردد.

یادداشت: برخلاف تمامی موانع، بسترهای مناسبی چون سطح بالای نرخ باسوادی در بین افراد بالای ۱۵ سال و تعداد بالای دانشمندان و مهندسان شاغل در زمینه تحقیق و توسعه و پایین بودن هزینه مکالمات داخلی، محرک گسترش بانکداری الکترونیکی در روسیه می‌باشند.

دوم. هند؛ در هند و در اوایل دهه ۱۹۸۰ گام‌هایی در زمینه استفاده از کامپیوتر به‌منظور



مکانیزه کردن بانک‌ها برداشته شد به‌طوری‌که از طریق رشد شعبات بانک و دسترسی آسان به کامپیوتر خانگی امکان ارائه خدمات به مشتریان فراهم گردید. در سال ۱۹۸۸ در مورد طرح جامع

کامپیوتری کردن بانک‌ها و توسعه اتوماسیون در سایر بخش‌های بانکی مانند انتقال الکترونیکی منابع، سوئیفت و ماشین تحویل‌داری خودکار و سایر موارد آن تصمیم‌گیری شد. از آنجاکه تسهیل قوانین، به‌عنوان مهم‌ترین مکانیسم ایجاد رقابت در سیستم بانکداری کشورهای پیشرفته محسوب می‌شود از این‌رو در اواخر دهه ۱۹۸۰ جهت استفاده از تکنالوژی در بخش بانکداری. اصلاحاتی در مقررات بانکداری هند ایجاد شد. توسعه تکنالوژی اطلاعات 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 حمایت قرار گرفتند؛ و با افزایش متخصصان تکنالوژی اطلاعات حضور سرمایه‌گذاران خارجی در زمینه بانکداری به‌طور عملی افزایش یافت. پایین بودن نرخ سواد، جمعیت شهری، درآمد ناخالص ملی، محدودیت خطوط تلفون و وسایل ارتباط جمعی از موانع گسترش بانکداری الکترونیکی در هند محسوب می‌شود؛ درحالی‌که به نظر می‌رسد سطح فقر و جمعیت زیاد بیش از سایر عوامل مؤثر باشد. افزایش تکنالوژی در زمینه نرم‌افزارهای مبتنی بر Web و به‌کارگیری ماشین‌های خودپرداز (ATM) همچنین فقدان زیرساخت‌های مناسب و قوی به‌ویژه خطوط مخابرات و عدم گسترش کامپیوتر

شخصی در خانه از جمله موانع و محدودیت‌های مهم در توسعه بانکداری الکترونیکی هند بشمار می‌روند.

در سپتامبر ۲۰۰۰ مؤسسه تحقیق و توسعه تکنالوژی بانکداری طرح انتقال الکترونیکی منابع و همچنین سیستم تسویه ناخالص آنلاین را در سراسر هند پیاده کرد؛ و همچنین شبکه ارتباطی ¹VSAT جهت شبکه‌های هند در سیستم پرداخت ملی از طریق تکنالوژی ماهواره‌ای مورد استفاده قرار گرفت. هرچند بانک‌ها دولتی در هند ۶۵ درصد از کل بانک‌ها را تشکیل می‌دهد؛ ولی به دلیل عملکرد ضعیف اتحادیه‌ها و عدم استفاده از تکنالوژی‌های جدید مانند انترنت در رتبه‌های پایین‌تری نسبت به بانک‌های خصوصی و خارجی قرار داشتند. نکته حائز اهمیت این است که به‌رحال تکنالوژی مورد استفاده در بانک‌های خصوصی و خارجی در ارتقاء سطح بانکداری الکترونیکی در بانک‌های دولتی تأثیرگذار بوده‌اند. مزایایی چون بالا بودن رشد تولید ناخالص داخلی، مخارج تحقیق و توسعه، اولویت نسبتاً بالای دولت برای اجرای برنامه‌های تکنالوژی اطلاعات، قابلیت بالای ارائه خدمات تکنالوژی اطلاعات در داخل، نیروی کار فراوان و ارزان و نیز بازار



مصرف گسترده، زمینه‌های مساعدی برای سرمایه‌گذاری و گسترش بانکداری الکترونیکی در این کشور محسوب می‌گردد.

سوم. استرالیا؛ استرالیا، یکی از نمونه‌های موفق در زمینه بانکداری الکترونیکی است. در سال ۱۹۹۸ استرالیا یکی از سریع‌ترین رشدهای اقتصادی را در جهان داشت. یک دلیل عمده آن استفاده از

نوآوری در توسعه تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات و به‌کارگیری انترنت بوده است. دولت استرالیا علاقه‌مند به تبدیل کشور به مرکز پیشرفته اقتصاد دیجیتالی دنیا است؛

¹ شبکه VSAT؛ Very Small Aperture Terminal در هند، به‌طور کلی به سیستم‌های ارتباطی ماهواره‌ای اشاره دارد که برای ارسال و دریافت داده‌ها از طریق ماهواره‌ها به کار می‌روند. این شبکه‌ها معمولاً از آنتن‌های کوچک با قطر کم (معمولاً کمتر از ۳ متر) استفاده می‌کنند و در کاربردهایی مانند انترنت، تلفون و انتقال داده‌ها به‌ویژه در مناطقی که زیرساخت‌های زمینی ضعیف هستند، کاربرد دارند. امین

و با تشویق شرکت‌ها به تحقیق و تخفیف‌های مالیاتی در این زمینه و نیز آموزش عمومی حرفه‌ای در سطح وسیع به صورت پیوسته از طریق سایت و ده‌ها برنامه آموزشی دیگر شرایط را هموار نموده است. بانک‌های بزرگ استرالیا بر اساس تقاضای مشتریان، خدمات بانکی تعاملی را ارائه می‌دهند؛ و بر روی عملیات انجام گرفته از سوی مشتریان از طریق اینترنت نظارت دارند؛ و همچنین سایر خدماتی که ایجاد ارزش افزوده می‌نمایند؛ مانند مدیریت بیمه، انجام عملیات بانکی آنلاین و تبادلات ارز خارجی را نیز به صورت الکترونیکی ارائه می‌دهند.

بر اساس پیش‌بینی مؤسسه دیتا مانیتور انتظار می‌رود تعداد استفاده‌کنندگان خدمات بانکی از طریق تلفون همراه در استرالیا در سال ۲۰۰۴ به بیش از ۱۴ میلیون نفر برسد. رقابت بانک‌ها یا یکدیگر موجب شده است که روش‌های متفاوتی در ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی جهت پوشش نیازهای مشتریان فراهم شود. با توجه به عملکرد بانک‌های تجاری در زمینه بانکداری الکترونیکی در بین کشورهای مختلف، استرالیا از بدو شروع فعالیت‌های بانکداری الکترونیکی، عملکرد بسیار خوبی در این زمینه داشته است؛ به طوری که چهار بانک بزرگ استرالیا سیستم تسویه الکترونیکی خودکار و همچنین سیستمی به نام مبادلات و انتقال جهت حواله‌های فوری بین‌بانکی ایجاد نموده‌اند.

برچیده شدن سیستم تبادل دیسک‌های مقناطیسی مرکزی در سال ۱۹۸۰ را نیز می‌توان از دیگر اقدامات بانک‌های تجاری یادکرد. این سیستم در ابتدا به منظور انتقال حواله‌ها خارجی مورد استفاده قرار گرفت که با افزایش مهاجرین و سطح قابل توجه سرمایه‌گذاری‌های خارجی و ضرورت تغییرات و مقررات زدایی در بخش مالی راه‌اندازی شده بود. بانک‌های بزرگ استرالیا از همان ابتدای تشکیل جامعه ارتباطات مالی بین‌بانکی جهانی (سوئیفت) جهت پرداخت‌های بین‌بانکی بین‌المللی و تسویه پایان روزه شبکه متصل شدند.

مشتریان با اتحادیه‌های اعتباری و همچنین مؤسسات مالی غیر بانکی ارتباط بهتری داشته‌اند. که این ارتباط ممکن است به دلیل ارتباطات خوب این مؤسسات کوچک با

یکدیگر و همچنین مشتری مدار بودن آنها باشد. در استرالیا درآمد سرانه، رشد اقتصادی، تعداد دانشمندان تحقیق و توسعه، بودجه تحقیق و توسعه که از بسترهای عمومی بانکداری الکترونیکی محسوب می‌شوند؛ از نظر جهانی در موقعیت بالایی قرار دارد. زیرساخت‌های تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات و میزان دسترسی به آن نیز نشان از بستر مناسب گسترش بانکداری الکترونیکی در این کشور دارد.

فصل پنجم

تجارت الکترونیکی

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

مبحث اول: تعریف تجارت الکترونیکی؛

مبحث دوم: وسعت و مزایای تجارت الکترونیکی؛

مبحث سوم: مبادله الکترونیکی داده‌ها و مدل فرآیند تجاری

در تجارت الکترونیکی.

مبحث اول: تعریف تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک^۱ سابقه‌ای نزدیک به نیم قرن دارد؛ اما آشنایی مردم با این مفهوم و همگانی شدن آن، در دهه اخیر بوده است. از میان شیوه‌های گوناگون تجارت

الکترونیک، دو شیوه بیشتر معروف است:

۱. تجارت شرکت^۲ اقتصادی با یک شرکت دیگر؛

۲. تجارت شرکت اقتصادی با مصرف‌کننده؛
در شیوه تجارت شرکت با شرکت، شرکت‌ها به تجارت با تهیه‌کنندگان و سایر شرکا



می‌پردازند؛ درحالی‌که در شیوه شرکت با مشتری، شرکت‌ها کالا یا خدمات خود را به مصرف‌کنندگان می‌فروشند. باوجود اینکه عموم مردم شیوه شرکت با مشتری را بهتر می‌شناسند؛ ولی ازلحاظ سودآوری، شیوه شرکت با شرکت شیوه غالب تجارت الکترونیک است. تجارت الکترونیک یکی از مرسوم‌ترین اصطلاحات عصر دیجیتال است که در گذشته به اشتباه به عنوان بزرگرایی به‌سوی ثروت تلقی می‌شد؛ ولی در حقیقت، تنها نحوه کسب‌وکار افراد را دگرگون ساخته است. این پدیده با مفاهیم

¹ Electronic Commerce

^۲ در زبان فارسی دری افغانستان، بنگاه به معنی شرکت، مؤسسه یا سازمان است. این واژه معمولاً به یک‌نهاد تجاری یا اقتصادی اشاره دارد که به منظور انجام فعالیت‌های اقتصادی یا تجاری ایجاد می‌شود. در اینجا برای درک عام فهم از بدیل آن شرکت استفاده می‌کنم. امین

اقتصادی انترنتی و اقتصاد دیجیتالی ارتباط نزدیکی دارد. هر سه این مفاهیم با دیدگاه‌های متفاوتی، به کاربرد تکنالوژی‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی^۱ در فعالیت‌های اقتصادی اشاره دارند (کشته گر، ۱۳۹۰).

اقتصاد انترنتی به معنای فعالیت‌های اقتصادی است که از طریق انترنت با استفاده از محصولات و خدمات مرتبط با آن، سودآوری ایجاد می‌کنند. از این‌رو، تجارت الکترونیک پیش از رایج شدن انترنت را، نمی‌توان اقتصاد انترنتی نامید. از سوی دیگر، برخی فعالیت‌ها چون ایجاد اتصالات انترنتی برای مقاصد تجاری، بخشی از اقتصاد انترنتی است که لزوماً تجارت الکترونیک به شمار نمی‌آید. اقتصاد دیجیتالی بر پایه تکنالوژی‌های دیجیتال از قبیل کمپیوتر، نرم‌افزار و شبکه‌های دیجیتال است؛ و در اکثر موارد، اقتصاد دیجیتالی همان تجارت الکترونیک است؛ ولی تمامی فعالیت‌های اقتصاد دیجیتالی، تجارت الکترونیک محسوب نمی‌شود. برای نمونه، خرید تجهیزات دیجیتال از یک مغازه پرچون فروشی، یک فعالیت تجاری الکترونیکی نیست؛ در حالی که بخشی از اقتصاد دیجیتالی به حساب می‌آید؛ بنابراین با وجود اینکه تجارت الکترونیک، اقتصاد دیجیتالی و اقتصاد انترنتی رابطه نزدیکی باهم دارند، هر کدام دارای مفاهیم جداگانه‌ای هستند.

تجارت الکترونیک به عنوان یکی از پدیده‌های برجسته عصر حاضر، از دیدگاه‌های مختلفی تعریف و تفسیر شده است؛ در یکجا به هدایت ارتباطات کاری و معاملات روی شبکه‌ها از طریق کمپیوتر اطلاق شده و درجایی دیگر؛ خرید و فروش کالاها و خدمات و انتقال سرمایه‌ها از طریق ارتباطات دیجیتال، تجارت الکترونیک نام گرفته است. در یک تعریف دیگر هم به کاربرد وسایل الکترونیکی برای تبلیغ، فروش، توزیع و پشتیبانی محصولات، تجارت الکترونیک گفته شده است. در زیر به تعریف‌های تجارت الکترونیک می‌پردازیم:

تعریف: تجارت الکترونیک فرآیندی است که به وسیله آن کلیه محصولات و خدمات اعم از محسوس یا نامحسوس از طریق شبکه‌های ارتباطی کمپیوتری، مخابراتی و یا هر

¹ Information and Communication Technologies (ICT)

دو خرید و فروش می‌شود. تجارت الکترونیک مفهوم گسترده‌ای دارد؛ و تنها محدود به مبادلات و تراکنش‌های انجام‌شده بر روی اینترنت نمی‌شود؛ بلکه کلیه تراکنش‌های مالی که از طریق شبکه‌های مخابراتی و ارتباطی کامپیوتر است را فرامی‌گیرد (گه‌ری، ۱۳۹۸).
تعریف: سازمان OECD^۱ تجارت الکترونیک را بدین صورت تعریف می‌کند: «تجارت الکترونیک مبادله الکترونیکی است که خرید یا فروش کالاها و خدمات بین شرکت‌ها، افراد، دولت‌ها و سایر بخش‌های عمومی و خصوصی را شامل می‌گردد؛ و از طریق شبکه‌های کامپیوتری هدایت می‌شود.»

تعریف: اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۷ تجارت الکترونیک را این‌گونه توصیف کرده است: «تجارت الکترونیک بر پردازش و انتقال الکترونیکی داده‌ها شامل متن، صدا و تصویر مبتنی است؛ و فعالیت‌های گوناگونی از قبیل مبادله الکترونیکی کالا و خدمات و انتقال فوری داده‌های دیجیتال را دربر می‌گیرد.»

تعریف: تجارت الکترونیک عبارت است از تکنالوژی پردازش و عملیاتی که در زمان مبادلات تجاری به صورت خودکار در شبکه‌ها و با استفاده از اطلاعات صورت می‌گیرد. «صاحب‌نظری این مفهوم را از چهار دیدگاه تعریف می‌کند:

۱. دیدگاه ارتباطات: در این دیدگاه تجارت الکترونیک یعنی انتقال اطلاعات، کالاها، خدمات یا پرداخت وجه توسط ابزار الکترونیکی.
۲. دیدگاه فرآیند کسب‌وکار: از این دیدگاه تجارت الکترونیک یعنی کاربرد تکنالوژی جهت خودکار کردن مبادلات و جریان‌های تجاری.
۳. دیدگاه خدماتی: تجارت الکترونیک ابزاری است که به صورت هم‌زمان باعث کاهش هزینه و افزایش سرعت و کیفیت انتقال خدمات می‌شود.

^۱ OECD مخفف عبارت Organization for Economic Co-operation and Development است که به فارسی به معنای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی می‌باشد. این سازمان یک‌نهاد بین‌المللی است که هدف اصلی آن ترویج سیاست‌های اقتصادی پایدار، رشد اقتصادی، بهبود استانداردهای زندگی و ارتقای همکاری‌های بین‌المللی در سطح کشورهای عضو است. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی شامل ۳۸ کشور عضو است. امین

۴. دیدگاه انترنتی: طبق این دیدگاه تجارت الکترونیک یعنی خرید و فروش اطلاعات و محصولات به هنگام.

تبصره: تمامی تعاریف حداقل در دو مورد با یکدیگر اشتراک دارند: اول؛ در همه به فرآیند خرید و فروش یا مبادله توجه می‌شود. دوم؛ استفاده از نوعی ابزار الکترونیکی مدنظر است.

تجارت الکترونیک مستلزم انتقال یک کالا، خدمت، اطلاعات و به‌طور کلی یک ارزش از فروشنده به خریدار است. از سوی دیگر این مبادله باید از طریق وسایل الکترونیکی صورت گیرد. اگرچه در مورد عمل خرید و فروش اختلاف نظری در تعاریف دیده می‌شود، در مورد ابزارهای الکترونیکی مورد استفاده توافق نظر وجود ندارد؛ چراکه برخی تعاریف این ابزار را انترنتی می‌دانند، برخی دیگر شبکه‌ها و برخی حتی کلیه ابزارهای الکترونیکی دیگر مثل فکس، تیلیفون و تلگراف را نیز جز ابزار الکترونیکی مورد نظر تجارت الکترونیک قرار می‌دهند.

بیش از سی نوع تکنالوژی و ابزار الکترونیکی را می‌توان در تجارت الکترونیک به کار گرفت. در مورد نوع ابزار الکترونیکی مورد استفاده در تجارت الکترونیک توافق نظر وجود ندارد. قسمی که در بالا دیدیم تعاریف تجارت الکترونیک متنوع و متفاوت است؛ اما چرا این واگرایی وجود دارد؟ تنوع در تعاریف تجارت الکترونیک سه علت دارد:

۱. جهت‌گرایی حرفه‌ای و زمینه حرفه‌ای فرد محقق؛

۲. کالاهای و خدماتی که هسته اصلی تعریف تجارت الکترونیک قرار می‌گیرند؛

۳. نوع تکنالوژی اطلاعات که بکار گرفته می‌شود.

با تطبیق و ترکیب دیدگاه‌های موجود می‌توان علل واگرایی در تعاریف تجارت الکترونیک را در موارد زیر خلاصه نمود:

۱. تفاوت در حوزه تخصصی محققان تجارت الکترونیک: چراکه از دید فنی و

مهندسی، برخی دیگر از دید مدیریت، برخی از دیدگاه خرد و برخی از دیدگاه کلان و غیره تجارت الکترونیک را تعریف می‌کنند؛ به عبارت دیگر، هر فردی بر اساس زمینه حرفه‌ای و تحقیق خود تجارت الکترونیک را تعریف می‌کند.

۲. تفاوت در کالاها و خدمات: در برخی تعاریف صرفاً کالاها و خدمات دیجیتالی، در برخی دیگر کالاها و خدمات دیجیتالی و فیزیکی هر دو تحت پوشش تجارت الکترونیکی قرار می‌گیرند.

۳. تفاوت در ابزار انجام تجارت الکترونیکی: همان‌گونه که بیان گردید تجارت الکترونیکی را می‌توان با بیش از سی ابزار انجام داد. در برخی تعاریف فقط مبادلات انجام‌شده از طریق اینترنت جز تجارت الکترونیکی ملحوظ می‌گردد؛ و در برخی دیگر کلیه مبادلات انجام‌شده از طریق اینترنت، EDI، فکس و غیره.

۴. فعالیت‌های تحت پوشش: حوزه فرآیندهای تجاری که تحت پوشش تجارت الکترونیکی قرار می‌گیرند در تعاریف مختلف باهم متفاوت‌اند. نکته قابل‌توجه در بحث واگرایی تعاریف تجارت الکترونیکی این است که واگرایی سبب تفاوت‌های عظیمی در داده‌ها و آمار و اطلاعات مربوط به تجارت الکترونیکی شده و نوع سردرگمی و ابهام را ایجاد می‌کنند (حسینی، ۱۳۹۳).

مبحث دوم: وسعت و مزایای تجارت الکترونیک

الف. وسعت تجارت الکترونیک: تجارت الکترونیک که تا چندی قبل به تعداد معینی از شرکت‌ها محدود می‌شد، در حال ورود به عصر جدید است که در آن تعداد زیادی مصرف‌کننده در شبکه حضور دارند. علاوه بر این، محتوای آن از حیطه مبادله داده‌های مربوط به سفارش دادن یا قبول سفارش فراتر رفته و فعالیت‌های عمده تجاری از قبیل تبلیغات، آگاهی، مذاکرات، قراردادهای تسویه‌حساب‌ها را نیز در بر گرفته است. از مجموعه تعاریف بالا می‌توان نتیجه گرفت که زمینه‌های کاربرد تجارت الکترونیک بسیار گسترده‌تر از مبادله کالا و خدمات وجوه است؛ و در تعریف آن و تعیین سیاست‌های موردنظر، باید علاوه بر کاربردهای بالفعل به کاربردهای بالقوه آن نیز توجه داشت.

کسب‌وکار الکترونیکی، مفهومی عام‌تر از تجارت الکترونیک است؛ و نخستین بار در سال ۱۹۹۷ توسط شرکت IBM مطرح شد. تجارت الکترونیکی، بیشتر بر ارتباط بیرونی

شرکت یا فرد تکیه دارد؛ درحالی که کسب و کار الکترونیکی علاوه بر ارتباطات بیرونی به راهبرد درون سازمانی نیز اشاره دارد؛ و شامل تجارت الکترونیکی^۱، هوشمندی شرکت‌ها^۲ مدیریت روابط با مشتری^۳، مدیریت زنجیره تأمین^۴ و برنامه‌ریزی منابع شرکت^۵ می‌شود. به‌طور خلاصه باید گفت کسب و کار الکترونیکی، تلفیق سیستم‌ها، فرآیندها، زنجیره‌های تأمین و کل بازار با استفاده از اصول و تکنالوژی‌های مرتبط با استفاده از ابزار اینترنت است که در ۸ بخش ارائه می‌شود:

۱. شرکت با مصرف‌کننده؛

۲. شرکت با شرکت؛

۳. مصرف‌کننده با مصرف‌کننده؛

۴. شرکت با دولت؛

۵. دولت با مصرف‌کننده؛

۶. شرکت با مصرف‌کننده؛

۷. شرکت با کارکنان؛

۸. شخص با شخص.

ب. مزایای تجارت الکترونیکی: دسترسی تعداد زیادی از مردم جهان به شبکه جهانی اینترنت و گسترش روزافزون ارتباطات الکترونیکی بین افراد و سازمان‌های مختلف در فضای مجازی بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است. تجارت الکترونیک، عمده‌ترین دستاورد به‌کارگیری تکنالوژی ارتباطات و اطلاعات در زمینه‌های اقتصادی به شمار می‌رود. استفاده از این تکنالوژی، موجب توسعه تجارت، تسهیل ارتباط عوامل اقتصادی، فراهم کردن امکان فعالیت برای شرکت‌های کوچک و متوسط، ارتقای بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان شده است.

¹ Electronic Commerce (E-Commerce)

² Business Intelligence (BI)

³ Customer Relationship Management (CRM)

⁴ Supply Chain Management (SCM)

⁵ Enterprise Resource Planning (ERP)

تکنالوژی ارتباطات و اطلاعات، امکان افزایش قابلیت رقابت‌پذیری شرکت‌ها را فراهم ساخته و همچنین به ایجاد مشاغل جدید منجر شده است. در یک دسته‌بندی کلی، می‌توان مزایا و ویژگی‌های تجارت الکترونیک را چنین برشمرد:

- جهانی‌شدن تجارت؛
- حذف محدودیت‌های زمانی و مکانی؛
- کاهش هزینه تولید؛
- افزایش درصد فروش؛
- دسترسی آسان به اطلاعات لازم؛
- کاهش چشمگیر هزینه‌های معاملاتی و زمان انجام کار.

مبحث سوم: مبادله الکترونیکی داده‌ها و مودل فرآیند تجاری در تجارت الکترونیک

در این مبحث به دو موضوع: الف. مبادله الکترونیکی داده‌ها؛ و ب. مودل فرآیند تجاری در تجارت الکترونیکی می‌پردازیم:

الف. مبادله الکترونیکی داده‌ها (EDI^۱): از مبادله الکترونیکی داده‌ها می‌توان برای مخابره الکترونیکی مدارک و اسناد مانند سفارش‌های خرید، اعلامیه حمل، تأییدیه وصول کالا و سایر مکاتبات استندرد و بازرگانی بین طرفین تجاری استفاده نمود. موضوع مبادله الکترونیکی داده‌ها از دهه ۱۹۶۰ مطرح شد؛ و به بیان چگونگی مبادله اطلاعات بین شرکت‌ها و ادارات پرداخت. در ارتباطات تجاری سنتی بر پایه کاغذ، وارد نمودن مکرر یک‌رشته اطلاعات یکسان و واحد می‌تواند موجب بروز مشکلاتی گردد؛ ولی با استفاده از مبادله الکترونیکی داده‌ها این مشکلات به‌طور فراوانی کاهش می‌یابد، این مشکلات به‌طور کلی عبارت‌اند از: ۱. صرف زمان طولانی ۲. دقت کم ۳. هزینه بالای نیروی کار.

^۱ EDI مخفف عبارت Electronic Data Interchange به معنای مبادله الکترونیکی داده‌ها است. EDI یک تکنالوژی است که به شرکت‌ها و سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا داده‌ها و اسناد تجاری خود را به‌صورت الکترونیکی و بدون نیاز به استفاده از کاغذ، با یکدیگر مبادله کنند. امین

در تکنالوژی مبادله الکترونیکی داده‌ها برای اسناد تجاری عادی مانند استعلام قیمت، سفارش خرید، اصلاحیه سفارش خرید، بارنامه، اعلامیه وصول و مدارک نظیر آن‌ها قالب‌های استاندارد پیام الکترونیکی تهیه شده است. این مجموعه‌های الکترونیکی، کمپیوتر یک سازمان را قادر می‌سازد که بدون تهیه و تولید مدارک کاغذی با کمپیوتر واقع در یک سازمان دیگر ارتباط برقرار نماید. به این ترتیب، تلاشی که به وسیله انسان برای خواندن، طبقه‌بندی و حمل فیزیکی این گونه اسناد صرف می‌گردد، حذف می‌شود. اسنادی که برای آن‌ها قالب استاندارد الکترونیکی تهیه شده یا در دست تهیه می‌باشد ۸۵ درصد از مکاتبات رسمی تجاری بین شرکت‌ها، مؤسسات دولتی، نهادهای آموزشی و سازمان‌های غیرانتفاعی در کشورهای صنعتی را تشکیل می‌دهد (اللهیاری فرد، بید آباد، ۱۳۸۵).

سه جزء اصلی در ارسال و دریافت پیام‌های مبادله الکترونیکی داده‌ها عبارت‌اند از:

- استانداردهای مبادله الکترونیکی داده‌ها؛
- نرم‌افزار مبادله الکترونیکی داده‌ها؛
- شبکه‌های ارزش افزوده.

مبادله اسناد تجاری به شکل پیش ساخته و مورد توافق طرفین مورد معامله ایجاد می‌شود؛ و استانداردهایی برای این منظور تدوین شده است. استانداردهای مبادلات الکترونیکی اساساً مبتنی بر داده‌های دیجیتال می‌باشند؛ زیرا ترکیب و مفهوم داده‌های مورد مبادله را تعیین می‌نمایند. بعضی از این استانداردها عبارت‌اند از:

- استاندارد ادیفاکت^۱ سازمان ملل؛
- استاندارد ارتباطات یکنواخت (UCS^۲) در امریکا؛
- استاندارد مبادله داده‌های تجاری (TDI^۳) در امریکا.

ب. **مدل فرآیند تجاری در تجارت الکترونیکی:** تجارت الکترونیکی به‌طور عام و مبادله الکترونیکی داده‌ها به‌طور خاص، به‌عنوان ابزاری برای ایجاد تغییر در شیوه‌های عملیاتی سازمان‌ها طراحی و پیش‌بینی شده‌اند. در این فرآیند تنها حذف معاملات کاغذی مطرح

^۱ UN EDI For Administration Commerce & Transport

^۲ Uniform Communication Standard

^۳ Trade Data Interchange

نیست، بلکه هم‌چنین ایجاد تحول در نحوه انجام معاملات سازمان‌ها با طرف‌های تجاری و نیز پاسخگویی به مبادلات در مبادله الکترونیکی داده‌ها نیز موردنظر می‌باشد؛ و این خود موجب بازسازی فرآیندهای درون‌سازمانی می‌شود. در حقیقت بالاترین سطح بهره‌وری و کارایی زمانی حاصل می‌شود که این تکنالوژی پس از بررسی‌های کامل و تجزیه و تحلیل فرآیندهای درون‌سازمانی اجرا شود؛ و پس از برقراری آن نیز فرایندها به‌طور مداوم موردبازنگری و بازسازی قرار گیرند؛ به‌عبارت دیگر، مهندسی مجدد فرایندها (BPR^1) در سازمان به‌طور دائم اجرا شوند.

ت. مهندسی مجدد فرآیندهای عملیاتی به‌عنوان ضابطه‌ای جهت ترویج صحیح تجارت الکترونیکی در فرآیندهای جدید ظهور کرده است. برای ایجاد یک مدل فرآیند تجارت الکترونیکی راه‌های مختلفی وجود دارد. طبق نظریه «راجر کلارک^۲» یکی از این مدل‌ها مودلی است که بر پنج مرحله متداول در معاملات عادی قرار دارد. این مراحل پنج‌گانه به شرح زیر است:

۱. **مرحله پیش از قرارداد:** این مرحله مربوط به جمع‌آوری اطلاعات در مورد کالاها یا خدماتی است که خرید یا فروش آن‌ها مدنظر است.
۲. **مرحله قرارداد:** در این مرحله یک رابطه رسمی بین خریدار و فروشنده به وجود می‌آید و شرایط حاکم بر قرارداد مشخص می‌شود.
۳. **مرحله سفارش:** در این مرحله سفارش خرید داده و پردازش می‌شود، کالاها یا خدمات حمل یا ارائه می‌شوند؛ و امور پس از تحویل مانند بازرسی و قبول موضوع قرارداد انجام می‌شود.
۴. **مرحله تسویه حساب:** در این مرحله صدور دستور پرداخت، پرداخت و اعلامیه حواله صورت می‌پذیرد.
۵. **مرحله پس از پردازش:** این مرحله شامل جمع‌آوری و گزارش اطلاعات مدیریتی، انبارداری و تجزیه و تحلیل آمار تجاری است.

¹ Bussiness Process Reengineering

² Roger Clark

تجارت الکترونیکی را در پایین‌ترین سطح آن می‌توان تنها برای خودکار کردن فرآیندهای موجود به کاربرد؛ ولی با اجرای بازسازی روش‌های کاری روش‌های انجام کارها را می‌توان منطقی ساخت. این اقدام اثرهایی روی ساختار سازمانی دارد؛ و موجب کاهش هزینه‌ها، افزایش سرعت و بهبود کیفیت خدمات می‌شود. از آنجاکه خودکار کردن فعالیت‌های سازمان الزاماً طرف‌های تجاری سازمان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد، از این رو عملیات مربوط به خودکار کردن فعالیت‌ها و منطقی ساختن و تغییر و مهندسی مجدد فرآیندهای انجام کار تنها محدود به ساختار و فرایندهای درون‌سازمانی نمی‌شود؛ بلکه ممکن است به دلیل نیاز به مشارکت در منابع اطلاعاتی سیستم‌ها از چارچوب سازمانی فراتر رفته و سراسر یک صنعت یا بخش را فراگیرد.

- برای تجارت الکترونیکی چهار مرحله متفاوت و کلی به شرح زیر وجود دارد:
۱. مرحله ارتباط که در این مرحله اینترنت رابطی است که از طریق آن ارتباط تجاری صورت می‌گیرد.
 ۲. مرحله تبادل اطلاعات با مشتریان، رابط گرافیکی (GUI) تحت وب مبتنی بر سرویس‌دهنده و سرویس‌گیرنده و خطوط ارتباطی از نوع دیجیتال و یا آنالوگ، تسهیلات تبادل اطلاعات را فراهم می‌کند.
 ۳. مرحله در اختیار قرار دادن نحوه اجرای معاملات و طبقه‌بندی آن‌ها به اشکال مختلف و هم‌چنین تعیین سیستم‌های پرداخت و نحوه تسویه‌حساب با آن‌ها است.
 ۴. مرحله ایجاد ارتباط دوسویه یا چند سویه و چندلایه‌ای با استفاده از سیستم‌های خودکار ارتباط با مشتری (CRM²) از طریق تکنالوژی وب و یا وب معنایی^۳ در اینترنت جهت افزایش کارایی تعامل با مشتریان فراهم می‌شود.

هدف از به‌کارگیری شیوه‌های تجارت الکترونیکی، ایجاد سازمان‌های الکترونیکی است. این روش‌ها موجب خواهد شد تا فرایندهای عملیاتی، نظارتی و مدیریتی بدون استفاده از کاغذ را در میان بخش‌های تجاری از طریق سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع

¹ Graphical User Interface

² Customer Relationship Management

³ Meaning full Web

سازمانی (ERP^۱)، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، مدیریت زنجیره‌ای تأمین (SCM^۲)، سیستم اجرایی ساخت (MES^۳)، مدیریت منابع انسانی (HRM^۴) و مدیریت گردش کار (WFM^۵) انجام داد.

بنابراین مقصود از خودکار کردن گردش کار، حذف فرایندهای مبتنی بر کاغذ در داخل سازمان می‌باشد. بر این اساس تکنالوژی گردش کار باید به نحو مناسبی با تجارت الکترونیکی تلفیق شود تا راه‌حل جامعی برای ایجاد یک محیط تجاری بدون فرایندهای مبتنی بر کاغذ فراهم کند (مطالعات بازرگانی، ۱۳۷۶).

سیستم‌های مبتنی بر تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات برای کامل شدن فرایندهای عملیاتی خودکار تجارت و بانکداری الکترونیکی ضروری است، به‌طوری‌که هریک از سیستم‌ها وظایفی برای اجرا و نهایی شدن فرایندهای عملیاتی، نظارتی و مدیریتی شرکت بر عهده خواهند داشت.

ضرورت تعامل شرکت‌های اقتصادی با سایر شرکت‌ها به‌منظور تولید یک محصول یا خدمت و یکپارچگی و به مشارکت گذاشتن منابع اطلاعاتی دلیلی روشن بر ایجاد این سیستم‌هاست. سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) سیستم‌های برنامه‌ریزی منابع سازمانی در جهت هدف استراتژیک مشتری‌مداری و مرتفع‌کننده نارسایی‌ها و محدودیت‌های کانال‌های دیجیتال توزیع محصولات و خدمات به مشتریان است. از طرفی تولید یک کالا یا خدمت دربرگیرنده عوامل تولید است که توسط سایر شرکت‌ها فراهم می‌شود؛ بنابراین تعامل بین تولیدکننده کالاها و خدمات واسطه‌ای و تولیدکننده نهایی از طریق سیستم مدیریت زنجیره تأمین (SCM) صورت می‌پذیرد. سیستم اجرایی یکی دیگر از سیستم‌های مبتنی بر تکنالوژی اطلاعات در لایه اجرایی (MES) ساخت است که نشان‌دهنده اطلاعات فرآیندهای تولید یک کالا از ابتدا تا انتهای خط تولید خواهد بود و نهایت اینکه نقش نیروی انسانی به‌عنوان عامل کلیدی در توسعه و گسترش

¹ Enterprise Resource Palnning

² Supply Chain Management

³ Manufactur Executive System

⁴ Human Resource Management

⁵ Work flow Management

شرکت بر کسی پوشیده نیست، از این رو به روز بودن و در دسترس بودن جزئی ترین اطلاعات کارکنان از طریق سیستم های نوین و یکپارچه مدیریت منابع قواعد پردازش، (WFM) صورت می پذیرد.

سیستم مدیریت گردش کار (HRM) انسانی و مدیریت مسیریابی پیام ها و اطلاعات را معین می کند؛ و به این ترتیب امکان می دهد که نقش شرکت کنندگان مشخص شود. ممکن است نقش هایی به شرکت کنندگان واگذار و قواعد مناسبی برای مسیریابی اطلاعات و پیام ها بین افراد و پایگاه های اطلاعاتی تعیین گردد. نرم افزارهای گردش کار، معمولاً همراه با رابط های کاربردی، برنامه نویسی و ابزار توسعه کاربرد و زبان نوشتاری عرضه می شوند تا نقش ها و قواعد مسیریابی مشخص شود. مدیران می توانند با استفاده از ویژگی های ردیابی نرم افزار، از وضعیت کار باخبر شوند.

زمینه هایی که در آن ها سیستم های گردش کار با سیستم تجارت الکترونیکی با موفقیت تلفیق شده اند؛ عبارت اند از: تدارکات، تهیه صورت حساب، امور پشتیبانی، فروش، سفارش و غیره انتظار می رود؛ روند ادغام سیستم های داخلی گردش کار با سیستم های خارجی تجارت الکترونیکی به علت کوچک تر شدن شرکت ها و افزایش کار آیی آنان جنبه عمومی پیدا کند.

در بعضی موارد، طرف های تجاری، استفاده از مبادله الکترونیکی داده ها را به سازمان تحمیل می کنند. چنین سازمان هایی باید لزوماً فرآیندهای داخلی خود را بازسازی کنند؛ و در صورت امکان تکنالوژی گردش کار را با تجارت الکترونیکی که در حیطه سازمانی آن ها اجرا می شود، ادغام کنند. گردش کار را می توان به طور کامل با تجارت الکترونیکی ادغام کرد، چراکه معامله بازرگانی خود نوع خاصی از گردش کار است (اللهیاری فرد، بید آباد، ۱۳۸۵).

فصل ششم

عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

مبحث اول: نظر گذرا بر وضعیت موجود بانکداری الکترونیکی

سایر کشورها و افغانستان؛

مبحث دوم: مفید بودن و سهولت استفاده از بانکداری

الکترونیکی؛

مبحث سوم: رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانکداری

الکترونیکی؛

مبحث چهارم: کیفیت خدمت به مشتری؛

مبحث پنجم: مدل کیفیت خدمت به مشتری؛

مبحث ششم: کیفیت خدمات؛

مبحث هفتم: کیفیت خدمات الکترونیکی؛

مبحث هشتم: امنیت بانکداری الکترونیکی؛

مبحث نهم: اعتماد مشتری در بانکداری الکترونیکی؛

مبحث دهم: اینترنت و نقش آن در بانکداری الکترونیکی.

مبحث اول: نظر گذرا بر وضعیت موجود بانکداری الکترونیکی سایر کشورها و افغانستان

الف. گذر بر وضعیت موجود سایر کشورها: طبق یک تحقیق در مورد تکنالوژی



بانکداری اروپا. بر اساس نتایج این تحقیق سهم پرداخت‌های الکترونیکی در ۱۲ کشور اروپایی از 43% در سال ۱۹۸۷ به 79% در سال ۱۹۹۹ افزایش یافته و ۳۲ بیلیون دالر معادل ۰/۳۸ درصد از تولید ناخالص این ۱۲ کشور

پس انداز می‌شود (هامفری و همکاران، ۲۰۰۶).

این تحقیقات منافع حاصل از پرداخت‌های الکترونیکی را مورد بررسی و تخمین قرار می‌دهند. آن‌ها ابتدا وضعیت گسترش پرداخت‌های الکترونیکی را در امریکا، جاپان، ناروی و اروپا مورد بررسی قرار می‌دهند؛ و سپس به بررسی هزینه‌ها، قیمت‌گذاری و انتخاب پرداخت بر اساس سه روش انجام پرداخت‌های خُرد در کشور ناروی شامل: ۱. دریافت پول از خودپردازها؛ ۲. نوشتن چک؛ و ۳. استفاده از دبت کارت در پایانه فروش می‌پردازند. آن‌ها یک مدل عمومی انتخاب پرداخت تصریح نموده و با استفاده از آمار بانک‌های تجاری و پس انداز ناروی طی سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۵ مدل مذکور را برآورد می‌کنند.

ناروی قیمت‌گذاری مبتنی بر هزینه خدمات پرداخت را برای رونق خدمات الکترونیکی به‌طور فعال به کار گرفته است؛ و این مودل در میانگین نمونه کشش‌های جایگزینی پرداخت، قیمتی و متقاطع قیمتی مرتبط با این امر را تخمین می‌زند. تأکید این تحقیق بر پرداخت‌های خُرد در نقطه فروش و همچنین استفاده از پول (که در استفاده از خودپرداز منعکس می‌شود)، چک‌ها و استفاده از دبت کارت الکترونیکی را پوشش می‌دهد.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که کاربران کاملاً بر قیمت‌گذاری صریح خدمات پرداخت حساس هستند؛ و این نوع قیمت‌گذاری منافع مشاهده‌شده از پرداخت‌های الکترونیکی را تشدید خواهد کرد. در حقیقت، ناروی از داشتن ۹۰ درصد پرداخت‌های غیر نقدی به شکل کاغذی در سال ۱۹۸۷ به داشتن ۶۰ درصد این پرداخت‌ها به شکل الکترونیکی در سال ۱۹۹۶ حرکت کرده است. برآورد می‌شود حرکت از وضعیت ۱۰۰ درصد پرداخت‌های کاغذی به سمت وضعیت ۱۰۰ درصد پرداخت‌های الکترونیکی در ناروی تنها به ازای هزینه‌های بانکی موجودی پس‌انداز حدود ۱۸۸ دالر به ازای هر شخص در یک سال یا ۰/۶ درصد تولید ناخالص داخلی در سال شود. از منظر سیاست عمومی، این تحقیق نشان می‌دهد که چگونه کشور ناروی انتقال به سمت پرداخت‌های الکترونیکی را به‌طور موفقی تسهیل کرده است؛ و یک برآورد تقریبی از منافع اجتماعی مشاهده‌شده فراهم می‌آورد (هامفری و همکاران، ۲۰۰۶).

ب. گذر بر وضعیت موجود در افغانستان: تحقیق در افغانستان به بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی در افغانستان از بُعد تقاضای خدمات بانکی می‌پردازد.



در این تحقیق به بررسی مشاهدات آماری نمونه انتخابی مشتریان در سطح شعبات بانک‌ها پرداخته می‌شود. نتایج این بررسی از مقایسه همبستگی بین هر یک از عوامل با شاخص موردنظر بانکداری الکترونیکی به‌دست آمده است.

نتایج این بررسی از مقایسه همبستگی بین هر یک از عوامل با شاخص موردنظر بانکداری الکترونیکی به‌دست آمده است. بر اساس این نتایج، عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری

الکترونیکی در افغانستان را می‌توان در سه طبقه، عوامل جمعیتی، معیشتی و فرهنگی-آموزشی طبقه‌بندی کرد.

از این میان یک عامل دموگرافیک، در ارتباط با سن مشتریان، افراد سالمند گرایش کمتری به بانکداری نوین دارند. رابطه معناداری بین سابقه مشتری بانک بودن و گرایش به بانکداری الکترونیکی مشاهده نشده است. بین سطح سواد مشتریان و ایجاد بسترهای فرهنگی توسط دولت‌ها یا بانک‌ها در پذیرش بانکداری الکترونیکی نیز رابطه مستقیمی مشاهده شده است. نتایج مربوط به خرید مشتریان از فروشگاه‌های پذیرنده کارت‌بانکی از طریق دستگاه POS بدین ترتیب است: «بین سن مشتریان و خرید از فروشگاه‌ها توسط کارت رابطه معکوس وجود دارد. هرچه سن مشتریان بیشتر شود، مشتریان در درجه اول به دلیل عدم آشنایی و مهارت و در درجه دوم به دلیل عدم اطمینان، تمایل به پرداخت توسط کارت ندارند.»

بر اساس داده‌های پیمایشی جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه در میان مراجعه‌کنندگان بانک‌ها، با استفاده از یک مدل انتخاب لاجیت، عوامل مؤثر بر استفاده از کارت‌بانکی در نقطه فروش (POS) را مورد بررسی قرارداد. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، احتمال استفاده از POS در میان افراد جوان‌تر و دارای تحصیلات و درآمد بالاتر بیشتر است. هم‌چنین، بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده حدود ۴۰ درصد افراد، تأثیر تبلیغات را در جذب تمایل افراد به استفاده از دستگاه‌های POS زیاد می‌دانند.



مبحث دوم: مفید بودن و سهولت

استفاده از بانکداری الکترونیکی

ادراک از مفید بودن به میزان تصور فرد در مورد بهبود عملکرد بانکی در بانک با استفاده از یک تکنالوژی خاص اشاره دارد (دیویس و وارشو^۱، ۱۹۸۹).

¹ Davis & Warshaw

ادراکات فرد در مورد سهولت استفاده به درجه‌ای اطلاق می‌شود که شخص، معتقد است که یادگیری نحوه استفاده و کار کردن با یک سیستم خاص نیازمند تلاش اندکی از لحاظ ذهنی است.

تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد ادراک از سهولت استفاده بر قصد استفاده تأثیر دارد که این تأثیر ممکن است به‌طور مستقیم یا به‌طور غیرمستقیم از طریق اثر آن بر مفید بودن درک شده باشد. درواقع تکنالوژی‌های اطلاعاتی که استفاده از آن‌ها آسان است برای افراد، کمتر جنبه تهدیدکنندگی دارند. تحقیقات زیادی نشان می‌دهد که ادراک از مفید بودن و ادراک از سهولت استفاده نقش حیاتی و تعیین‌کننده‌ای در پیش‌بینی رفتار استفاده‌کنندگان در پذیرش تکنالوژی دارد.

سهولت استفاده ادراک شده یک وب‌سایت عامل تعیین‌کننده رضایت مشتری از بانکداری الکترونیکی است؛ و در نتیجه تأثیر غیرمستقیم بر وفاداری و تبلیغات شفاهی دارد. سهولت استفاده دریافتی بهتر، درک بهتری از محتویات و کاربردهای وب‌سایت ارائه می‌نماید. به‌طوری‌که این موضوع می‌تواند نقش مهم و تأثیرگذاری در توسعه رفتارهای اثربخش مشتری مانند وفاداری و تبلیغات شفاهی مثبت در بانکداری الکترونیکی داشته باشد (لوئیز و میگوئل، ۲۰۰۷).

الف. سهولت: زمانی که افراد از بانکداری الکترونیکی می‌توانند در هر زمان و در هر محل استفاده مناسب کنند، ویژگی زمان، سهولت و راحتی محل، احتمالاً مهم‌ترین وجه تمایز آن از بانکداری سنتی است. از زمانی که ویژگی‌های کیفیت هم چون درستی و صحت، امنیت، سرعت شبکه، سهولت و راحتی، تجربه مشتری به درک سودمندی و تمایل به استفاده از درجه‌های متفاوت کمک می‌کنند، به‌وسیله توسعه و گسترش آن‌ها، نهادها و مؤسسات مالی قادر به ارتقای اثربخش‌تر مشتری بانکداری الکترونیکی هستند؛ و زمان لازم برای این نوآوری مالی جهت تضمین پذیرش بازار را کاهش می‌دهند (لیائو و چانگ، ۲۰۰۲).

بطور خلاصه می‌توان گفت: «منظور از سهولت استفاده در بانکداری الکترونیکی، سادگی و راحتی استفاده از خدمات الکترونیکی بانک‌ها مانند اینترنت بانک، تلفون‌بانک، موبایل بانک، خودپردازها و ... است.»

ب. تأثیر سهولت استفاده از تکنالوژی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی: همان‌طور که عنوان شد، سهولت استفاده و درک مفید بودن، دو بعد اساسی در تعیین و پذیرش بانکداری الکترونیکی هستند. سهولت استفاده به‌عنوان یک اعتقاد فردی است که نشان‌دهنده تعامل فرد با تکنالوژی است؛ و بیان‌کننده سهولت فرد برای تعامل با یک محصول مصنوعی و نرم‌افزاری خاص است. به نظر می‌رسد سهولت استفاده و خود کارآمدی کمپیوتری ذاتاً با یکدیگر مرتبط بوده و مطالعات مختلفی تأثیر خود کارایی کمپیوتری بر سهولت استفاده را تأیید نموده‌اند و دریافته‌اند که تأثیر سهولت استفاده بر نیت افراد برای استفاده از تکنالوژی مثبت و دارای اهمیت زیادی است.

درحالی‌که سهولت استفاده آن حدی است که به‌وسیله افراد برای استفاده از سیستم بدون تلاش درک می‌شود و خود کارآمدی یک قضاوت از باور فردی نسبت به توانایی انجام یک وظیفه است، حتی اگر افراد از سهولت استفاده از یک نوع تکنالوژی خاص آگاه نباشند آن‌ها ممکن است یک احساس پایه‌دار و صحیح از توانایی‌های خود برای استفاده از تکنالوژی کمپیوتری داشته باشند؛ یعنی همان چیزی که خود کارایی کمپیوتری نامیده می‌شود؛ بنابراین درک خود کارآمدی کمپیوتری باعث به وجود آمدن درک سهولت استفاده خواهد شد. درواقع سهولت استفاده بر خود کارآمدی افراد تأثیر می‌گذارد؛ زیرا وقتی افراد استفاده‌کننده از تکنالوژی به این باور برسند که یک نوع تکنالوژی پیچیده بوده و استفاده از آن مشکل است آن‌ها احتمالاً به‌سختی استفاده از تکنالوژی رأی داده و از سوی دیگر اگر استفاده‌کنندگان دریابند که استفاده از بانکداری الکترونیکی مفید است و آن‌ها سهولت استفاده از آن را درک نکنند آن‌ها این نوع از تکنالوژی را انتخاب نخواهند کرد (دیویس، ۱۹۸۹).

تحقیقات^۱ مختلفی وجود دارد که ارتباط مثبت بین سهولت استفاده و استفاده از تکنالوژی را ثابت می‌نماید. به نظر می‌رسد درک افراد و پذیرش بانکداری الکترونیکی با سهولت استفاده از آن در ارتباط بوده و این عاملی است که در پذیرش و استفاده از

^۱ در این مورد مقاله‌های زیادی به‌وسیله محققان و محصلان پوهنتون‌ها نوشته شده است؛ که نتیجه تحقیق نشان می‌دهد که ارتباط مثبت بین سهولت استفاده و استفاده از تکنالوژی رابطه مستقیم و مثبت است. امین

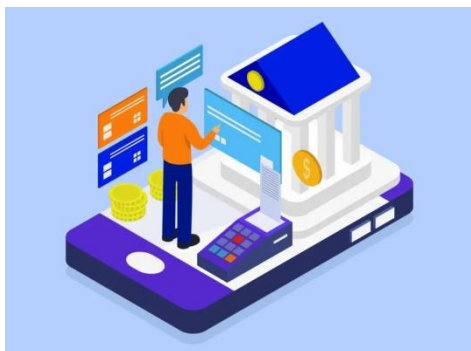
بانکداری الکترونیکی بسیار مؤثر است. دلیل این امر را به این صورت می‌توان عنوان نمود که درجایی که تکنالوژی در مرحله کشف توسط افراد قرار دارد و استفاده از آن داوطلبانه و اختیاری است، سهولت استفاده به احتمال فراوان متغیری برای پیش‌بینی استفاده از تکنالوژی است.

مبحث سوم: رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی

در یک دسته‌بندی معتبر خواسته‌های مشتری در قالب کیفیت مورد انتظار از سه لایه تشکیل شده‌اند و تحقق هر یک از این لایه‌های کیفی به شرط تحقق لایه کیفی پیشین در افزایش رضایت مستمر مشتری مؤثر است. این لایه‌ها عبارت‌اند از:

۱. **کیفیت اساسی:** این‌ها مقادیر کمتری هستند که از ایجاد عدم رضایت جلوگیری می‌کنند. برخی از این موارد از گونه ایمنی، پایایی و دوام خدمات هستند. این خواسته‌ها تلویحی است و مشتری فرض می‌کند که این خصوصیات در خدمات و محصولات لحاظ شده‌اند.

۲. **کیفیت عملکرد:** مبین گروهی از خواسته‌های مشتریان هستند که الزامات عملکردی



خدمات را تشکیل می‌دهند و برآورده ساختن آن‌ها موجب نارضایتی مشتریان می‌شود.

۳. **کیفیت انگیزشی:** ویژگی‌هایی است که تا قبل از ارائه خدمات به صورت یک نیاز و یا خواسته از دید مشتری پنهان است. در نتیجه برآورده نشدن آن‌ها عدم

رضایت مشتری را سبب نمی‌شود؛ لیکن برآورده ساختن آن توسط ارائه‌کننده خدمات سبب رضایت محسوس مشتری می‌گردد. ویژگی این خواسته‌ها این است که هرچند

¹ Basic Quality

² Performance Quality

³ Excitement Quality

از طرف مشتری بیان نمی‌شود؛ ولی در صورت شناسایی، طراحی و ارائه آن‌ها، واجد مزیت‌های رقابتی برای خدمت موردنظر است.

۴. سیر تحولات خواسته‌های مشتریان به گونه‌ای است که ارائه ویژگی‌های کیفی انگیزشی بعد از مدتی آن‌ها را به ویژگی‌های عملکردی و حتی اساسی تبدیل می‌کند؛ بنابراین بانک باید در چرخه رضایت مشتری همواره پویایی داشته باشد؛ و همگام با نوآوری‌ها، در برآورده ساختن نیازهای انگیزشی و همچنین تکوین خواسته‌های انگیزشی جدید بکوشد (ابطحی، مرات نیا، ۱۳۸۷).

أ. **مشتری مداری در بانکداری الکترونیکی:** مشتری مداری که امروزه یکی از سیاست‌های فراگیر در عرصه امور اداری، تجاری و صنعتی به شمار می‌رود؛ ایجاب می‌نماید که بانک‌ها، با ارائه انواع کارت‌های اعتباری و ایجاد نظام‌های پرداخت از طریق اینترنت و تلفون همراه، زمینه رشد و توسعه کسب‌وکار الکترونیکی را فراهم آورند.

ب. درواقع مشتری مداری در بانکداری الکترونیکی نمونه‌ای از ابعاد رویکرد مردم‌سالاری الکترونیکی به شمار می‌رود. ازاین‌رو ایجاد وسایل و امکانات الکترونیکی لازم و به‌کارگیری سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجوه باعث می‌شود که روابط بین بانک‌ها با مشتریان‌شان بهبود یابد؛ چون افزایش سرعت عمل و کاهش اشتباهات و هزینه پایین‌تر سبب می‌شود که مشتریان ترغیب شوند که بیشتر با بانک‌هایی ارتباط برقرار نمایند که از سیستم‌های انتقال الکترونیکی وجوه استفاده می‌کنند (برادران حسن‌زاده و دیگران، ۱۳۸۸).

ج. **رضایت مشتریان^۱:** در رابطه با مفهوم رضایتمندی مشتری تعاریف مختلفی ارائه شده است. می‌توانیم رضایتمندی مشتری را به‌عنوان درجه‌ای که عملکرد واقعی یک بانک انتظارات مشتری را برآورده کند، تعریف کنیم. خوب، اگر عملکرد بانک انتظارات مشتری را برآورده کند مشتری احساس رضایت و در غیر این صورت احساس نارضایتی می‌کند (دیوان دری و دلخواه، ۱۳۸۴).

¹ Customer Satisfaction

د. وفاداری مشتریان: یکی از موضوعات مهم در بانکداری الکترونیکی وفاداری مشتری است. تحقیقات مختلف به بررسی وفاداری مشتری در محیط‌های الکترونیکی پرداخته‌اند.

- وفاداری الکترونیکی به‌عنوان نگرش مناسب مشتری نسبت به انجام خدمات الکترونیکی تعریف می‌شود که ناشی از رفتار خرید تکراری است (جیانگ و دیگران، ۲۰۰۹).

- منظور از وفاداری الکترونیکی در این تحقیق وفاداری در محیط الکترونیکی و یا به‌عبارت دیگر، وفاداری مشتری به یک خدمت اینترنتی است.

- وفاداری مشتری تکرار استفاده از خدمات یک بانک است. نگهداری مشتریان وفادار در بلندمدت از طرف بانک رضایت مشتری است.

- بانک‌ها جهت استفاده از مزایای رقابتی تکنالوژی‌های نوین باید به دنبال به‌کارگیری استراتژی‌های مناسبی جهت افزایش وفاداری مشتری باشند.

- یک مشتری کاملاً وفادار، نسبت به بانک متعهد است و به‌راحتی به سمت گزینه‌های دیگر گرایش پیدا نکرده، در مقابل تغییر مقاومت می‌کند، تمایل استفاده بیشتر از خدمات را نشان داده و در قیمت‌های بالاتر از انعطاف‌پذیری بیشتری برخوردار است. وفاداری مشتری و تأثیر آن بر تبلیغات شفاهی مثبت مقوله‌ای است که همواره موردتوجه مدیران بوده و با ظهور بانکداری الکترونیکی و افزایش رقابت در تجارت الکترونیکی، اهمیت آن بیشتر شده است. یکی از نتایج مورد انتظار از وفاداری الکترونیکی تبلیغات شفاهی مثبت است.

ه. مزایای مشتریان وفادار: مزایای مشتریان وفادار در بانکداری به‌طور گسترده‌ای شناخته شده است.

به‌طور خلاصه می‌توان گفت که بارزترین مزایای وفاداری مشتری عبارت‌اند از:

- این مزایا شامل هزینه پایین‌تر حفظ مشتریان موجود نسبت به جذب مشتریان جدید به‌ویژه درون بازارهای رقابت کامل است.

- دیگر مزیت شناخته شده وفاداری مشتری، این است که مشتریان وفادار به عنوان کانال‌های اطلاعاتی عمل کرده و از طریق شبکه‌های ارتباطی غیررسمی از دوستان خود، مشتریان بالقوه‌ای برای بانک ایجاد می‌کنند.
- به علاوه مشتریانی که از روابطشان با بانک راضی و خرسند هستند، عامل پیشرفت بانک می‌شوند.
- از مزیت دیگر وفاداری مشتریان این است که به راحتی اشتباهات اجتناب‌ناپذیر بانک را نادیده می‌گیرند و با بروز هرگونه اشتباه غیرعمدی به سمت رقبا نمی‌روند (کاظمی و دیگران، ۱۳۸۸).

مبحث چهارم: کیفیت خدمت به مشتری

کیفیت به معنای آن است که مشتری واقعاً چه می‌خواهد؛ به عبارت دیگر، یک خدمت و محصول زمانی باکیفیت است که با خواسته‌ها و نیازهای مشتری انطباق داشته باشد (کروزبی، ۲۰۰۱).

ا. اهمیت کیفیت خدمت به مشتری: تمایل به ارائه خدمات باکیفیت نقش مهمی را در



بانک‌های مختلف ایفا می‌کند. چراکه کیفیت خدمات برای بقا و سودآوری بانک امری حیاتی به شمار می‌رود. درواقع رضایت مشتری و کیفیت به عنوان مسائلی حیاتی در اغلب بانک‌ها به شمار می‌روند (استافورد، ۱۹۹۸).

ب. محققان در برخی تحقیقات به این نتیجه رسیدند که کیفیت خدمات بانک‌ها مهم‌ترین عاملی است که بر عملکرد بانک‌ها اثرگذار است. محققان عنوان می‌کنند که کیفیت برتر، سودهای بیشتری از طریق مشتریان به بانک‌ها ایجاد می‌کند؛ و نیز راهی برای رشد بانک‌هاست.

ج. مزایای ناشی از کیفیت خدمت به مشتری: علاوه بر موارد بالا مزایای ناشی از کیفیت خود عامل دیگری هستند که بانک‌ها را به ارائه خدمات باکیفیت ترغیب می‌کنند.

یکی از اثرات مستقیم ارائه خدمات باکیفیت، افزایش توانایی بانک جهت ارائه خدمات به صورت کارا به مشتریان است، چراکه بانک دریافته است که مشتریان چه خواسته‌ها و نیازهایی دارند، از این رو از خدمات غیرضروری کاسته و یا آن را حذف می‌نماید. به نظر بنده با افزایش کارایی^۱ و اثربخشی^۲ در ارائه خدمات، سودآوری بانک افزایش خواهد یافت.

د. سنجش کیفیت خدمت به مشتری: ماهیت اغلب این خدمات این چنین است که مشتری در فرایند ارائه خدمت حضور دارد. این بدین معناست که ادراک مشتری از کیفیت نه تنها از کیفیت واقعی بلکه هم چنین از فرایند ارائه آن متأثر است. کیفیت ادراک شده را در یک طیف می‌توان نشان داد که در یکسر آن کیفیت ایدئال قرار دارد، نقاط بین این دو حد درجات متفاوتی از کیفیت را نشان می‌دهد. با توجه به این که کیفیت را فراتر از انتظارات مشتریان تعریف کردیم؛ می‌توان کیفیت ادراک شده را به شکل زیر نشان داد:

کیفیت واقعی^۳ + کیفیت فرایند واقعی^۴ + انتظارات قبلی مشتری^۵ = کیفیت ادراک شده^۶

$$PQ = PCE + APQ + AOQ$$

این الگو نشان می‌دهد که انتظارات قبلی، با فرایند ارائه و کیفیت واقعی مقایسه شده و از طریق این مقایسه است که کیفیت ادراک می‌شود.

(۱) انتظار قبلی مشتری: آن چیزی است که مشتری تصور می‌کند در هنگام بهره‌گیری از خدمات بانک دریافت خواهد کرد. چندین عامل تصور قبلی مشتری را تحت تأثیر

¹ Efficiency

² Effectiveness

³ Actual Output Quality (AOQ)

⁴ Actual Process Quality (APQ)

⁵ Prior Customer Expectation (PCE)

⁶ Perceived Quality (PQ)

قرار می‌دهد که عبارت‌اند از: نیازهای شخص، تجربه گذشته، تبلیغات دهان‌به‌دهان، بازاریابی بانک، تصویر ذهنی؛ بنابراین ارائه‌کننده خدمات بانک‌ها می‌تواند از طریق بازاریابی و تلاش‌های ارتباطی بیرونی در شکل دادن انتظارات مشتریان فعالانه عمل کنند.

(۲) **کیفیت واقعی**^۱: سطح واقعی خدمات ارائه‌شده است که توسط ارائه‌کننده تعیین و کنترل می‌شود، لازم به ذکر است که کیفیت خدمت به‌وسیله ادراک مشتری بانک و نه ادراک ارائه‌کننده خدمات بانک تعیین می‌شود.

(۳) **کیفیت ادراک‌شده**: احساس مشتری درباره کیفیت است. سه امکان کلیدی نتایج کیفیت عبارت‌اند از:

i. **کیفیت رضایت‌بخش**: جایی که انتظارات مشتری دقیقاً محقق شده است.
($PQ=PCE$)

ii. **کیفیت ایدئال**: جایی که کیفیت ادراک‌شده بیشتر از انتظارات مشتری است.
($PQ>PCE$)

iii. **کیفیت غیرقابل پذیرش**: جایی که کیفیت ادراک‌شده کمتر از انتظارات مشتری است.
($PQ<PCE$)

ارائه‌کننده خدمات باید اطمینان حاصل کند که حالت (i) یا حالت (ii) در هر لحظه از زمان ارائه خدمت حاصل می‌شود. شرط رسیدن به این حالات این است که ارائه‌کنندگان خدمات بانک درک روشنی از کیفیت مورد انتظار مشتریان بانک به دست آورند. به‌علاوه برای آن‌که بانک‌ها از کیفیت به‌عنوان یک مزیت رقابتی استفاده نمایند، باید سطح کیفیت رضایت‌بخش و ایدئال فراتر از آنچه که رقبا ارائه می‌کنند به مشتریان خود عرضه کنند.

^۱ کیفیت واقعی به زبان ساده به معنای ویژگی‌ها و ویژگی‌های محصول یا خدمتی است که به‌طور واقعی و عملی تولیدشده و به مشتری یا مصرف‌کننده ارائه می‌شود. امین

مبحث پنجم: مدل کیفیت خدمت به مشتری

پیاده کردن برنامه مدیریت کیفیت استراتژیک^۱ نیازمند شناختی روشن از کیفیت، انتظارات



مشتریان، کیفیت ادراک‌شده،

مقیاس‌های کیفیت و عوامل عمومی

تعیین‌کننده کیفیت است. شناخت

موارد مذکور لازم است؛ ولی کافی

نیست، بلکه نیاز به مدل‌هایی است

که مدیریت را در شناخت کاستی‌ها و برنامه‌ریزی برای پیاده‌سازی برنامه بهبود کیفیت

استراتژیک^۲ یاری رسانند. به‌طورکلی یک مدل تلاش می‌کند تا ارتباطات مهمی که بین

متغیرها وجود دارد را نشان دهد.

الف. اجزای مقیاس کیفیت بر اساس مدل سروکوال^۳: این مقیاس شامل پنج بُعد است،

عوامل محسوس، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، قابلیت اطمینان و همدلی. هرکدام از این

ابعاد دارای چندین مؤلفه هستند که به‌وسیله یک مقیاس ۵ یا ۷ رتبه‌ای اندازه‌گیری

می‌شوند. مجموعاً این پنج بُعد به شرح زیر هستند:

۱. بعد اول عوامل محسوس:

- تجهیزات مدرن بانک؛
- امکانات فیزیکی قابل توجه بانک؛
- کارکنان بانک با ظاهر تمیز و آراسته؛
- مدارک منظم و مرتب.

۲. بعد دوم قابلیت اعتبار:

- انجام کار وعده داده‌شده تا زمان معین به مشتریان؛

^۱ Strategic Quality Management (SQM)

^۲ Strategic Quality Improvement (SQI)

^۳ مدل Servqual (مدل ارزیابی کیفیت خدمات) یک مدل شناخته‌شده برای سنجش کیفیت خدمات است که توسط

Parasuraman, Zeithaml و Berry در دهه ۱۹۸۰ توسعه یافت. این مدل به بررسی تفاوت بین انتظارات

مشتریان و تجربیات واقعی آن‌ها از خدمات ارائه‌شده می‌پردازد. هدف از مدل SERVQUAL، شناسایی شکاف‌های

کیفیت و کمک به سازمان‌ها برای بهبود خدمات خود است. امین

- نشان دادن علاقه خالصانه برای حل مشکلات مشتری؛
- انجام اصلاحات در اولین زمان؛
- ارائه خدمات در زمانی که وعده داده شده.

۳. بعد سوم پاسخگویی:

- کارکنان بانک به مشتریان می‌گویند که دقیقاً چه خدماتی را انجام خواهند داد؛
- کارکنان بانک خدمات فوری را به مشتریان ارائه می‌دهند؛
- کارکنان بانک همیشه برای کمک به مشتریان تمایل دارند؛
- کارکنان بانک در هر حال آماده پاسخ‌گویی به سؤالات مشتریان هستند.

۴. بعد چهارم اطمینان خاطر:

- رفتار کارکنان بانک به مرور اعتماد را در مشتریان ایجاد می‌کند؛
- مشتریان در تعاملات خود با بانک احساس امنیت می‌کنند؛
- کارکنان بانک همواره نسبت به مشتریان باادب رفتار می‌کنند؛
- کارکنان بانک برای پاسخگویی به سؤالات مشتریان دارای دانش کافی هستند.

۵. بعد پنجم همدلی:

- توجه فردی به مشتریان؛
- ساعات کاری مناسب برای تمامی مشتریان؛
- کارکنان به مشتریان توجه شخصی نشان می‌دهند؛
- کارکنان نیازهای خاص مشتریان را درک می‌کنند.

ب. مزایای بکارگیری سروکوآل:

- می‌توان کیفیت را با توجه به دیدگاه‌های مشتری بهبود بخشید.
- می‌توان تصورات و انتظارات مشتری را فراتر از زمان و اختلاف بین آن‌ها را دنبال کرد.
- می‌توان از این روش برای بهبود عملکرد بانک استفاده کرد.
- می‌توان از این روش برای مقایسه ادراکات و انتظارات گروه‌های مختلف مشتریان سود جست (شاهین، ۱۳۸۰).

ج. انتقادهایی علیه سروکوال: برخلاف کاربرد گسترده آن، سروکوال مورد انتقادها بوده است. از جمله:

- سروکوال در به کارگیری تئوری های اقتصادی، آماری و روان شناختی ناموفق است.
- شواهد کمی وجود دارد که مشتریان برحسب شکاف انتظارات - ادراک کیفیت خدمت را ارزیابی کنند.
- سروکوال صرفاً بر فرآیند ارائه خدمت تمرکز دارد نه بر ستانده خدمات (پاراسورامان و دیگران، ۱۹۸۸).

مبحث ششم: کیفیت خدمات

الف. مفهوم کیفیت خدمات: کیفیت خدمات به عنوان یک عنصر کلیدی موفقیت در جذب مشتریان شناسایی شده است؛ و اغلب در نظر رقیبان ارزش قابل توجهی دارند تا از این طریق بتوانند مزیت رقابتی در دنیای خدمات محور به دست آورند.



ادراک کیفیت خدمات مطالعات گسترده ای در طول سه دهه اخیر داشته است. به دلیل غیر محسوس بودن، ناهمگن بودن و طبیعت جدانشدنی خدمات، کیفیت

خدمات می تواند به عنوان «ارزیابی مشتریان از مزیت و برتری خدمات و محصولات» تعریف شود. خیلی از مدل ها توسعه یافته اند تا ادراک مشتریان از کیفیت خدمات را اندازه گیری کنند. تلاش های ابتدایی برای اندازه گیری کیفیت خدمات بر اساس پارادایم کیفیت خدمات توسط گرونیروس انجام گرفته است. او بین کیفیت خدمات فنی تمایز قائل شده است که اشاره به نتیجه عملکرد خدمات و کیفیت عملکرد وابسته به ادراک موضوعی از چگونگی تحویل خدمات است، دارد (مارتینز و دیگران، ۲۰۱۰).

در اولین گام برای درک کیفیت خدمات باید درک روشنی از مفاهیم کیفیت و خدمات داشته باشیم. به طور کلی می توان تعاریف زیر را برای آشنایی با مفهوم کیفیت و خدمات در نظر گرفت:

تعریف کیفیت: کیفیت هیچ معنا و مفهومی به جز آنچه مشتری واقعاً می خواهد، ندارد؛ به عبارت دیگر، زمانی یک خدمت یا محصول باکیفیت است که با خواسته ها و نیازهای مشتری مطابقت داشته باشد (کروزبی، ۱۹۸۴)..

تعریف خدمات: خدمات نوعی فعالیت اقتصادی است که با پیامد ایجاد تغییر موردنظر در دریافت کننده خدمت یا به نیابت از او در مکان ها و زمان های خاص برای مشتریان ایجاد ارزش می کنند؛ و منفعی را مهیا می کنند.

یا به عبارت دیگر، خدمت نتیجه ای است که مشتریان خواستار آن هستند. خدمت، فعالیت یا منفعتی است که یک طرف به طرف دیگر عرضه می کند که اساساً نامحسوس بوده و مالکیت چیزی را در بر ندارد. نتیجه ممکن است محصول فیزیکی یا غیرمادی باشد (کاتلر، ۱۳۸۲).

یا به عبارت دیگر، کیفیت خدمات عبارت است از تمرکز بر چیزی که به مشتریان تحویل داده می شود، موقعیتی که خدمات در آن ارائه می شود و این که آن خدمات چگونه ارائه می شود (رز و جواهری^۱، ۲۰۰۴).

یادداشت: امروزه بانک ها متوجه این موضوع شده اند که به منظور حفظ مشتریان خود و کسب مزیت رقابتی، بهبود کیفیت خدمات، یکی از موضوعات مهم و کلیدی است که باید همواره مدنظر قرار دهند. چراکه در تحقیق های مختلف مشخص گردیده است که کیفیت خدمات منجر به رضایت و وفاداری مشتریان شده و نهایتاً منجر به بقا و سودآوری بانک می شود. به طور خلاصه می توان گفت که رضایت مشتریان از خدمات دریافتی و بهبود کیفیت خدمات توسط بانک، دو شاخص مهم در ارزیابی عملکرد بانک به حساب می آیند.

ب. عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت خدمات: عبارت از چهار مورد زیر است:

¹ Ross & Juwaheer

- **افزایش انتظارات مشتریان از بانک‌ها:** طبق تحقیق واقعیت آن است که امروز انتظارات مشتریان در افغانستان نسبت به گذشته افزایش یافته است. افزایش انتظارات مشتریان را می‌توان به چندین عامل ربط داد، از جمله افزایش آگاهی‌ها و سطح دانش مشتریان، تبلیغات بانک، عملکرد رقبا و
- **شرایط داخلی بانک‌ها:** بانک‌ها با فعالیتهای ترفیعی خود انتظارات و خواسته‌های مشتریان را بالا می‌برند. در نتیجه مشتری زمانی که به بانک مراجعه می‌کند، انتظار خدمات وعده داده شده را دارد؛ بنابراین عملکرد بانک باید پاسخگوی انتظارات ایجاد شده در مشتریان باشد.
- **عوامل محیطی بانک‌ها:** عوامل محیطی از جمله عوامل سیاسی و قانونی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، بانک‌ها را وادار به ارائه خدمات باکیفیت‌تر می‌کند. امروز با گسترش دسترسی به اینترنت، مشتریان به راحتی می‌توانند اطلاعات جدید از سراسر جهان به دست بیاورند، این موضوع نیز خود باعث افزایش انتظارات مشتریان شده است.
- **فعالیت بانک‌های رقیب:** رقبا با تغییر مداوم خدمات و محصولات خود و چگونگی ارائه آن به مشتریان، مدام در حال متغیر کردن بازار هستند؛ و از این راهکار درصددند تا سهم بازار خود را افزایش دهند، این خود باعث افزایش انتظارات مشتریان می‌شود. این امر سایرین را وادار می‌سازد تا در جهت ارتقاء کیفیت خدمات خود گام بردارند.

مبحث هفتم: کیفیت خدمات الکترونیکی

با گسترش تجارت اینترنتی، واحدهای سنتی جای خود را به وبسایت‌ها داده‌اند. با



افزایش وبسایت‌ها و تجارت اینترنتی سرمایه‌گذاری شده در آن‌ها، ارزیابی کیفیت وبسایت‌ها مورد توجه قرار گرفته است.

بانک‌های تجاری بسیاری به منظور توسعه و نگهداری کیفیت درک شده وبسایت‌ها توسط مشتریان، در تمام جهان به صورت زمانی و مالی سرمایه‌گذاری

کرده‌اند. این وبسایت‌ها یک کانال ارتباطی و اطلاعاتی مؤثر بین بانک‌ها و مشتریان خود ایجاد می‌کنند. اندازه‌گیری کیفیت خدمات به‌دست‌آمده از طریق وبسایت‌ها در مرحله اول باکیفیت خدمات سنتی مقایسه می‌شوند (زیتامل، ۲۰۰۲).

نخستین تعریف رسمی از کیفیت خدمات الکترونیکی به‌وسیله زیتامل، مالهوترا و پاراسورامان (۲۰۰۳) ارائه‌شده است. در تعریف آن‌ها کیفیت خدمات الکترونیکی می‌تواند به‌صورت اندازه‌ای که یک وبسایت، خرید یا تحویل کارآمد و مؤثر یک کالا یا خدمات را تسهیل می‌نماید، تعریف می‌شود.

هم‌چنین در این تعریف مشاهده‌شده است که معنی خدمت دو حالت قبل و بعد وبسایت را شامل شده است. به‌منظور ارائه کیفیت خدمات سطح بالا، شرکت‌ها با نمایش وبسایت باید ابتدا بدانند که چگونه مشتریان کیفیت خدمات آنلاین را درک و ارزیابی می‌کنند.

اگرچه قیمت پایین و وجود وبسایت به‌عنوان یک‌راه موفقیت محسوب می‌شود؛ ولی مسئله کیفیت خدمات را نمی‌تواند مورد تأکید قرار دهد. همانند تهیه‌کنندگان اطلاعات، وبسایت‌ها نیز تهیه‌کنندگان خدمات می‌باشند؛ بنابراین مسائل مربوط به کیفیت خدمات از زمانی که کیفیت اطلاعات همراه با پذیرش کیفیت خدمات بوده مرتبط با وبسایت‌ها است. از دیدگاه سیستم‌های اطلاعاتی^۱ نظریه‌هایی شامل تئوری مقبولیت تکنولوژی، تئوری یکپارچه مقبولیت و استفاده یکپارچه از تکنولوژی موردتوجه قرار می‌گیرد.

۱ کیفیت خدمات در بانکداری الکترونیکی: امروزه بسیاری از بانک‌های ارائه‌کننده خدمات مالی تلاش بسیاری صرف تمرکز بر روی خواسته‌های مشتریان می‌کنند. یکی از اجزای کلیدی مشتری مداری پیاده‌سازی ابزاری است که اجازه توسعه روابط حسنه با مشتریان را به بانک‌ها می‌دهد. در میان تمامی صنایع، به علت تلاش بانک‌ها برای حفظ مزایای رقابتی خود در بازار، کیفیت خدمات هم‌چنان به‌عنوان یک عامل کلیدی و مهم باقی‌مانده است. به دلیل آن‌که خدمات مالی به‌ویژه بانک‌ها با خدماتی تقریباً یکسان در بازار به رقابت می‌پردازند، کیفیت این خدمات به‌عنوان وسیله اصلی

¹ Information System

برای رقابت به شمار می‌آید به گونه‌ای که کیفیت به عنوان مهم‌ترین عامل موفقیت خدمات مالی نوین محسوب می‌گردد.

یادداشت: خدمات باکیفیت باعث گسترش آوازه بانک شده و علاوه بر حفظ مشتریان سابق باعث جذب مشتریان جدید نیز می‌گردند؛ و سودآوری بانک را افزایش می‌دهند. با وجود اهمیت این مقوله برای صنعت بانکداری تنها تعداد معدودی تحقیق انجام گرفته وجود دارند که خواسته‌های مشتریان و عناصر خدمات را یکجا در نظر گرفته باشند درحالی که تعداد بسیار زیادی مطالعه در رابطه باکیفیت خدمات انجام گرفته است. در صنعت بانکداری دو گونه متداول اینترنتی وجود دارد که عبارت‌اند از: بانک‌های الکترونیکی و شعبات الکترونیکی.

بانک الکترونیکی: مؤسسه‌ای بانکی است که تنها بر روی اینترنت وجود دارد. این ساختار این امکان را می‌دهد که بانکی بدون اسناد متداول کاغذی، محدودیت‌های جغرافیایی و بدون داشتن ساعت آغاز و پایان کار در گوشه و کنار جهان به وجود آید.

شعبه الکترونیکی: بانکی سنتی است که خدماتی را بر روی شبکه اینترنت به مشتریان خود ارائه می‌کند. اگرچه بانک‌های الکترونیکی به تدریج جایگاه خود را بین عموم گسترش می‌دهند؛ اما تحلیلگران بر این باورند که حداقل در آغاز، مشتریان استفاده از شعبات الکترونیکی را به بانک‌های الکترونیکی ترجیح می‌دهند (شعبانی ایلانی، ۱۳۸۶).

۲ **بانکداری الکترونیکی و نقش آن در کیفیت خدمات:** خدمات الکترونیکی را خدمات اطلاعاتی تعاملی نیز تعریف می‌کنند که از یک طرف اطلاعات مشتریان که از طریق فرایند خدمات الکترونیکی جمع‌آوری شده است می‌تواند توسط تأمین‌کنندگان این خدمات گردآوری و تجزیه و تحلیل شوند؛ و به عنوان مبنایی برای خدمات سفارشی مشتریان مورد استفاده قرار گیرند؛ و از طرفی دیگر تبادل خدمات الکترونیکی و تحویل آن‌ها برای مشتریان می‌تواند از طریق مبادله اطلاعات با تأمین‌کنندگان خدمت انجام شود. در میان تمامی صنایع، به علت تلاش بانک‌ها برای

حفظ مزایای رقابتی خود در بازار، کیفیت خدمات هم چنان به صورت یک عامل کلیدی و مهم باقی مانده است.

توسعه شگفت‌انگیز تکنالوژی اطلاعات و ارتباطات جهان و به تبع آن دنیای بانکداری را به سرعت دگرگون ساخته است. همان‌طور که مباحث قبلی ذکر شد، خدمات بانکداری الکترونیکی به شیوه‌های گوناگون از جمله بانکداری خانگی، بانکداری موبایل، خودپرداز، فروش نقطه‌ای و بانکداری انترنتی قابل ارائه است.

یادداشت: آمارها مبین رشد روزافزون و چشمگیر بانکداری الکترونیکی در جهان است. فراگیری این تکنالوژی موجب توسعه زیرساخت‌ها، رشد فراگیر تکنالوژی‌های مرتبط و تدوین استانداردها در سطح بین‌المللی شده است. از سوی دیگر مزایای بانکداری الکترونیکی در ارائه خدمات باکیفیت بهتر به مشتریان و بهبود شاخص بهره‌وری در بانک‌ها توجه محققان زیادی را در جهان به خود معطوف کرده است. بانک‌ها می‌توانند برای ارائه خدمات باکیفیت برتر از ابزارهایی که در این راه می‌تواند به آن‌ها کمک کند، به مهندسی کیفیت خدمات خود اقدام کنند. ماهیت تعاملی بانکداری الکترونیکی فرصتی را برای دستیابی به درک عمیق‌تر مشتریان ایجاد می‌نماید.

برای موفق شدن در عرصه بانکداری الکترونیکی، ضروری است که بانک‌ها اساس و اصول داخلی‌شان را برای مؤثر و قابل اجرا بودن تغییر دهند. نحوه جدیدی از تجارت مشتمل بر اجتماع وفق یافته بانک، تکنالوژی و فرایندها باید شکل بگیرد. بنابراین یک موضوع مهم، مهندسی مجدد فرایندهای بانک می‌باشد که فرایندهای مربوط به تکنالوژی را دربرمی گیرد. توسعه یکپارچگی و بهبود خدمات مالی برای تطابق با نیاز مشتری باید یک موضوع فعال رقابتی بین بخش مالی بانک‌ها باشد.

مبحث هشتم: امنیت در بانکداری الکترونیکی

قابلیت اعتماد بودن بخش اساسی برای کیفیت خدمت است. در بانکداری الکترونیکی



توجه به جنبه امنیت و اعتماد و محرمانه بودن از موضوعات اساسی و مهم است (لیانو و چانگ، ۲۰۰۲).

استفاده از اینترنت در بانکداری الکترونیکی همیشه مزایا و

فرصت‌های فراوانی را فراهم می‌کند؛ اما ریسک‌های امنیتی گوناگون را نیز به همراه دارد. در بانکداری آنلاین که مبتنی بر اینترنت است نیز به دلیل استفاده مشتریان از کمپیوترهای مختلف، خطرات مختلف بانک‌ها را تهدید می‌کند (طالب، ۱۳۸۸).

اطمینان در مورد امنیت تا جایی است که بانکداری الکترونیکی ایمن بودن اطلاعات مالی و شخصی افراد را تضمین می‌کند. در بانکداری الکترونیکی تمام تراکنش‌ها در یک سرور مطمئن بانک انجام می‌شود. بانک تمام داده‌ها و نرم‌افزارهای لازم را برای انجام تراکنش‌ها دارد. مشتریان وارد نرم‌افزارهای بانکداری الکترونیکی می‌شوند و از مزیت‌های خدمات بانکداری الکترونیکی بهره‌مند می‌شوند. خدمات معمولی بانک شامل دسترسی به حساب کاربری و بازنگری آن، انتقال پول بین حساب‌ها و پرداخت صورت‌حساب‌ها است.

۱. امنیت در بانکداری الکترونیکی: روش‌های حفاظت امنیتی که توسط بانک‌ها

پیشنهاد می‌شود و مشتریان نیز انتظار آن‌ها را دارند، شامل موارد زیر است:

الف. روش‌های حفاظت امنیتی بانک‌ها:

- واضح و مشخص بودن آدرس دقیق وب‌سایت تأیید شده مؤسسه پولی و مالی در نشریات بانک؛
- تأیید و تصدیق وب‌سایت از طریق گواهی‌نامه‌های دیجیتال؛
- نمایش شواهد حفاظت‌های امنیتی در صفحه‌نمایش مثل آیکن قفل؛
- حفاظت PIN و رمز عبور؛

- محافظت در مقابل ویروس‌ها؛
 - قرار دادن محدودیت برای مشتریانی که در وبسایت شناسایی نشده‌اند و محدودیت در دسترسی به کُدها.
- ب. افزایش اعتماد کاربران تجارت الکترونیکی و بانک الکترونیکی: موارد زیر برای افزایش اعتماد کاربران تجارت الکترونیکی و بانک الکترونیکی در جهت انجام فعالیت‌های تجاری مطرح می‌شود:
- **محافظت^۱:** فرایندی که طی آن مشخص می‌شود کدام مشتریان متقاعد می‌شوند تا اطلاعات‌شان به قدر کفایت توسط گردآورندگان اطلاعات جمع‌آوری شود.
 - **تائید^۲:** از آنجایی که به راحتی می‌توان نمونه‌های گوناگونی از یک وبسایت تهیه کرد با استفاده از امکان اشتباه در نام دامنه و یا موارد مشابه آن، امکان سوءاستفاده بسیاری از افراد سودجو مهیا می‌شود. منظور از تائید اطمینان دادن به مشتری از این جهت است که تراکنش‌هایی که از طریق وبسایت انجام می‌دهد با سایت واقعی و اصلی بانک موردنظرش صورت گرفته باشد.
 - **تصدیق^۳:** منظور از تصدیق این است که یک گروه سوم (شخص ثالث) به عنوان ناظر حضورداشته باشد تا گواهی دهد که تراکنش‌ها بین چه افرادی صورت گرفته است؛ و به عبارتی فعالیت در اینترنت از این طریق گرنتی شود.
 - **رد انکار^۴:** مکانیسمی برای اطمینان از این است که کمپیوتر مشتری با سرور بانک ارتباط برقرار نموده است و بالعکس. به این ترتیب گروه‌های شرکت‌کننده در این ارتباطات قادر به انکار فعالیت خود نخواهند بود.
- ج. **مسئله امنیت در بانکداری موبایل:** بانکداری موبایل دارای دو بخش است: یکی گوشی موبایل^۵ و دیگری بانک است. مطالعات نشان می‌دهد که امکان تهدید

¹ Protection

² verification

³ Authentication

⁴ Non-Repudiation

^۵ تلفن‌های که در دست کاربر است. امین

امنیتی در معاملات پرداخت با استفاده از دستگاه موبایل وجود دارد^۱ (گویال و دیگران، ۲۰۱۲).

ح. اهداف امنیتی در به کارگیری خدمات بانکداری الکترونیکی: به طور کلی به کارگیری هر تکنالوژی جنبه های امنیتی خاص خود را دارد. در ادامه به برخی موارد کلی و اهداف امنیتی مورد نظر در به کارگیری خدمات بانکداری الکترونیکی اشاره می کنیم:

- پیشگیری از تراکنش های غیرمجاز و سرقت پول؛
- پیشگیری و شناسایی جعل هویت؛
- حفظ یکپارچگی داده های بانکی؛

^۱ تهدیدات امنیتی در معاملات پرداخت با موبایل در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد، به ویژه در کشورهایی که استفاده از سیستم های پرداخت موبایلی و تکنالوژی های مشابه در حال گسترش هستند. این تهدیدات می توانند شامل حملات هکری، سرقت اطلاعات حساس، سوءاستفاده از آسیب پذیری های نرم افزاری، و کلاهبرداری های آنلاین باشند. برخی از کشورهایی که به دلیل استفاده گسترده از دستگاه های موبایل برای پرداخت ها، ممکن است تهدیدات امنیتی بیشتری در این زمینه تجربه کنند عبارت اند از:

۱. چین: باوجود استفاده گسترده از پرداخت های موبایلی مانند WeChat Pay و Alipay، تهدیدات امنیتی در این کشور وجود دارد که به دلیل حجم بالای تراکنش های مالی و کاربران، ممکن است هدف حملات سایبری قرار بگیرند.

۲. هند: یکی از بزرگترین بازارهای پرداخت موبایلی در جهان را دارد و اپلیکیشن هایی مانند Paytm و PhonePe در این کشور رایج است. این کشور با چالش های امنیتی در زمینه حفاظت از اطلاعات کاربران و جلوگیری از کلاهبرداری های مالی مواجه است.

۳. آفریقای جنوبی: با توجه به افزایش استفاده از پرداخت های موبایلی، تهدیدات امنیتی در این کشور نیز در حال افزایش است. حملات فیشینگ و دسترسی غیرمجاز به حساب های بانکی از جمله تهدیدات رایج در این منطقه هستند.

۴. آمریکا: باوجود اینکه استفاده از پرداخت های موبایلی در آمریکا به میزان گسترده ای افزایش یافته است (از طریق اپلیکیشن هایی مانند Apple Pay و Google Pay)، تهدیدات امنیتی مانند حملات به دستگاه های موبایل، سرقت اطلاعات شخصی، و هک شدن حساب های بانکی نیز وجود دارد.

۵. برزیل: در برزیل نیز پرداخت های موبایلی در حال رشد است و تهدیدات امنیتی شامل سرقت اطلاعات کارت های بانکی و حملات سایبری به سیستم های پرداخت موبایلی می باشد. در تمام این کشورها، افزایش آگاهی مردم در مورد امنیت دیجیتال و استفاده از روش های احراز هویت قوی مانند شناسایی بیومتریک، کدهای تأیید دومرحله ای (FA۲)، و به روز نگه داشتن نرم افزارها می تواند تا حد زیادی از تهدیدات امنیتی بکاهد. امین

- حفظ دسترس پذیری خدمات بانکی؛
- عدم افشای اطلاعات محرمانه مشتریان و حفظ حریم خصوصی آنان (لامعی و تعویذی، ۱۳۹۰).

خ. فکتورهای امنیت تراکنش‌های الکترونیکی: امنیت اطلاعات فرایندی است که بانک از طریق آن سیستم‌ها، تجهیزات و شبکه‌های دربرگیرنده اطلاعات حیاتی را حفاظت کرده و ایمن می‌کند. امنیت تراکنش‌های الکترونیکی به فکتورهای زیر بستگی دارد:

- فکتورهای سیستمی: زیرساخت‌های فنی.
 - فکتورهای تراکنشی: پرداخت امن بر طبق قوانین تعریف شده.
 - فکتورهای قانونی: چهارچوب قانونی (کریمی و همکاران، ۱۳۹۱).
۲. سطوح اهداف امنیتی خدمات بانکداری الکترونیکی: برای نیل به اهداف امنیتی، می‌توان خدمات بانکداری الکترونیکی را در سه سطح سرور، رسانه انتقال و مشتری طبقه‌بندی و مکانیسم‌های امنیتی قابل ارائه در هر سطح برشمرد.
- سطح اول امنیت سرور:

- تصدیق اصالت و مجاز شناسی کاربر؛
- حفظ امنیت فیزیکی سرور؛
- پیاده‌سازی خط‌مشی‌های راهبری امن سرور؛
- مانیتورینگ امنیت سرور.

سطح دوم امنیت رسانه انتقال:

- پیشگیری از شنود ارتباط با استفاده از رمزنگاری؛
- مقابله با جعل هویت و حملات فردی در میان؛
- ایجاد کانال امن بر بستر شبکه‌های عمومی؛
- جلوگیری از تغییرات غیرمجاز داده‌ها در هنگام انتقال یا شناسایی آن‌ها.

سطح سوم امنیت سمت کاربر:

- محافظت در برابر بدافزارهایی مانند ¹keylogger، ویروس‌ها با استفاده از ضد بدافزارها؛
- مقابله با Phishing و جملات مبتنی بر مهندسی اجتماعی؛
- آگاهی‌رسانی و آموزش کاربر؛
- شاخص‌های امنیتی نرم‌افزار (لامعی و تعویذی، ۱۳۹۰).

مبحث نهم: اعتماد مشتری در بانکداری الکترونیکی

اعتماد از زمان آغاز تاریخ انسان‌ها و وجود تعاملات اجتماعی انسان وجود داشته است.

تقریباً هر جنبه‌ای از زندگی یک فرد بر اساس نوعی اعتماد است. باین‌حال، در حال حاضر محققان در عملیاتی کردن این‌که دقیقاً چه چیزی اعتماد است مشکل دارند؛ و آن‌ها حتی در تعاریف اولیه هم باهم اختلاف دارند.

تعریف: محققان اعتماد را به‌عنوان پذیرش و تائید و یا به‌عنوان ابزاری که منجر به کاهش پیچیدگی می‌گردد، تعریف می‌نمایند (مارش، ۱۹۹۴).

تعداد تعاریف زیادی که از اعتماد در ادبیات وجود دارد به‌احتمال زیاد با توجه به دو دلیل است. اول، اعتماد یک مفهوم انتزاعی است. دوم، اعتماد یک مفهوم چندوجهی که دارای ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری است.

محققان نقش و اهمیت اعتماد در بانک‌ها را موردبررسی قرار داده‌اند. همان‌طور که ترکیب نیروی کار در تغییر تنوع و ساختار بانک افزایش می‌یابد، اعتماد نیز به‌عنوان یک

¹ کیلاگر (Keylogger) یک نوع نرم‌افزار یا سخت‌افزار است که به‌طور پنهانی فعالیت‌های کلید زنی (typing) کاربر را بر روی صفحه‌کلید ثبت و ذخیره می‌کند. این ابزار به‌منظور ردیابی و ثبت کلیدهایی که کاربر وارد می‌کند طراحی شده است. کیلاگر می‌تواند به‌طور مخفیانه روی سیستم نصب شود و تمامی اطلاعات واردشده توسط کاربر، از جمله کلمات عبور، پیام‌ها، ایمیل‌ها و حتی جزئیات کارت اعتباری را ضبط کند. امین

مکانیسم کنترل که کارکنان را قادر به همکاری باهم برای تولید بیشتر و مؤثر می‌سازد شناخته می‌شود (مایر، دیویس، اسکورمن^۱، ۱۹۹۵).

با ظهور تجارت الکترونیک و انجام مبادلات گسترده از طریق آن، بحث اعتماد الکترونیکی در تجارت الکترونیکی مطرح می‌گردد و دائماً بر اهمیت آن افزوده می‌شود. اعتماد الکترونیکی به نگرش فردی مورد انتظار در یک وضعیت پرخطر اینترنتی است که از آسیب‌پذیری فرد سوءاستفاده نخواهد شد. هم‌چنین اعتماد الکترونیک در بانکداری الکترونیکی به تمایل مشتریان به انجام امور بانکی به‌صورت اینترنتی است. با این انتظار که بانک به تعهدات خود عمل خواهد کرد؛ و از توانایی‌های نظارتی و کنترلی خود سوءاستفاده نخواهد کرد.

۱. **اهمیت اعتماد:** ایجاد اعتماد الکترونیکی به‌عنوان مرحله اولیه و زیربنای شکل‌گیری یک تعامل الکترونیکی است. دلیل اهمیت اعتماد در مباحث الکترونیکی و تعاملات الکترونیکی به دلیل بالاتر بودن سطح عدم قطعیت تراکنش اقتصادی تجارت الکترونیکی نسبت به تجارت سنتی و عدم قابلیت کاربرد بسیاری از راه‌کارهای ایجاد اعتماد دنیای سنتی در فضای تجارت الکترونیکی است. تراکنش‌های اقتصادی در دنیای اینترنت، ریسک‌های متعددی به همراه دارد. این ریسک‌ها یا در ارتباط با زیرساخت‌های تکنالوژی در تبادل اطلاعات (عدم قطعیت‌های وابسته به سیستم) بوده و یا این‌که در ارتباط با عوامل دخیل در تراکنش‌های اینترنتی (عدم قطعیت‌های وابسته به تراکنش) است. اعتماد در فعالیت‌های الکترونیکی، عدم اطمینان و ریسک اجتناب‌ناپذیر است؛ و طرفین در فرایند مبادله غایب هستند. محیط اینترنت دارای تمامی این ویژگی‌ها است که باعث افزایش عدم اطمینان شده و امکان مشاهده طرف مقابل وجود ندارد؛ و به دلیل اهمیت اعتماد در محیط اینترنت، اعتماد عامل اصلی در رشد تجارت الکترونیکی و خصوصاً بانکداری الکترونیک است (استلیک، ۲۰۱۱).

۲. **مشخصات اعتماد:** اعتماد آنلاین دارای ویژگی‌های مشابه به اعتماد آفلاین است؛ اما برخی تفاوت مهم وجود دارد که در یک محیط آنلاین منحصر به فرد هستند. این تفاوت‌ها می‌تواند به عنوان نقطه شروع برای جستجوی عمیق‌تر از ماهیت اعتماد در زمینه‌های آنلاین باشد. ویژگی‌های اعتماد آنلاین به شرح زیر است:

- **اعتماد کننده و اعتماد شونده:** این‌ها دو عنصر حیاتی ایجاد رابطه اعتماد در دنیای آنلاین هستند؛ اما آن‌ها در مورد افراد خاصی کاربرد دارند. در موقعیت آفلاین، وضعیت اعتماد کننده و اعتماد شونده می‌تواند توسط اشخاص زیادی پر شود در حالی که در اعتماد آنلاین اعتماد کننده معمولاً مشتری است که از وبسایت استفاده می‌کند و اعتماد شونده نیز تاجری است که این وبسایت را ارائه کرده است.

- **آسیب‌پذیری:** به خاطر پیچیدگی و ناشناخته بودن تجارت الکترونیک، تاجران می‌توانند به شیوه‌ای غیرقابل پیش‌بینی در اینترنت عمل کنند. مصرف‌کنندگان اغلب در مورد ریسک‌های ارائه شده و نتایج کامل آن‌ها در هنگام معاملات آنلاین اطمینان ندارند.

- **رفتار ناشی از اعتماد:** اعتماد مصرف‌کننده در تجارت آنلاین باعث ایجاد دو نوع خاص از عمل مصرف‌کننده می‌شود. یک: خرید آنلاین از تاجر که اغلب شامل کارت اعتباری و اطلاعات شخصی در معامله است. دو: تماشای فروشگاه الکترونیکی بازرگان است.

- **موضوعیت ذهنی:** مانند اعتماد آفلاین که به تفاوت‌های فردی و عوامل موقعیتی مربوط است. اعتماد آنلاین نیز ذاتاً یک موضوع ذهنی است. سطح اعتماد کافی و مورد نظر برای هر فرد جهت انجام مبادلات آنلاین متفاوت است. همچنین مردم نگرش‌های متفاوتی به تکنالوژی دارند.

عوامل مؤثر بر اعتماد: عبارت از موارد زیرند:

أ. **متغیرهای فردی:** متغیرهایی است که در رابطه با خود مشتری بوده و بر اعتماد وی در تجارت الکترونیکی مؤثر است، آن‌ها به عوامل شخصیتی، مهارتی و

نگرشی به عنوان عوامل مؤثر بر اعتماد توجه کرده‌اند (حسینی و همکاران، ۱۳۷۸).

ب. سهولت و سودمندی ادراکی از عناصر کلیدی در توصیف پذیرش تکنالوژی اطلاعات و بانکداری انترنتی از سوی مشتریان است. آن‌ها سودمندی ادراکی را به صورت زیر تعریف کرده‌اند: «سودمندی ادراکی میزانی که افراد تصور می‌کنند استفاده از یک تکنالوژی خاص سبب بهبود عملکرد وی در بانک می‌شود؛ و یا به انجام بهتر کار کمک می‌کند، این کمک می‌تواند از طریق کاهش زمان انجام وظیفه یا ارائه اطلاعات به هنگام باشد.»

تحقیقات نشان می‌دهد که سودمندی ادراکی بر قصد استفاده افراد از خدمات بانکداری الکترونیکی تأثیر دارد. درواقع می‌توان این طور بیان نمود که دلیل استفاده افراد از سیستم بانکداری انترنتی آن است که آن‌ها این سیستم را برای انجام معاملات بانکی خود مفید می‌دانند. با توجه به تحقیقات فوق فرضیات اول و دوم این گونه بیان می‌شوند:

H1. نگرش مشتریان بر اعتماد مشتریان تأثیر مثبت دارد.

H2. مهارت مشتریان بر اعتماد مشتریان تأثیر مثبت دارد.

ج. **متغیرهای مربوط به بانک:** متغیرهای مربوط به بانک، متغیرهایی که مرتبط با خود بانک و یا وب سایتی که به ارائه خدمات به صورت انترنتی می‌پردازد؛ می‌باشند. در برخی مطالعات به نقش و اهمیت عوامل مربوط به طراحی وبسایت توجه کرده‌اند و شیوه طراحی وبسایت را عامل ایجاد اعتماد در مشتریان می‌دانند. چهارچوب ارائه شده توسط این محققان به این شرح است (وانگ و امورین، ۲۰۰۵).

- **بعد گرافیکی:** این بعد بیانگر عوامل طراحی گرافیکی است که مشتریان برای اولین بار با آن برخورد می‌کنند.
- **بعد ساختار طراحی:** این بعد بیانگر سازمان‌دهی کلی و چگونگی دستیابی به اطلاعات موجود در وبسایت است. کاربران باید بتوانند اطلاعاتی که در وبسایت به دنبال آن هستند را به راحتی بیابند.

- **بعد محتوایی:** این بعد بیانگر اجزای اطلاعاتی است که به صورت متنی و یا گرافیکی در وبسایت وجود دارد.
- **بعد عوامل اجتماعی:** این بعد بیانگر لزوم در نظر گرفتن عوامل اجتماعی در وبسایت مانند وجود تعاملات چهره به چهره و نیز استفاده از وسایل ارتباطی تأمین کننده این امر در وبسایت است (وانگ و امورین، ۲۰۰۵).
- یادداشت:** خدمات پس از فروش برای خدمت یا محصول، هم چنین وجود خط مشی های برگشت دادن محصول در افزایش اعتماد مشتریان در تجارت الکترونیک بسیار مؤثر است (حسینی و همکاران، ۱۳۸۷).
- بنابراین با توجه به مطالعات پیشین فرضیات سوم و چهارم تحقیق به شکل ذیل بیان می شوند.

H3. ابزارهای الکترونیک بر اعتماد مشتریان تأثیر مثبت دارد.

H4. آمیخته بازاریابی بانک بر اعتماد مشتریان تأثیر مثبت دارد.

- د. **متغیرهای زیرساختی:** متغیرهای زیرساختی متغیرهایی هستند که به عوامل محیطی و پیرامونی تجارت الکترونیک ارتباط دارند و وجود آنها پیش زمینه ای برای انجام مبادلات الکترونیکی است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۰).
- بنابراین با توجه به تحقیقات انجام گرفته می توان فرضیه پنجم را این گونه بیان کرد:

H5. زیرساخت های مخابراتی بر اعتماد مشتریان تأثیر مثبت دارد.

- ه. **تصویر ذهنی:** در مورد تصویر ذهنی گفته شده که: مجموعه ای از عناصری است که فراتر از درک صرف فرد تشکیل می شود. در این راستا برخی نویسندگان تصویر ذهنی بانک را «نتیجه خالص تعامل از همه تجربیات، برداشتها، باورها و احساسات و دانش مردم در مورد بانک» می دانند. درونی سازی این عناصر به این معناست که محققان، تصویر ذهنی را به عنوان یک مفهوم غیرقابل لمس می شناسند و این که می تواند توسط هر فرد از روش خودش درک شود؛ بنابراین هرگز ادراک یک نفر با فرد دیگری یکسان نخواهد بود. با استفاده از این استدلال، محققان بیان کرده اند که تصویر بانک تنها یک موضوع واحد نیست،

چون هر گروه از مردم بر اساس نوع تجارب و رابطه با بانک، برداشت خود را از آن دارد (فلاوین و همکاران، ۲۰۰۴).

تصویر ذهنی مجموع ادراکات در مسیری است که بانک خود را معرفی نموده است. تصویر ذهنی در ذهن مشتری از طریق فرآیند و رویه‌ای شکل می‌گیرد که به موجب آن اطلاعات در ذهن مشتری به شکل معانی مشخص و طبقه‌بندی شده سازمان‌دهی می‌گردد.

عوامل مؤثر بر تصویر ذهنی

- در تحقیقی مجموعه‌ای از ۵ عامل در ادبیات موضوع شناسایی نمودند که دارای تأثیر بالقوه‌ای بر ادراکات مشتریان از تصویر ذهنی است، هویت بانک، شهرت و اعتبار بانک، خدمات ارائه شده توسط بانک، محیط فیزیکی بانک، برخورد و رفتار کارکنان بانک (لی بلانس^۱ و همکاران، ۱۹۹۶).
 - در تحقیقی دیگر عوامل مؤثر بر تصویر ذهنی را در ده بخش قیمت محصولات و خدمات بانک، خدمات پس از فروش، شیوه دریافت وجوه از مشتریان، اجرای کامل تعهدات، تنوع محصولات در بانک، رعایت موازین اخلاقی، رشد نسبی مستمر بانک، خلاقیت و نوآوری، دسترسی به محصولات، کیفیت خدمات معرفی کرده‌اند (مقدمی و زارع، ۱۳۸۷).
- بنابراین با توجه به تحقیقات یادشده در زمینه تصویر ذهنی می‌توان فرضیه ششم را این گونه بیان کرد که:

H6. اعتماد مشتریان بر تصویر ذهنی آنان تأثیر مثبت دارد.

مبحث دهم: اینترنت و نقش آن در بانکداری الکترونیکی

اینترنت عموماً به مجموعه‌ای از شبکه‌ها گفته می‌شود که اولاً به صورت فیزیکی به هم



متصل هستند. ثانیاً می‌تواند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و منابع اطلاعاتی را باهم به اشتراک بگذارند؛ و ثالثاً تحت پروتکل واحد و یا پروتکل‌های سازگار باهم به صورت یک شبکه واحد، عمل کنند. برای اینکه چنین شبکه‌ای بتواند برقرار شود، شبکه‌ها و کامپیوترهای

موجود در اینترنت باید به یکی از دو طریق زیر عمل کنند:

- i. به کارگیری زبان یکسان برای برقراری ارتباط با یکدیگر.
 - ii. به کارگیری مترجم و مفسر مناسب برای درک زبان یکدیگر.
 - iii. اینترنت برای کاربران خود امکان دسترسی به انواع اطلاعات مورد نیاز به صورت متن، صوت، تصویر، نرم‌افزارها و ... را فراهم می‌کند. کاربران با استفاده از اینترنت می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این تسهیلات با استفاده از مجموعه‌ای از سرویس‌ها و ابزارهای متنوع ارتباطی و مبادله کننده اطلاعات صورت می‌گیرد. ایمیل، انتقال فایل، تور جهان گستر^۱ تنها گوشه‌ای از این سرویس‌ها است.
 - iv. نحوه شناسایی یک ایستگاه کاری به صورت سرویس گیرنده یا سرویس دهنده در محیط شبکه محلی، شهری و یا جهانی می‌تواند به اشکال زیر باشد:
- از طریق نام کامپیوتر^۲: هر کامپیوتر دارای یک نام است و در محیط شبکه می‌توان از طریق این نام کامپیوتر، مورد نظر را شناسایی کرد.
 - از طریق شماره منحصر به فرد کارت شبکه^۳: هر کارت شبکه استاندارد دارای یک شماره شناسه منحصر به فردی است که می‌توان در محیط شبکه از طریق این شماره شناسه کامپیوتر مورد نظر را شناسایی کرد.

¹ World Wide Web

² Hosity Name

- از طریق آدرس پروتکل اینترنت^۱: در محیط شبکه اینترنت هر کامپیوتر متصل به این شبکه جهانی دارای یک IP حقیقی است که کامپیوترهای دیگر در صورت عدم وجود این شناسه بر اساس نوع طبقه این IP می‌توانند به اینترنت متصل شوند.
- ۱. **وسعت اینترنت:** یکی از شاخص‌هایی که می‌توان میزان گسترش تجارت و بانکداری الکترونیکی در یک کشور را به وسیله آن سنجید، میزان نفوذ اینترنت است. به نحوی که می‌توان برحسب سهم جمعیتی و میزان نفوذ اینترنت، کشورها و مناطق را در خصوص میزان توسعه و گسترش تجارت و بانکداری الکترونیکی به طبقات مختلف «بالا»، «متوسط» و «پایین» تقسیم نمود.
- ۲. شکی نیست که گسترش اینترنت و افزایش تعداد کاربران موجب گسترش تجارت الکترونیکی گردیده است؛ اما این بدان معنی نیست که افزایش تعداد کاربران به همان میزان موجب افزایش تجارت الکترونیکی گردد. در کشورهای در حال توسعه مثل افغانستان کاربران اینترنتی که در فعالیت‌های تجارت الکترونیکی دخالت دارند خیلی کمتر از سطح میانگین این شاخص قرار دارند. شاید این امر به دلیل بازدهی کم سرمایه و پایین بودن سطح استفاده از کارت‌های اعتباری و فقدان خدمات و یا پشتیبانی ضعیف باشد.
- ۳. **دسترسی و کیفیت اینترنت:** دسترسی به اینترنت و کامپیوتر لازمه استفاده از بانکداری اینترنتی (یکی از خدمات بانکداری الکترونیکی) است. دسترسی وسیع‌تر به اینترنت امکان استفاده گسترده از بانکداری اینترنتی را فراهم می‌کند. عدم دسترسی به اینترنت و کامپیوتر یکی از دلایل استفاده محدود از بانکداری اینترنتی می‌دانند. در واقع بدون وجود اینترنت با سرعت و کیفیت مناسب استفاده از بانکداری اینترنتی امکان‌پذیر نیست (پیکارین و همکاران، ۲۰۰۴).
- ۴. آمار دقیق کاربران اینترنت در افغانستان تا سال ۲۰۲۴ در دسترس نیست؛ اما بر اساس گزارش‌های سال‌های اخیر، می‌توان به برخی اطلاعات کلی اشاره کرد:

³ Media Access Address

¹ Internet Protocol Address

- **رشد اینترنت:** در سال‌های اخیر، تعداد کاربران اینترنت در افغانستان رشد چشمگیری داشته است. تا سال ۲۰۲۲، گزارش‌ها نشان می‌دهند که تعداد کاربران اینترنت در افغانستان حدود ۱۰ میلیون نفر بوده است.
- **دسترسی به اینترنت:** دسترسی به اینترنت در افغانستان بیشتر از طریق گوشی‌های موبایل صورت می‌گیرد. استفاده از اینترنت موبایل در مناطق شهری نسبت به روستایی بیشتر است.
- **خواننده محترم!** برای آمار دقیق‌تر و به‌روزتر، معمولاً باید به گزارش‌های رسمی از سازمان‌های بین‌المللی مثل اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU¹) یا وزارت مخابرات افغانستان مراجعه کنید.

¹ اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU) سازمانی وابسته به سازمان ملل متحد است که مسئول هماهنگی و استانداردسازی در زمینه‌های مختلف مخابرات و تکنالوژی اطلاعات در سطح جهانی است. این اتحادیه به کشورهای عضو کمک می‌کند تا شبکه‌های مخابراتی خود را با استانداردهای بین‌المللی تطبیق دهند و به توسعه خدمات و زیرساخت‌های ارتباطی در سطح جهانی بپردازند. امین

فصل هفتم

روش‌شناسی تحقیق

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

۱. روش تحقیق؛
۲. جامعه آماری؛
۳. روش نمونه‌گیری؛
۴. ابزار تحقیق؛
۵. روایی پرسشنامه؛
۶. پایایی پرسشنامه؛
۷. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها؛
۸. روش گردآوری داده‌ها؛
۹. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.

آغاز بحث

هدف از انتخاب روش تحقیق^۱ تعیین روش و شیوه‌ای مناسب برای بررسی موضوعی خاص است. دستیابی به هدف‌های علمی میسر نخواهد بود؛ مگر زمانی که با روش‌شناسی درست صورت پذیرد؛ به عبارت دیگر، تحقیق از حیث روش است که اعتبار می‌یابد نه موضوع تحقیق (خاکی، ۱۳۸۲).

پایه هر علمی، روش شناخت آن است و اعتبار و ارزش قوانین هر علمی به روش‌شناختی مبتنی است که در آن علم به کار می‌رود. تحقیق توصیفی به تحقیقی گفته می‌شود که محقق به توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک پدیده می‌پردازد. در این روش محقق با استفاده از روش‌های مختلف جمع‌آوری اطلاعات سعی می‌کند تا تصویری نسبتاً درست از پدیده موردنظر خود ارائه دهد (داور، ۱۳۸۸). هدف روش توصیفی، توصیف و یا توضیح شرایط موجود به صورت منظم است.

^۱ در سال ۱۳۹۷ در پوهتون کابل زمانی که من در حال خواندن کارگاه آموزشی روش تحقیق بودم؛ و استاد دکتر حکمت یامان تقی‌آبادی استاد دانشگاه آزاد اسلامی برایم روش تحقیق تدریس می‌کرد؛ همیشه با خودم فکر می‌کردم که «این روش‌ها و تکنیک‌ها در کجا و چگونه به درد خواهد خورد؟» چون احساس می‌کردم که همه چیز تئوری است؛ و نمی‌توانستم تصور کنم که چگونه می‌توانم این اصول و روش‌ها را در دنیای واقعی به کار ببرم؛ اما باگذشت زمان و انجام این پروژه تحقیقی، متوجه شدم که هرکدام از این مفاهیم دقیقاً در لحظات خاصی کاربرد دارند؛ و به من کمک می‌کنند تا به نتایج بهتری دست‌یابم. اکنون می‌فهمم که این آموزش‌ها، حتی زمانی که به نظر می‌رسید بی‌فایده هستند، اساس تمام کارهای تحقیقاتی و علمی آینده من خواهند بود. همین‌جا جا دارد از استاد یامان سپاسگزاری کنم. امین

۱. روش تحقیق

این تحقیق دارای دو بخش نظری و تجربی است در بخش نظری از روش کتابخانه‌ای و در بخش تجربی از روش پیمایشی استفاده شده است. شایان ذکر است که در یک بخش تحقیق کاملاً به موضوعات بانکداری الکترونیکی پرداخته شده است.^۱ روش پیمایشی عام‌ترین روش تحقیق در علوم اجتماعی است. روش مذکور روشی است برای گردآوری داده‌ها (اطلاعات) که در آن از گروه‌های معینی از افراد خواسته می‌شود به تعدادی پرسش مشخص پاسخ دهند. این پاسخ‌ها مجموعه اطلاعات تحقیق را تشکیل می‌دهند. پیامد روش پیمایشی برای محقق دسته‌ای از پاسخ‌هاست که غالباً گزینه‌های ثابت پرسش‌ها هستند؛ و از مجموع آن‌ها می‌توان برای سنجش خصوصیات و نگرش گروه‌های اجتماعی معین استفاده نمود.

۲. جامعه آماری

جامعه عبارت است از تعدادی از عناصر مطلوب موردنظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند. صفت مشخصه صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایزکننده جامعه آماری از سایر عوامل باشد. جامعه آماری نمونه‌ها و گروه‌ها این تحقیق کلیه مشتریان عزیزی بانک مرکزی و همچنان کارمندان وزارت امور شهدا و معلولین که به نحوه مشتری عزیزی بانک هم هستند. در این تحقیق پاسخ‌دهندگان از بین تمام مشتریان بانک، چه آن‌ها که از خدمات بانکداری الکترونیکی عزیزی بانک استفاده می‌کنند و چه آن‌ها که استفاده نمی‌کنند؛ و در ساعت‌های مختلف و در روزهای مختلف در بانک حضور داشتند و من هم مبالغه نشود هرروز عزیزی بانک می‌رفتم؛ انتخاب شده‌اند.

^۱ قبل از من، در مورد بانکداری الکترونیکی در افغانستان هیچ تحقیق جامع و دقیقی انجام نشده بود. موضوع بانکداری الکترونیکی، باوجود اهمیت فزاینده‌اش در دنیای معاصر، در افغانستان کمتر موردتوجه قرار گرفته بود؛ و بیشتر تحقیقاتی که انجام می‌شد، سطحی و پراکنده بودند. در این زمان، بانکداری الکترونیکی به‌عنوان یک مفهوم نوین در کشور به‌خوبی شناخته نشده است و بسیاری از افراد از پتانسیل‌های آن بی‌خبر هستند. در این شرایط، من تصمیم گرفتم تا در این حوزه تحقیق کنم و بررسی کنم که چگونه می‌توان از بانکداری الکترونیک برای بهبود دسترسی به خدمات مالی، تسهیل تراکنش‌ها و افزایش امنیت مالی در افغانستان استفاده کرد. این تحقیق به‌عنوان اولین گام در جهت روشن کردن مسیر بانکداری الکترونیکی در کشور و ارتقاء آگاهی عمومی از مزایای آن مطرح شد. امین

۳. روش نمونه‌گیری

نمونه حاصل گردآوری اطلاعات فقط درباره تعدادی از اعضای جامعه آماری مورد تحقیق است. هدف از مطالعه نمونه، کسب اطلاع در مورد جامعه‌ای است که نمونه از آن انتخاب شده است. حجم نمونه این تحقیق با استفاده از فرمول کوکران^۱ شامل ۳۲۲ نفر از کاربران بانکداری الکترونیکی در کابل در رده سنی مختلف می‌باشند که به روش تصادفی انتخاب شده‌اند. فرمول به شرح زیر است:

- حجم جامعه آماری $(N) = 2000$ نفر؛
- ضریب اطمینان (t) یا $Z = 96/1$ ؛
- مقادیر صفت مشاهده شده $(p) = 5/0$ ؛
- مقادیر صفت مشاهده نشده $(q) = 5/0$ ؛
- درصد خطا $(d) = 01/0$.

$$n = \frac{\frac{Z^2 Pq}{d^2}}{N + \frac{1}{N} \left(\frac{Z^2 Pq}{d^2} - 1 \right)} \Rightarrow n = 322$$

۴. ابزار تحقیق

ابزار این تحقیق پرسشنامه‌ای شامل ۲۲ سؤال در طیف لیکرت است. در این پرسشنامه کاملاً موافقم کد ۵، موافقم ۴، بی‌نظر ۳، مخالفم ۲، کاملاً مخالفم ۱ است.

^۱ کوکران در مطالعات تحقیقی یکی از فرمول‌های پرکاربرد برای تعیین حجم نمونه می‌باشد. کوکران در سال ۱۹۷۷ در کتاب خود فرمول‌های کوکران برای تعیین حجم نمونه داده‌های پیوسته و گسسته را ارائه داده است. از جمله موارد بسیار مهمی که در استفاده از این فرمول‌های باید در نظر گرفت ماهیت متغیر مهم و مورد بررسی در مطالعه می‌باشد. در مواردی که حجم جامعه معلوم باشد؛ و حجم نمونه تعیین شده از ۵٪ حجم جامعه فراتر رود می‌توان از فرمول تصحیح حجم نمونه کوکران برای جوامع محدود استفاده کرد. استفاده از این فرمول باعث می‌گردد که تا حدودی حجم نمونه نهایی در مطالعه کاهش یابد. امین

در سؤالات پرسشنامه تحقیق از مقیاس پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده شده است.

طیف	کاملاً موافقم	موافقم	بی نظر	مخالفم	کاملاً مخالفم
امتیاز	۵	۴	۳	۲	۱

پرسشنامه این تحقیق شامل دو بخش اصلی است:

I. **مشخصات پاسخ‌دهنده:** این بخش از پرسشنامه مرتبط با ویژگی‌های جمعیت

شناختی پاسخ‌دهندگان (تحصیلات، وظیفه، سن و میزان درآمد) است.

II. **سؤالات مرتبط با متغیرهای تحقیق:** این بخش از پرسشنامه متغیرهای تحقیق را

اندازه‌گیری می‌کند که شامل ۲۲ سؤال می‌باشد.^۱

۵. روایی پرسشنامه

منظور از روایی^۲ این است که مقیاس و محتوای ابزار یا سؤالات مندرج در ابزار دقیقاً متغیرها و موضوع مورد مطالعه را بسنجد؛ یعنی اینکه هم داده‌های گردآوری شده از طریق ابزار مازاد بر نیاز تحقیق نباشد؛ و هم اینکه بخشی از داده‌های مورد نیاز در رابطه با سنجش متغیرها در محتوای ابزار حذف نشده باشد؛ یا به عبارت دیگر، عین واقعیت را به خوبی نشان دهد (حافظ نیا، ۱۳۸۴).

پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق که از مدل مفهومی تحقیق استخراج شده است با کار نسبتاً زیادی که به لحاظ زمانی روی شاخص‌ها و نحوه مطرح کردن سؤالات این تحقیق انجام شده است.

۶. پایایی پرسشنامه

پایایی^۳ عبارت است از اینکه اگر یک وسیله‌ی اندازه‌گیری که برای سنجش متغیر و صفتی ساخته شده در شرایط مشابه در زمان یا مکان دیگر مورد استفاده قرار گیرد، نتایج مشابهی

^۱ جدول شامل شماره سؤالات پرسشنامه مرتبط با فرضیه‌ها بود که به منظور جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای تحقیق تنظیم شده بود؛ اما با توجه به این که مخاطبان این کتاب از طیف‌های مختلف و متنوعی هستند و برخی از آن‌ها ممکن است آشنایی کامل با جزئیات فنی و تخصصی تحقیق نداشته باشند، تصمیم گرفتیم این جدول را حذف کنیم

تا مطالب به شکل عمومی‌تر و قابل فهم‌تری ارائه شوند. امین

^۲ Validity

^۳ Reliability

از آن حاصل شود؛ به عبارت دیگر، ابزار پایا یا معتبر ابزاری است که از خاصیت تکرارپذیری و سنجش نتایج یکسان برخوردار باشد (حافظ نیا، ۱۳۸۴).

برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری شیوه‌های مختلفی وجود دارد که یکی از آن‌ها روش آلفای کرونباخ^۱ است. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه بکار می‌رود. در این ابزار پاسخ هر سؤال می‌تواند مقادیر عددی مختلف را اختیار کند. در این تحقیق پایایی پرسشنامه با استفاده از روش اندازه‌گیری آلفای کرونباخ به وسیله نرم‌افزار SPSS محاسبه شده که برابر است با (۰/۸۱۳) که عددی قابل قبول است.

آلفای کرونباخ عددی بین صفر تا یک است، که هر چه مقدار به دست آمده در تحقیق به عدد یک نزدیک‌تر باشد، به معنی پایایی پرسشنامه خواهد بود. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده برابر با (۰/۸۱۳) است، با توجه به نزدیک بودن مقدار آلفای کرونباخ به یک می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه از ضریب اعتماد بالایی برخوردار است.

۷. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

به طور کلی رویه ارزیابی و تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق از معادلات ساختاری استفاده شده است که با استفاده از مدل معادلات ساختاری به بررسی ارتباط میان متغیرها پرداخته شده است؛ و صحت فرضیه‌ها در اینجا مورد آزمون قرار می‌گیرند.

۸. روش گردآوری داده‌ها

مرحله گردآوری داده‌ها آغاز فرآیندی است که طی آن محقق یافته‌های میدانی و کتابخانه‌ای را گردآوری می‌کند؛ و به روش استقرایی به طبقه‌بندی و سپس تجزیه و تحلیل آن‌ها می‌پردازد و فرضیه‌های تدوین شده خود را مورد ارزیابی قرار می‌دهد؛ و در نهایت

^۱ آزمون کرونباخ آلفا (Cronbach's alpha) یا قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه یک آزمون آماری است که حاصل آن یک ضریب به نام آلفای کرونباخ می‌باشد، برای آزمون قابلیت اعتماد یا پایایی (Reliability) پرسشنامه‌ای که به صورت طیف لیکرت طراحی شده و جواب‌های آن چندگزینه‌ای می‌باشند، به کار می‌رود. منبع: ویکی‌پدیا. ویراستیار

پاسخ مسئله خود را به اتکای آن‌ها می‌یابد، به عبارتی محقق به اتکای اطلاعات گردآوری شده واقعیت و حقیقت را آن‌طور که است کشف می‌نماید (حافظ نیا، ۱۳۸۹). برای تهیه ادبیات موضوع در تحقیق حاضر با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای شامل مقالات انگلیسی و فارسی، کتاب‌ها، مجلات، فصل‌نامه‌ها و نیز استفاده از اینترنت، همچنین برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه با استفاده از مقیاس ۵ گزینه‌ای استفاده و روش ارسال و جمع‌آوری آن به وسیله مراجعه حضوری انجام شد.

۹. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در تحلیل‌های تک متغیره و توصیفی از آمار توصیفی همچون محاسبه درصدها، فراوانی و شاخص‌های دیگر استفاده شده است. تمامی تحلیل‌های آماری توسط نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

فصل هشتم

تجزیه و تحلیل داده‌ها

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

مبحث اول: تجزیه و تحلیل آمار توصیفی؛

مبحث دوم: آمار توصیفی سؤالات پرسشنامه؛

مبحث سوم: بررسی روابط بین فرضیه‌های تحقیق؛

مبحث چهارم: بررسی عوامل دموگرافیک.

آغاز بحث

دوستان عزیز، بعد از آنکه داده‌ها^۱ را گردآوری، استخراج و طبقه‌بندی نمودیم و جدول‌های توزیع فراوانی و نسبت‌های توزیع را تهیه کردیم، باید مرحله جدیدی از فرآیند تحقیق که به مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها معروف است، آغاز نماییم. این مرحله در تحقیق اهمیت زیادی دارد؛ زیرا نشان‌دهنده‌ی تلاش‌ها و زحمات فراوان محققان گذشته است. تجزیه و تحلیل به عنوان مرحله‌ای علمی از پایه‌های اساسی هر تحقیق می‌باشد که به وسیله آن کلیه فعالیت‌های تحقیق تا رسیدن به نتیجه کنترل هدایت می‌شوند؛ به عبارت دیگر، تجزیه و تحلیل نتایج عبارت از روشی است که به وسیله آن کل تحقیق از انتخاب مسئله تا

^۱ خواننده عزیز، در یک تحقیق، داده‌ها به اطلاعاتی گفته می‌شود که از طریق روش‌های مختلف جمع‌آوری می‌شوند تا به پاسخ‌گویی به سؤالات تحقیق یا بررسی فرضیات کمک کنند. داده‌ها اساساً مواد خام برای تجزیه و تحلیل در فرآیند تحقیق هستند و دارای انواع زیرند:

۱. **داده‌های کمی:** این نوع داده‌ها معمولاً به صورت عددی هستند و می‌توانند شامل مقادیر، اندازه‌گیری‌ها، و شاخص‌ها باشند. برای مثال، تعداد افراد، درآمد ماهانه و...

۲. **داده‌های کیفی:** این نوع داده‌ها به صورت غیر عددی هستند و شامل اطلاعات توصیفی می‌شوند. برای مثال، مصاحبه‌ها، نظرات، تجربیات و...

داده‌ها می‌توانند از منابع مختلفی جمع‌آوری شوند، مانند:

پرسشنامه‌ها: اطلاعات از افراد از طریق پرسش‌ها جمع‌آوری می‌شود.

مشاهدات: مشاهده رفتار یا وضعیت‌ها به طور مستقیم.

مصاحبه‌ها: جمع‌آوری اطلاعات از طریق گفتگو با افراد.

اطلاعات موجود: استفاده از منابع موجود مانند آمار دولتی یا مقالات تحقیقاتی قبلی.

رسیدن به یک نتیجه، مورد کنترل قرار می‌گیرد که این تجزیه و تحلیل شامل تحلیل‌های توصیفی و در صورت دارا بودن مدل برای تحقیق، مدل نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این تحقیق اطلاعات لازم برای تحقیق از پرسشنامه‌ای که اعتبار آن مورد آزمون قرار گرفته شده بود، جمع‌آوری شد. سپس با استفاده از نرم‌افزار SPSS با اعمال آزمون‌های آماری مناسب با توجه به فرضیات تحقیق، تجزیه و تحلیل گردید؛ و اکنون این نتایج را در این فصل بیان می‌نمایم.^۱

مبحث اول: تجزیه و تحلیل آمار توصیفی

همان‌طور که می‌دانیم آمار توصیفی^۲ تنظیم و طبقه‌بندی داده‌ها، نمایش ترسیمی و محاسبه مقادیری از قبیل نما، میانگین، میانه و ... است که حاکی از مشخصات یکایک اعضای جامعه مورد بحث است. در آمار توصیفی اطلاعات حاصل از یک گروه، همان گروه را توصیف می‌کند؛ و اطلاعات به دست آمده به دسته‌ها مشابه تعمیم داده نمی‌شود. به طور کلی از سه روش در آمار توصیفی برای خلاصه‌سازی داده‌ها استفاده می‌شود: استفاده از جدول و نمودار^۳ که در این بخش ما به بررسی و بیان جدول برای تمام سؤالات و مشخصه‌های موجود در پرسشنامه می‌پردازیم.

همان‌گونه که در پرسشنامه مشاهده می‌شود آمار توصیفی ما از دو بخش در پرسشنامه تشکیل شده است که در بخش اول آمار توصیفی به بررسی پاسخ‌های جامعه به مشخصات فردی‌شان پرداخته می‌شود:

^۱ شایان ذکر است در کنار تحصیلات عالی‌ام؛ بنده فارغ‌التحصیل چهارده پاس رشته ادبیات دری در سال ۱۴۰۰ از دارالمعلمین خصوصی موج کوثر هستم؛ و در راستای ویرایش فنی و نشانه‌گذاری کتاب، بخش زیادی از این کار را به طور مستقل انجام داده‌ام. همچنین، ویرایش محتوایی کتاب توسط استاد محترم طارق حق‌جو، استاد دانشکده ادبیات فارسی در پوهنتون کابل، صورت گرفته است. امین

^۲ Descriptive statistics

^۳ در طراحی کتاب، ابتدا تصمیم داشتیم از نمودارهایی که در اکسل ایجاد کرده بودیم نیز استفاده کنیم تا اطلاعات به صورت بصری به خواننده ارائه شوند؛ اما با در نظر داشت مشوره استادان عزیز به دلیل اینکه ممکن بود برای خواننده سردرگمی ایجاد شود و تمرکز اصلی بر روی تحلیل داده‌ها باشد، تصمیم گرفتیم فقط از جدول‌ها استفاده کنیم. این کار باعث می‌شود تا خواننده به راحتی به جزئیات داده‌ها دسترسی داشته باشد و تحلیل‌ها به شکلی شفاف‌تر و بدون پیچیدگی‌های اضافی ارائه شوند. امین

- سؤالات مربوط مشخصات فردی؛
- سؤالات مربوط به طرح فرضیه‌ها؛
- بررسی روابط برقرارشده بین سؤالات مطرح شده در پرسشنامه.

پرسشنامه این تحقیق شامل دو بخش اصلی است:

الف. مشخصات پاسخ‌دهنده: این بخش از پرسشنامه مرتبط با ویژگی‌های جمعیتی شناختی پاسخ‌دهندگان (تحصیلات، وظیفه، سن و میزان درآمد) که شامل ۱۰ سؤال است.

ب. سؤالات مرتبط با متغیرهای تحقیق: این بخش از پرسشنامه متغیرهای تحقیق را اندازه‌گیری می‌کند که شامل ۲۲ سؤال می‌باشد.

بخش اول پرسشنامه که عبارت از ده سؤال زیر است:

سؤال اول: پاسخ‌دهنده عزیز، لطف نموده محدوده سن‌تان را در یکی از گزینه‌های زیر انتخاب کنید.

۱. زیر ۲۰ سال ۲. ۲۰ تا ۳۰ سال ۳. ۳۰ تا ۴۰ سال ۴. ۴۰ تا ۵۰ سال ۵. ۵۰ سال به بالا

سؤال دوم: پاسخ‌دهنده عزیز، لطف نموده میزان تحصیلات خود را در یکی از گزینه‌های زیر انتخاب کنید.

۱. دوازده‌پاس ۲. چهارده‌پاس ۳. فارغ مدرسه دینی ۴. لیسانس ۵. ماستر

سؤال سوم: پاسخ‌دهنده عزیز، میزان درآمد (معاش) خود را در یکی از گزینه‌های زیر انتخاب کنید.

۱. زیر ۲۰ هزار افغانی ۲. ۲۰ تا ۵۰ هزار افغانی ۳. ۵۰ تا ۱۰۰ هزار افغانی ۴. ۱۰۰ هزار به بالا

سؤال چهارم: پاسخ‌دهنده عزیز، از خدمات بانکداری الکترونیکی در کجا استفاده می‌کنید؟

۱. در خانه استفاده ۲. در محل کار استفاده ۳. در فروشگاه‌ها استفاده ۴. در بانک استفاده ۵. در سایر جاها استفاده

می‌کنم می‌کنم می‌کنم می‌کنم می‌کنم

سؤال پنجم: پاسخ‌دهنده عزیز، چند بار از این خدمات استفاده می‌کنید؟

۱. هرروز استفاده می‌کنم ۲. هر هفته یک‌بار استفاده می‌کنم ۳. هرماه یک‌بار استفاده می‌کنم

سؤال ششم: پاسخ‌دهنده عزیز، به‌طور متوسط چند بار در یک ماه از این خدمات استفاده می‌کنید؟

۱. ۱ تا ۲ مرتبه ۲. ۳ تا ۴ مرتبه ۳. ۵ تا ۶ مرتبه ۴. بیشتر از ۶ مرتبه

سؤال هفتم: پاسخ‌دهنده عزیز، تعداد انجام تراکنش در هر بار استفاده چند مرتبه است؟

۱. ۱ تا ۲ مرتبه ۲. ۳ تا ۴ مرتبه ۳. ۵ تا ۶ مرتبه ۴. بیشتر از ۶ مرتبه

سؤال هشتم: پاسخ‌دهنده عزیز، از خدمات مبتنی بر کارت‌های اعتباری‌تان چند بار استفاده می‌کنید؟

۱. هیچ‌وقت ۲. یک‌بار در سال ۳. یک‌بار در شش ماه ۴. یک‌بار در ماه ۵. یک‌بار در هفته
۶. نمی‌دانم

سؤال نهم: پاسخ‌دهنده عزیز، شما در مورد بانکداری الکترونیکی از طریق کدام گزینه زیر اطلاعات کسب کردید؟

۱. بانک ۲. رادیو تلویزیون ۳. اینترنت ۴. دوست ۵. تبلیغات ۶. سایر منابع ۷. نمی‌دانم

سؤال دهم: پاسخ‌دهنده عزیز، استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی برای شما چه لذت دارد؟

۱. مفرح است ۲. خوش‌آیند است ۳. هیجان‌انگیز است ۴. عاقلانه است

سؤال ۱: جدول سن پاسخ‌دهندگان

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۵/۲	۱۵/۲	۱۵/۲	۴۹	زیر سال ۲۰
۴۶/۹	۳۱/۷	۳۱/۷	۱۰۲	۲۰ تا ۳۰ سال
۷۴/۵	۲۷/۶	۲۷/۶	۸۹	۳۰ تا ۴۰ سال
۹۲/۲	۱۷/۷	۱۷/۷	۵۷	۴۰ تا ۵۰ سال
۱۰۰	۷/۸	۷/۸	۲۵	۵۰ سال به بالا
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره یک ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان برحسب سن

تشریح جدول^۱: تشریح جدول بالا را در دو کتگوری مورد بحث قرار می‌دهیم:

الف. نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که درصد پاسخ‌دهندگان قرار زیر است:

- ۱۵/۲ درصد پاسخ‌دهندگان در رده سنی زیر ۲۰ سال قرار دارند.
- ۳۱/۷ درصد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار دارند.
- ۲۷/۶ درصد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال قرار دارند.
- ۱۷/۷ درصد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال قرار دارند.
- ۷/۸ درصد پاسخ‌دهندگان در گروه سنی ۵۰ سال به بالا قرار دارند.

ب. نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی قرار زیر است:

- در این تحقیق گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال دارای بیشترین فراوانی است.
- گروه سنی ۵۰ سال به بالا دارای کمترین فراوانی است.

^۱ دوستان عزیز، در اینجا فقط یک جدول سؤال اول را به‌طور نمونه برای شما تشریح می‌کنم تا بتوانید بهتر مفهوم را درک کنید. بقیه جدول‌ها را به دلیل صرفه‌جویی در وقت، به‌طور کوتاه بیان خواهم کرد. هدف این است که شما به درک کلی از اطلاعات برسید بدون اینکه وقت زیادی صرف توضیحات طولانی شود. امین

سؤال ۲: جدول میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۵/۹	۵/۹	۵/۹	۱۹	دوازده پاس
۴۷/۲	۴۱/۳	۴۱/۳	۱۳۳	چهارده پاس
۶۴/۹	۱۷/۷	۱۷/۷	۵۷	فارغ مدرسه دینی
۹۳/۲	۲۸/۳	۲۸/۳	۹۱	لیسانس
۱۰۰	۶/۸	۶/۸	۲۲	ماستر
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره دو ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان برحسب تحصیلات

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- افراد دارای سند چهارده پاس^۱ دارای بیشترین فراوانی می‌باشند.
- افراد دارای مدرک ماستری دارای کمترین فراوانی می‌باشند.

سؤال ۳: جدول میزان درآمد (معاش) پاسخ‌دهندگان

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۲۶/۴	۲۶/۴	۲۶/۴	۸۵	زیر ۲۰ هزار افغانی
۶۷/۴	۴۱/۰	۴۱/۰	۱۳۲	۲۰ تا ۵۰ هزار افغانی
۹۱/۶	۲۴/۲	۲۴/۲	۷۸	۵۰ هزار تا ۱۰۰ هزار افغانی
۱۰۰	۸/۴	۸/۴	۲۷	۱۰۰ هزار به بالا
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره سه ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان برحسب میزان درآمد

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- افراد دارای درآمد ۲۰ هزار تا ۵۰ هزار افغانی دارای بیشترین فراوانی می‌باشند.
- افراد دارای درآمد ۱۰۰ هزار به بالا دارای کمترین فراوانی می‌باشند.

^۱ چهارده پاس در سیستم آموزشی افغانستان به معنی یک دوره تحصیلی است که معادل ۱۴ سال تحصیل می‌باشد. این دوره شامل دور لیسه مکتب و دوساله یک انستیتیوت است. امین

سؤال ۴: جدول استفاده پاسخ‌دهندگان از خدمات بانکداری الکترونیکی

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۳۰/۷	۳۰/۷	۳۰/۷	۹۹	در خانه استفاده می‌کنم
۶۵/۸	۳۵/۱	۳۵/۱	۱۱۳	در محل کار استفاده می‌کنم
۶۷/۴	۱/۶	۱/۶	۵	در فروشگاه‌ها استفاده می‌کنم
۹۴/۱	۲۶/۷	۲۶/۷	۸۶	در بانک استفاده می‌کنم
۱۰۰	۵/۹	۵/۹	۱۹	سایر
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره چهار ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان به سؤال استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی در محل کار با ۳۵/۱ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
- گزینه استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی در فروشگاه با ۱/۶ درصد کم‌ترین فراوانی می‌باشد.

سؤال ۵: چند بار از این خدمات استفاده می‌کنید؟

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۵۳/۴	۵۳/۴	۵۳/۴	۱۷۲	هر روز استفاده می‌کنم
۸۳/۲	۲۹/۸	۲۹/۸	۹۶	هر هفته یک‌بار استفاده می‌کنم
۱۰۰	۱۶/۸	۱۶/۸	۵۴	ماهی یک‌بار استفاده می‌کنم
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره پنج ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان به سؤال هرچند وقت یک‌بار از این خدمات استفاده می‌کنید؟

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه هر روز استفاده می‌کنم با ۵۳/۴ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
- گزینه ماهانه یک‌بار استفاده می‌کنم با ۱۶/۸ درصد کم‌ترین فراوانی می‌باشد.

۱۸۰ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

سؤال ۶: به طور متوسط چند بار در یک ماه از این خدمات استفاده می کنید؟

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۳۰/۷	۳۰/۷	۳۰/۷	۹۹	یکتا دومرتبه
۴۹/۴	۱۸/۶	۱۸/۶	۶۰	سه تا ۴ مرتبه
۶۳/۴	۱۴/۰	۱۴/۰	۴۵	پنج تا ۶ مرتبه
۱۰۰	۳۶/۶	۳۶/۶	۱۱۸	بیشتر از ۶
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره شش ترتیب جدول پاسخ دهندگان به سؤال به طور متوسط چند بار در ماه از این خدمات استفاده می کنید؟

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه بیشتر از ۶ مرتبه استفاده با ۳۶/۶ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
- و گزینه ۵ تا ۶ مرتبه با ۱۴/۰ درصد دارای کمترین فراوانی در بین پاسخ ها می باشند.

سؤال ۷: تعداد انجام تراکنش در هر بار استفاده چند مرتبه است؟

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۵۸/۱	۵۸/۱	۵۸/۱	۱۸۷	یکتا دومرتبه
۸۲/۳	۲۴/۲	۲۴/۲	۷۸	سه تا ۴ مرتبه
۹۰/۷	۸/۴	۸/۴	۲۷	پنج تا ۶ مرتبه
۱۰۰	۹/۳	۹/۳	۳۰	بیشتر از ۶
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره هفت ترتیب جدول پاسخ دهندگان به سؤال تعداد انجام تراکنش در هر بار استفاده **تشریح جدول:** نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه یکتا دومرتبه انجام تراکنش با ۵۸/۱ درصد بیشترین فراوانی می باشد.
- گزینه ۵ تا ۶ مرتبه با ۸/۴ درصد دارای کمترین فراوانی در بین پاسخ ها می باشند.

سؤال ۸: خدمات مبتنی بر کارت‌های اعتباری

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۲/۸	۲/۸	۲/۸	۹	هیچ وقت
۱۱/۵	۸/۷	۸/۷	۲۸	یک بار در سال
۱۸/۹	۷/۵	۷/۵	۲۴	یک بار در شش ماه
۴۵/۳	۲۶/۴	۲۶/۴	۸۵	یک بار در ماه
۹۶/۶	۵۱/۲	۵۱/۲	۱۶۵	یک بار در هفته
۱۰۰	۳/۴	۳/۴	۱۱	نمی دانم
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره هشت ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان به سؤال زمان استفاده از کارت‌های اعتباری
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه یک بار در هفته با ۵۱/۲ درصد بیشترین فراوانی را دارا می‌باشد.
- گزینه نمی‌دانم با ۳/۴ درصد کمترین فراوانی را در بین گزینه‌ها شامل می‌شود.

سؤال ۹: من در مورد بانکداری الکترونیکی از طریق... اطلاعات کسب کرده‌ام.

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۳۱/۷	۳۱/۷	۳۱/۷	۱۰۲	بانک
۴۰/۱	۸/۴	۸/۴	۲۷	رادیو تلویزیون
۵۶/۸	۱۶/۸	۱۶/۸	۵۴	انترنت
۶۵/۲	۸/۴	۸/۴	۲۷	دوستم
۹۳/۸	۲۸/۶	۲۸/۶	۹۲	تبلیغات
۹۸/۸	۵/۰	۵/۰	۱۶	سایر منابع
۱۰۰	۱/۲	۱/۲	۴	نمی دانم
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره نهم ترتیب جدول پاسخ‌دهندگان به سؤال منابع کسب اطلاعات
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه کسب اطلاعات از طریق بانک با ۳۱/۷ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
- گزینه نمی‌دانم با ۱/۲ درصد کمترین فراوانی را دارا می‌باشد.

۱۸۲ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

سؤال ۱۰: استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی برای تان چه لذت دارد؟

جمع درصد	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۹/۶	۹/۶	۹/۶	۳۱	مفرح است
۲۷/۳	۱۷/۷	۱۷/۷	۵۷	خوش آیند است
۳۷/۰	۹/۶	۹/۶	۳۱	هیجان انگیز است
۱۰۰	۶۳/۰	۶۳/۰	۲۰۳	عاقلانه است
	۱۰۰	۱۰۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره ده ترتیب جدول پاسخ دهندگان به سؤال چگونگی استفاده از خدمات الکترونیکی

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- ۶۳ درصد پاسخ دهندگان استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی را عاقلانه دانسته اند.
- ۱۷/۷ آن را کاری خوش آیند عنوان نموده اند.
- گزینه های مفرح و هیجان انگیز ۹/۶ درصد پاسخ ها را به خود اختصاص داده اند.

مبحث دوم: آمار توصیفی سؤالات پرسشنامه

ب. این بخش از پرسشنامه متغیرهای تحقیق را اندازه‌گیری می‌کند که شامل ۲۲ سؤال قرار زیر می‌باشد.

۱. سرعت اینترنت برای من زیاد است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۲. اتصال من به اینترنت قابل اطمینان است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۳. من معلومات زیادی در مورد خدمات بانکداری الکترونیکی دارم.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۴. من معلومات زیادی در مورد فواید استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی دارم.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۵. استفاده از بانکداری الکترونیکی به من اجازه می‌دهد تا سریع‌تر کارهایم را انجام دهم.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۶. استفاده از بانکداری الکترونیکی به من اجازه می‌دهد تا عملکرد بهتری در انجام امور بانکی خود داشته باشم.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۷. استفاده از بانکداری الکترونیکی به من اجازه می‌دهد تا میزان بهره‌وری را افزایش دهم.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی‌نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۸. استفاده از بانکداری الکترونیکی اثربخشی مرا افزایش می‌دهد.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۹. استفاده از بانکداری الکترونیکی انجام کارهای بانکی را برای من آسان تر می کند.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۰. عمدتاً خدمات بانکداری الکترونیکی برای من در انجام امور بانکی مفید است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۱. یادگیری بانکداری الکترونیکی برای من آسان است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۲. من کاری را که می خواهم انجام بدهم به آسانی با خدمات بانکداری الکترونیکی برایم قابل انجام است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۳. انجام خدمات الکترونیکی برایم قابل فهم و شفاف است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۴. من به دنبال خدمات بانکداری الکترونیکی هستم که قابل انعطاف باشد؛ و بتوانم با آن ارتباط بهتری پیدا کنم.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۵. برای من کسب مهارت در انجام خدمات بانکداری الکترونیکی بسیار آسان است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۶. انجام خدمات بانکداری الکترونیکی برای من آسان است.

(۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۷. امنیت استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی برای مسایل مالی قابل قبول است.

۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۸. من به توانایی خدمات بانکداری الکترونیکی برای حفظ امنیت اطلاعاتم باور دارم.

۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۱۹. من به تکنالوژی که خدمات بانکداری الکترونیکی از آن استفاده می کند اعتماد دارم.

۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۲۰. من به خدمات بانکداری الکترونیکی به عنوان یک بانک مجازی اعتماد دارم.

۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۲۱. من در مورد امنیت فضای مجازی برای انجام امور بانکی خود نگران نیستم.

۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

۲۲. مسئله امنیت تأثیری در میزان استفاده من از خدمات بانکداری الکترونیکی ندارد.

۱) کاملاً مخالف (۲) مخالف (۳) بی نظر (۴) موافق (۵) کاملاً موافق

تشریح جدول‌های آمار توصیفی سؤالات پرسشنامه

سؤال ۱: سرعت اتصال به اینترنت برای من زیاد است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۹/۶	۹/۶	۹/۶	۳۱	کاملاً موافق
۴۲/۲	۳۲/۶	۳۲/۶	۱۰۵	موافق
۶۶/۸	۲۴/۵	۲۴/۵	۷۹	بی نظر
۹۵/۳	۲۸/۶	۲۸/۶	۹۲	مخالف
۱۰۰/۰	۴/۷	۴/۷	۱۵	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره یک ترتیب جدول پاسخ سؤال اول توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی

در این تحقیق قرار زیر است:

۱۸۶ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

- گزینه موافق با ۳۲/۶ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف با ۴/۷ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.
- سؤال ۲: اتصال من به اینترنت قابل اطمینان است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۶/۸	۶/۸	۶/۸	۲۲	کاملاً موافق
۴۲/۲	۳۵/۴	۳۵/۴	۱۱۴	موافق
۷۹/۸	۳۷/۶	۳۷/۶	۱۲۱	بی نظر
۹۶/۹	۱۷/۱	۱۷/۱	۵۵	مخالف
۱۰۰/۰	۳/۱	۳/۱	۱۰	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره دو ترتیب جدول پاسخ سؤال دوم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه بی نظر با ۳۷/۶ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
- گزینه کاملاً مخالف با ۳/۱ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.

سؤال ۳: من معلومات زیادی در مورد خدمات بانکداری الکترونیکی دارم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۵/۲	۱۵/۲	۱۵/۲	۴۹	کاملاً موافق
۶۲/۷	۴۷/۵	۴۷/۵	۱۵۳	موافق
۸۴/۲	۲۱/۴	۲۱/۴	۶۹	بی نظر
۹۹/۷	۱۵/۵	۱۵/۵	۵۰	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۳	۰/۳	۱	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره سه ترتیب جدول پاسخ سؤال سوم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۴۷/۵ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف با ۰/۳ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.
- سؤال ۴: من اطلاعات زیادی در مورد فواید استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی دارم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۲۰/۲	۲۰/۲	۲۰/۲	۶۵	کاملاً موافق
۶۹/۹	۴۹/۷	۴۹/۷	۱۶۰	موافق
۹۰/۱	۲۰/۲	۲۰/۲	۶۵	بی‌نظر
۹۹/۴	۹/۳	۹/۳	۳۰	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۶	۰/۶	۲	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره چهار ترتیب جدول پاسخ سؤال چهارم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۴۹/۷ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
- گزینه کاملاً مخالف با ۰/۶ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.

سؤال ۵: استفاده از بانکداری الکترونیکی به من اجازه می‌دهد تا سریع‌تر کارهایم را انجام دهم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۵۹/۳	۵۹/۳	۵۹/۳	۱۹۱	کاملاً موافق
۹۶/۳	۳۷/۰	۳۷/۰	۱۱۹	موافق
۹۸/۴	۲/۲	۲/۲	۷	بی‌نظر
۱۰۰/۰	۱/۶	۱/۶	۵	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره پنج ترتیب جدول پاسخ سؤال پنجم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه کاملاً موافق با ۵۹/۳ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.

۱۸۸ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

- گزینه مخالف با ۱/۶ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف توسط پاسخ دهندگان انتخاب نشده است.
- سؤال ۶: استفاده از بانکداری الکترونیکی به من اجازه می دهد تا عملکرد بهتری در انجام امور بانکی خود داشته باشم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۴۸/۴	۴۸/۴	۴۸/۴	۱۵۶	کاملاً موافق
۹۱/۰	۴۲/۵	۴۲/۵	۱۳۷	موافق
۹۸/۴	۷/۵	۷/۵	۲۴	بی نظر
۱۰۰/۰	۱/۶	۱/۶	۵	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره شش ترتیب جدول پاسخ سؤال ششم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه کاملاً موافق با ۴۸/۴ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
 - گزینه مخالف با ۱/۶ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف توسط پاسخ دهندگان انتخاب نشده است.
- سؤال ۷: استفاده از بانکداری الکترونیک به من اجازه می دهد تا میزان بهره وری را افزایش دهم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۴۶/۰	۴۶/۰	۴۶/۰	۱۴۸	کاملاً موافق
۸۴/۲	۳۸/۲	۳۸/۲	۱۲۳	موافق
۹۹/۱	۱۴/۹	۱۴/۹	۴۸	بی نظر
۱۰۰/۰	۰/۹	۰/۹	۳	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره هفت ترتیب جدول پاسخ سؤال هفتم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه کاملاً موافق با ۴۶/۰ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.

• گزینه مخالف با ۰/۹ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.

• گزینه کاملاً مخالف نیز انتخاب نشده است.

سؤال ۸: استفاده از بانکداری الکترونیکی اثربخشی مرا افزایش می‌دهد.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۴۳/۸	۴۳/۸	۴۳/۸	۱۴۱	کاملاً موافق
۸۶/۶	۴۲/۹	۴۲/۹	۱۳۸	موافق
۹۸/۸	۱۲/۱	۱۲/۱	۳۹	بی‌نظر
۱۰۰/۰	۱/۲	۱/۲	۴	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره هشت ترتیب جدول پاسخ سؤال هشتم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی

در این تحقیق قرار زیر است:

• گزینه کاملاً موافق با ۴۳/۸ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.

• گزینه مخالف با ۱/۲ درصد دارای کم‌ترین فراوانی می‌باشد.

• گزینه کاملاً مخالف نیز انتخاب نشده است.

سؤال ۹: استفاده از بانکداری الکترونیکی انجام کارهای بانکی را برای من آسان‌تر می‌کند.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۵۷/۸	۵۷/۸	۵۷/۸	۱۸۶	کاملاً موافق
۹۲/۲	۳۴/۵	۳۴/۵	۱۱۱	موافق
۹۹/۴	۷/۱	۷/۱	۲۳	بی‌نظر
۱۰۰/۰	۰/۶	۰/۶	۲	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره نهم ترتیب جدول پاسخ سؤال نهم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی

در این تحقیق قرار زیر است:

• گزینه کاملاً موافق با ۵۷/۸ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.

۱۹۰ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

- گزینه مخالف با ۰/۶ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.
- گزینه کاملاً مخالف بدون انتخاب مانده است.

سؤال ۱۰: عمدتاً خدمات بانکداری الکترونیکی برای من در انجام امور بانکی مفید است

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۵۵/۰	۵۵/۰	۵۵/۰	۱۷۷	کاملاً موافق
۹۳/۵	۳۸/۵	۳۸/۵	۱۲۴	موافق
۱۰۰/۰	۶/۵	۶/۵	۲۱	بی نظر
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره ده ترتیب جدول پاسخ سؤال دهم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه کاملاً موافق با ۵۵/۸ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
- گزینه بی نظر با ۶/۵ درصد کمترین فراوانی را دارا می باشد.
- گزینه های مخالف و کاملاً مخالف بدون انتخاب می باشند.

سؤال ۱۱: یادگیری بانکداری الکترونیکی برای من آسان است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۳۷/۰	۳۷/۰	۳۷/۰	۱۱۹	کاملاً موافق
۸۱/۴	۴۴/۴	۴۴/۴	۱۴۳	موافق
۹۷/۲	۱۵/۸	۱۵/۸	۵۱	بی نظر
۹۹/۴	۲/۲	۲/۲	۷	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۶	۰/۶	۲	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره یازدهم ترتیب جدول پاسخ سؤال یازدهم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۴۴/۴ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشند.

- گزینه کاملاً مخالف با ۰/۶ درصد کم‌ترین فراوانی را دارا می‌باشند.

سؤال ۱۲: من هر کاری را که می‌خواهم انجام بدهم به آسانی با خدمات بانکداری الکترونیکی برایم قابل انجام است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۲۴/۸	۲۴/۸	۲۴/۸	۸۰	کاملاً موافق
۶۴/۰	۳۹/۱	۳۹/۱	۱۲۶	موافق
۸۴/۲	۲۰/۲	۲۰/۲	۶۵	بی‌نظر
۹۹/۷	۱۵/۵	۱۵/۵	۵۰	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۳	۰/۳	۱	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره دوازده ترتیب جدول پاسخ سؤال دوازدهم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۳۹/۱ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
- گزینه کاملاً مخالف با ۰/۳ درصد کم‌ترین فراوانی می‌باشند.

سؤال ۱۳: انجام خدمات الکترونیکی برایم قابل فهم و شفاف است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۳۰/۱	۳۰/۱	۳۰/۱	۹۷	کاملاً موافق
۷۷/۳	۴۷/۲	۴۷/۲	۱۵۲	موافق
۹۱/۰	۱۳/۷	۱۳/۷	۴۴	بی‌نظر
۹۹/۷	۸/۷	۸/۷	۲۸	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۳	۰/۳	۱	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره سیزده ترتیب جدول پاسخ سؤال سیزدهم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

۱۹۲ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

- گزینه موافق با ۴۷/۲ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف با ۰/۳ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.
- سؤال ۱۴: من به دنبال خدمات بانکداری الکترونیکی هستم که قابل انعطاف باشد تا بتوانم با آن ارتباط بهتری برقرار کنم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۴۸/۸	۴۸/۸	۴۸/۸	۱۵۷	کاملاً موافق
۸۹/۱	۴۰/۴	۴۰/۴	۱۳۰	موافق
۹۹/۷	۱۰/۶	۱۰/۶	۳۴	بی نظر
۱۰۰/۰	۰/۳	۰/۳	۱	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره چهاردهم ترتیب جدول پاسخ سؤال چهاردهم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه کاملاً موافق با ۴۸/۸ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
- گزینه مخالف با ۰/۳ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.
- گزینه کاملاً مخالف نیز انتخاب نشده است.

سؤال ۱۵: برای من کسب مهارت در انجام خدمات بانکداری الکترونیکی بسیار آسان است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۳۴/۲	۳۴/۲	۳۴/۲	۱۱۰	کاملاً موافق
۸۱/۱	۴۶/۹	۴۶/۹	۱۵۱	موافق
۹۶/۹	۱۵/۸	۱۵/۸	۵۱	بی نظر
۱۰۰/۰	۳/۱	۳/۱	۱۰	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره پانزدهم ترتیب جدول پاسخ سؤال پانزدهم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۴۶/۹ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.

• گزینه مخالف با ۳/۱ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.

• گزینه کاملاً مخالف نیز انتخاب نشده است.

سؤال ۱۶: انجام خدمات بانکداری الکترونیکی برای من آسان است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۴۰/۷	۴۰/۷	۴۰/۷	۱۳۱	کاملاً موافق
۸۴/۵	۴۳/۸	۴۳/۸	۱۴۱	موافق
۹۶/۰	۱۱/۵	۱۱/۵	۳۷	بی‌نظر
۱۰۰/۰	۴/۰	۴/۰	۱۳	مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره شانزده ترتیب جدول پاسخ سؤال شانزدهم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی

در این تحقیق قرار زیر است:

• گزینه موافق با ۴۳/۸ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.

• گزینه مخالف با ۴/۰ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.

• گزینه کاملاً مخالف نیز انتخاب نشده است.

سؤال ۱۷: امنیت استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی برای مسائل مالی، قابل قبول است.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۲۱/۴	۲۱/۴	۲۱/۴	۶۹	کاملاً موافق
۴۶/۳	۴۶/۳	۴۶/۳	۱۴۹	موافق
۲۵/۸	۲۵/۸	۲۵/۸	۸۳	بی‌نظر
۹۹/۴	۵/۹	۵/۹	۱۹	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۶	۰/۶	۲	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره هفده ترتیب جدول پاسخ سؤال هفدهم توصیفی پرسشنامه

تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی

در این تحقیق قرار زیر است:

۱۹۴ □ بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان

- گزینه موافق دارای بیشترین فراوانی با ۶/۳ درصد می باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف دارای کمترین فراوانی با ۰/۶ درصد می باشد.
- سؤال ۱۸: من به توانایی خدمات بانکداری الکترونیکی برای حفظ امنیت اطلاعاتم باور دارم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۵/۸	۱۵/۸	۱۵/۸	۵۱	کاملاً موافق
۵۹/۰	۴۳/۲	۴۳/۲	۱۳۹	موافق
۸۹/۱	۳۰/۱	۳۰/۱	۹۷	بی نظر
۹۹/۴	۱۰/۲	۱۰/۲	۳۳	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۶	۰/۶	۲	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره هجده ترتیب جدول پاسخ سؤال هجدهم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق دارای بیشترین فراوانی با ۴۳/۲ درصد می باشد.
- گزینه کاملاً مخالف دارای کمترین فراوانی با ۰/۶ درصد می باشد.
- سؤال ۱۹: من به تکنالوژی که خدمات بانکداری الکترونیکی از آن استفاده می کند اعتماد دارم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۴/۳	۱۴/۳	۱۴/۳	۴۶	کاملاً موافق
۶۵/۸	۵۱/۶	۵۱/۶	۱۶۶	موافق
۹۳/۵	۲۷/۶	۲۷/۶	۸۹	بی نظر
۹۹/۴	۵/۹	۵/۹	۱۹	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۶	۰/۶	۲	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره نوزده ترتیب جدول پاسخ سؤال نوزدهم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۵۱/۶ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف با ۰/۶ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.
- سؤال ۲۰: من به خدمات بانکداری الکترونیکی به عنوان یک بانک مجازی اعتماد دارم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۶/۱	۱۶/۱	۱۶/۱	۵۲	کاملاً موافق
۷۰/۸	۵۴/۷	۵۴/۷	۱۷۶	موافق
۹۵/۰	۲۴/۲	۲۴/۲	۷۸	بی نظر
۹۹/۷	۴/۷	۴/۷	۱۵	مخالف
۱۰۰/۰	۰/۳	۰/۳	۱	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره بیست ترتیب جدول پاسخ سؤال بیستم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق با ۵۴/۷ درصد دارای بیشترین فراوانی می‌باشد
- گزینه کاملاً مخالف با ۰/۳ درصد دارای کمترین فراوانی می‌باشد.

سؤال ۲۱: من در مورد امنیت فضای مجازی برای انجام امور بانکی خود نگران نیستم.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۲/۱	۱۲/۱	۱۲/۱	۳۹	کاملاً موافق
۴۵/۳	۳۳/۲	۳۳/۲	۱۰۷	موافق
۷۴/۵	۲۹/۲	۲۹/۲	۹۴	بی نظر
۹۸/۱	۲۳/۶	۲۳/۶	۷۶	مخالف
۱۰۰/۰	۱/۹	۱/۹	۶	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره بیست و یک ترتیب جدول پاسخ سؤال بیست و یکم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
 در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه موافق دارای بیشترین فراوانی با $33/2$ درصد می باشد.
 - گزینه کاملاً مخالف دارای کمترین فراوانی با $1/9$ درصد می باشد.
- سؤال ۲۲: مسئله امنیت تأثیری در میزان استفاده من از خدمات بانکداری الکترونیکی ندارد.

درصد تجمعی	درصد معتبر	درصد	فراوانی	
۱۲/۱	۱۲/۱	۱۲/۱	۳۹	کاملاً موافق
۳۴/۲	۲۲/۰	۲۲/۰	۷۱	موافق
۵۶/۵	۲۲/۴	۲۲/۴	۷۲	بی نظر
۸۸/۵	۳۲/۰	۳۲/۰	۱۰۳	مخالف
۱۰۰/۰	۱۱/۵	۱۱/۵	۳۷	کاملاً مخالف
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۲۲	جمع

جدول شماره بیست و دوم ترتیب جدول پاسخ سؤال بیست و دوم توصیفی پرسشنامه
تشریح جدول: نتایج بررسی حاصل نشان می دهد که بیشترین فراوانی و کمترین فراوانی
در این تحقیق قرار زیر است:

- گزینه مخالف با $32/0$ درصد دارای بیشترین فراوانی می باشد.
- گزینه کاملاً مخالف با $11/5$ درصد دارای کمترین فراوانی می باشد.

مبحث سوم: بررسی روابط بین فرضیه های تحقیق

برای بررسی فرضیه های تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه
استفاده کرده ایم که نتایج آن در ادامه ارائه می شود.

فرضیه اول: بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی
ارتباط معناداری وجود دارد.

- فرض صفر (H_0): بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری
الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد.
- فرض مقابل (H_1): بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری
الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

ضریب اسپیرمن	سطح معنی داری	
-----------------	------------------	--

۰.۶۵۸	۰.۰۰۰	بین مفید بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.
-------	-------	--

جدول شماره یک نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن بین مفید بودن خدمات انترنتی با پذیرش بانکداری الکترونیکی

نتیجه حاصل از تحقیق: با توجه به نتایج جدول شماره یک با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای $p < 0.05$ ، فرض H_0 رد و فرض H_1 پذیرفته می‌شود؛ به عبارت دیگر، بین مفید بودن و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر هرچقدر میزان مفید بودن مثبت باشد، احتمال پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط افراد نیز در سطح بالاتری قرار خواهد داشت و در ضمن ضریب همبستگی این دو متغیر برابر ۰.۶۵۸ است.

فرضیه دوم: بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) ارتباط معنی داری وجود دارد.

- فرض صفر (H_0): بین سهولت استفاده و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد.
- فرض مقابل (H_1): بین سهولت استفاده و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

ضریب اسپیرمن	سطح معناداری	
۰.۸۰۸	۰.۰۰۰	بین سهولت استفاده و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول شماره دوم نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن بین سهولت استفاده از خدمات انترنتی با پذیرش بانکداری الکترونیکی

نتیجه حاصل از تحقیق: با توجه به نتایج جدول شماره دوم، با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای $p < 0.05$ ، فرض H_0 رد و فرض H_1 پذیرفته می‌شود؛ به عبارت دیگر، بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر، هرچقدر میزان سهولت استفاده از بانکداری

الکترونیکی مثبت باشد، احتمال پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط افراد نیز در سطح بالاتری قرار خواهد داشت؛ و در ضمن ضریب همبستگی این دو متغیر برابر ۰.۸۰۸ است. **فرضیه سوم:** بین لذت بخش بودن و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) رابطه معناداری وجود دارد.

فرض صفر (H_0): بین لذت بخش بودن و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد.

فرض مقابل (H_1): بین لذت بخش بودن و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

سطح معناداری	ضریب اسپیرمن	
۰.۳۳۸	-۰.۰۵۴	بین لذت بخش و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول شماره سوم نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن بین لذت بخش بودن و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی

نتیجه حاصل از تحقیق: با توجه به نتایج جدول شماره سوم، با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای $p < 0.05$ ، فرض H_0 پذیرفته و فرض H_1 رد می شود؛ به عبارت دیگر، بین لذت بخش بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد. در ضمن ضریب همبستگی این دو متغیر برابر ۰.۰۵۴ - است.

فرضیه چهارم: بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) رابطه معناداری وجود دارد.

فرض صفر (H_0): بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد.

فرض مقابل (H_1): بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

سطح معناداری	ضریب اسپیرمن	
--------------	--------------	--

۰.۶۰۱	۰.۰۰۰	بین ارائه اطلاعات و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.
-------	-------	--

جدول شماره چهارم نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن بین ارائه اطلاعات با پذیرش بانکداری الکترونیکی

نتیجه حاصل از تحقیق: با توجه به نتایج جدول شماره چهارم، با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای $p < 0.05$ ، فرض H_0 رد و فرض H_1 پذیرفته می‌شود؛ به عبارت دیگر، بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر، هرچقدر میزان ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی مثبت باشد، احتمال پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط افراد نیز در سطح بالاتری قرار خواهد داشت؛ و در ضمن ضریب همبستگی این دو متغیر برابر ۰.۶۰۱ است.

فرضیه پنجم: بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) رابطه معناداری وجود دارد.

- فرض صفر (H_0): بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد.
- فرض مقابل (H_1): بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

ضریب اسپیرمن	سطح معنی داری	
۰.۶۸۷	۰.۰۰۰	بین امنیت و محرمانه بودن و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول شماره پنجم نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن بین امنیت خدمات اینترنتی با پذیرش بانکداری الکترونیکی

نتیجه حاصل از تحقیق: با توجه به نتایج جدول شماره پنجم، با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای $p < 0.05$ ، فرض H_0 رد و فرض H_1 پذیرفته می‌شود؛ به عبارت دیگر، بین امنیت و محرمانه بودن اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات

بانکداری الکترونیکی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر، هرچقدر میزان امنیت و محرمانه بودن اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی مثبت باشد، احتمال پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط افراد نیز در سطح بالاتری قرار خواهد داشت؛ و در ضمن ضریب همبستگی این دو متغیر برابر ۰.۶۸۷ است.

فرضیه ششم: بین کیفیت ارتباط اینترنتی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان (مشتریان عزیزی بانک) رابطه معناداری وجود دارد.

فرض صفر (H_0): بین کیفیت ارتباط اینترنتی در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود ندارد.

فرض مقابل (H_1): بین کیفیت ارتباط اینترنتی در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

ضریب اسپیرمن	سطح معنی داری	
۰.۵۷۷	۰.۰۰۰	بین کیفیت ارتباط اینترنتی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط معناداری وجود دارد.

جدول شماره ششم نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن بین کیفیت خدمات اینترنتی با پذیرش بانکداری الکترونیکی

نتیجه حاصل از تحقیق: با توجه به نتایج جدول شماره شش، با اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای $p < 0.05$ ، فرض H_0 رد و فرض H_1 پذیرفته می شود؛ به عبارت دیگر، بین کیفیت ارتباط اینترنتی در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت بهتر، هرچقدر میزان کیفیت ارتباط اینترنتی در زمینه بانکداری الکترونیکی مثبت باشد، احتمال پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط افراد نیز در سطح بالاتری قرار خواهد داشت؛ و در ضمن ضریب همبستگی این دو متغیر برابر ۰.۵۷۷ است.

مبحث چهارم: تأثیر عوامل دموگرافیک^۱ بالای این تحقیق

در بررسی تأثیر عوامل دموگرافیک بر این تحقیق سه موضوع مهم را تجزیه و تحلیل می‌نماییم:

- ۱ رابطه بین سن پاسخ‌دهندگان و پذیرش بانکداری الکترونیکی؛
 - ۲ رابطه بین تحصیلات پاسخ‌دهندگان و پذیرش بانکداری الکترونیکی؛
 - ۳ رابطه بین میزان درآمد یا معاش پاسخ‌دهندگان و پذیرش بانکداری الکترونیکی.
۱. رابطه بین سن و پذیرش بانکداری الکترونیکی: در یک جدول^۲ بررسی اثر سن پاسخ‌دهندگان بر روی متغیرهای تحقیق را در نظر گرفتیم؛ که در اینجا آن را حذف نمودیم.

پذیرش بانکداری الکترونیکی	کیفیت خدمات	امنیت	ارائیه اطلاعات	لذت‌بخش بودن	سهولت استفاده	مفید بودن	
۱۱/۴۶۴	۴/۱۱۲	۱/۸۱۶	۲۰/۶۸۵	۱۸/۳۰۱	۱۸/۵۵۹	۵/۸۶۲	کای اسکوئر
۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	Df
۰/۰۲۲	۰/۳۹۱	۰/۰۱۹	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۱	۰/۲۱۰	سطح معنی‌داری

جدول شماره یک درجه اهمیت پاسخ به متغیرهای تحقیق (سن پاسخ‌دهندگان)

^۱ دموگرافیک (Demographic) به اطلاعات و ویژگی‌های جمعیتی یک گروه یا جامعه خاص اشاره دارد. این ویژگی‌ها معمولاً شامل عواملی چون سن، جنسیت، وضعیت تأهل، سطح تحصیلات، وضعیت شغلی، درآمد، قومیت، مذهب و سایر خصوصیات اجتماعی و اقتصادی هستند که به تحلیل ساختار جمعیت و رفتارهای آن کمک می‌کنند. اطلاعات دموگرافیک معمولاً برای برنامه‌ریزی اجتماعی، اقتصادی، بازاریابی و سیاست‌گذاری‌های دولتی استفاده می‌شود. به‌عنوان مثال، یک بانک ممکن است از داده‌های دموگرافیک برای هدف‌گیری مشتریان خود استفاده کند. امین

^۲ در این تحقیق اثر سن به روی متغیرهای موردبررسی در نظر گرفته شد؛ و برای تحلیل دقیق‌تر جدول مربوطه آماده گردید. با این حال به‌منظور جلوگیری از خستگی و پیچیدگی اضافی برای خوانندگان این جدول از متن اصلی حذف شده است. برای علاقه‌مندان به جزئیات بیشتر نتایج تحلیل اثر سن در صورت لزوم قابل دسترسی است. شایان ذکر است که این جدول‌ها در پایان‌نامه‌های دانشجویی درج می‌شود. امین

با توجه به نتایج جدول که ما بالای آن کارکرده بودیم؛ و جدول شماره یک که اینجا در بالا آن را آوردیم؛ و بر اساس مقدار آماره آزمون در سطح معناداری ۵ درصد چنین نتیجه گرفته می‌شود که گروه سنی پاسخ‌دهندگان بر روی پاسخ آن‌ها تأثیرگذار بوده و در نتیجه پاسخ گروه‌های سنی بر متغیرهای ارائه اطلاعات، امنیت، لذت‌بخش بودن، سهولت استفاده و پذیرش بانکداری الکترونیکی تأثیرگذار بوده است. ($p < 0.05$). به عبارت دیگر، افراد با سن و سال مختلف در پاسخگویی به هر متغیر اختلاف نظر دارند.

به عنوان نمونه در مورد پذیرش بانکداری الکترونیکی افراد با سن زیر ۲۰ سال و ۵۰ سال به بالا نسبت به دیگر گروه‌های سنی رتبه بالاتری کسب کرده‌اند و تمایل بیشتری به استفاده از بانکداری الکترونیکی نشان داده‌اند.

۲. رابطه بین تحصیلات و پذیرش بانکداری الکترونیکی: جدول^۱ بررسی اثر تحصیلات پاسخ‌دهندگان بر روی متغیرهای تحقیق را حذف کردیم.

پذیرش بانکداری الکترونیک	کیفیت خدمات	امنیت	ارائه اطلاعات	لذت‌بخش بودن	سهولت استفاده	مفید بودن	
۱۱/۴۶۴	۴/۱۱۲	۱/۸۱۶	۲۰/۶۸۵	۱۸/۳۰۱	۱۸/۵۵۹	۵/۸۶۲	کای اسکوئر
۴	۴	۴	۴	۴	۴	۴	Df
۰/۰۲۲	۰/۲۱۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰	۰/۰۱۹	۰/۳۹۱	سطح معنی‌داری

جدول شماره دوم درجه اهمیت پاسخ به متغیرهای تحقیق (تحصیلات پاسخ‌دهندگان) با توجه به نتایج جدول حذف‌شده و جدول شماره دوم و بر اساس مقدار آماره آزمون در سطح معناداری ۵ درصد چنین نتیجه گرفته می‌شود که سطح تحصیلات پاسخ‌دهندگان بر روی پاسخ آن‌ها تأثیرگذار بوده و در نتیجه پاسخ گروه‌های تحصیلات بر متغیرهای امنیت،

^۱ در این تحقیق اثر تحصیلات به روی متغیرهای مورد بررسی در نظر گرفته شد و برای تحلیل دقیق‌تر جدول مربوطه آماده گردید با این حال به منظور جلوگیری از خستگی و پیچیدگی اضافی برای خوانندگان این جدول از متن اصلی حذف شده است برای علاقه‌مندان به جزئیات بیشتر نتایج تحلیل اثر تحصیلات در صورت لزوم قابل دسترسی است.

ارائه اطلاعات، لذت‌بخش بودن و سهولت استفاده و بانکداری الکترونیک تأثیرگذار بوده است. ($p < 0.05$)؛ به عبارت دیگر، افراد با تحصیلات مختلف در پاسخگویی به این متغیرها اختلاف نظر دارند.

به عنوان نمونه در مورد پذیرش بانکداری الکترونیکی افراد گروه تحصیلی چهارده پاس و لیسانس نسبت به دیگر گروه‌های تحصیلی رتبه بالاتری کسب کرده‌اند؛ و تمایل بیشتری به استفاده از بانکداری الکترونیکی نشان داده‌اند.

۳. رابطه بین میزان درآمد و پذیرش بانکداری الکترونیکی: جدول^۱ بررسی اثر میزان درآمد (معاش) پاسخ‌دهندگان بر روی متغیرهای تحقیق را ترتیب و محاسبه کردیم؛ ولی اینجا نیاوردیم.

	مفید بودن	سهولت استفاده	لذت‌بخش بودن	ارائه اطلاعات	امنیت	کیفیت خدمات	پذیرش بانکداری الکترونیکی
کای اسکوتر	۲۰/۳۹۱	۱۶/۸۱۸	۱۳/۴۲۵	۱۹/۸۶۴	۵/۹۵۰	۱۱/۹۸۸	۲۰/۳۹۱
Df	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳
سطح معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	۰/۰۰۰	۰/۱۱۴	۰/۰۰۷	۰/۰۰۰

جدول شماره سوم درجه اهمیت پاسخ به متغیرهای تحقیق (میزان درآمد و معاش پاسخ‌دهندگان)

با توجه به نتایج جدول که محاسبه کردیم و جدول شماره سوم و بر اساس مقدار آماره آزمون در سطح معناداری ۵ درصد چنین نتیجه گرفته می‌شود که سطح درآمد پاسخ‌دهندگان بر روی پاسخ آن‌ها تأثیرگذار بوده و در پاسخ افراد با درآمدهای مختلف بر نتیجه متغیرهای ارائه اطلاعات، لذت‌بخش بودن، مفید بودن و سهولت استفاده، کیفیت

^۱ در این تحقیق اثر میزان درآمد به روی متغیرهای مورد بررسی در نظر گرفته شد و برای تحلیل دقیق‌تر جدول مربوطه آماده گردید با این حال به منظور جلوگیری از خستگی و پیچیدگی اضافی برای خوانندگان این جدول از متن اصلی حذف شده است برای علاقه‌مندان به جزییات بیشتر نتایج تحلیل اثر میزان درآمد در صورت لزوم قابل دسترسی است. امین

خدمات و پذیرش بانکداری الکترونیکی تأثیرگذار بوده است. ($p < 0.05$)؛ به عبارت دیگر، افراد با درآمدهای مختلف در پاسخگویی به این متغیرها اختلاف نظر دارند. به عنوان نمونه در مورد پذیرش بانکداری الکترونیکی افراد دارای درآمد زیر ۲۰ هزار افغانی و ۲۰ تا ۵۰ هزار افغانی نسبت به دیگر گروه‌های درآمدی رتبه بالاتری کسب کرده‌اند و تمایل بیشتری به استفاده از بانکداری الکترونیکی نشان داده‌اند.

فصل نهم

تجزیه و تحلیل مودل تحقیق

مودل تحقیق

کوتاه‌ترین فصل کتاب؛ ولی ارزش را دارد تا یک فصل مستقل باشد. جهت بررسی روابط خطی بین متغیرهای وابسته و متغیر مستقل، به‌طوری‌که روابط موجود فی‌مابین متغیرهای مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد، رگرسیون خطی مورد استفاده قرار گرفته است؛ ولی از آنجایی‌که نتایج آزمون تک نمونه‌ای، نورمال نبودن تقسیم داده‌ها را تأیید کرد برای اجرای رگرسیون از لگاریتم طبیعی داده‌ها استفاده کرده‌ایم که نتایج آن در ادامه ارائه می‌شود:

مودل	ضرایب تعیین استاندارد نشده		ضرایب تعیین استاندارد شده	T	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا		
۱	۹/۸۲۳	۱/۲۱۵	-	۸/۰۸۴	۰/۰۰
	-۶/۵۷۰	۱/۰۹۵	-۰/۱۶۶	-۶/۰۰۱	۰/۰۰۰
	۶/۸۰۰	۰/۶۷۲	۰/۲۴۳	۱۰/۱۱۵	۰/۰۰۰
	۴/۷۲۹	۰/۴۹۹	۰/۲۲۰	۹/۴۸۰	۰/۰۰۰
	۸/۱۸۶	۰/۴۹۵	۰/۳۸۵	۱۶/۵۴۶	۰/۰۰۰
	۳/۵۱۹	۰/۴۵۲	۰/۱۸۱	۷/۷۸۲	۰/۰۰۰
عرض از مبدأ					
مفید بودن					
سهولت استفاده					
ارائه اطلاعات					
امنیت و محرمانه بودن					
کیفیت ارتباطات اینترنتی					

متغیر وابسته: پذیرش بانکداری الکترونیکی

جدول شماره یک، ضرایب تأثیر رگرسیونی هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته (پذیرش بانکداری الکترونیکی): جدول شماره یک ضرایب تأثیر رگرسیونی هر متغیر مستقل بر متغیر وابسته (پذیرش بانکداری الکترونیکی) را نشان می‌دهد که البته تفسیر رگرسیونی بر اساس ضریب بتا (Beta) صورت می‌گیرد؛ بنابراین اولاً با توجه به اینکه مقدار آزمون t برای هر پنج متغیر در سطح $p < 0.05$ معنادار است. تأثیر هر پنج متغیر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تأیید می‌شود؛ و ثانیاً متغیرهای امنیت و محرمانه بودن، سهولت استفاده، ارائه اطلاعات، کیفیت ارتباط اینترنتی و مفید بودن به ترتیب بالاترین تأثیر رگرسیونی را روی متغیر پذیرش بانکداری الکترونیکی دارند.

R	ضریب همبستگی	ضریب تعیین تعدیل شده	Std. Error of the Estimate
	۰/۹۲۹	۰/۸۶۲	

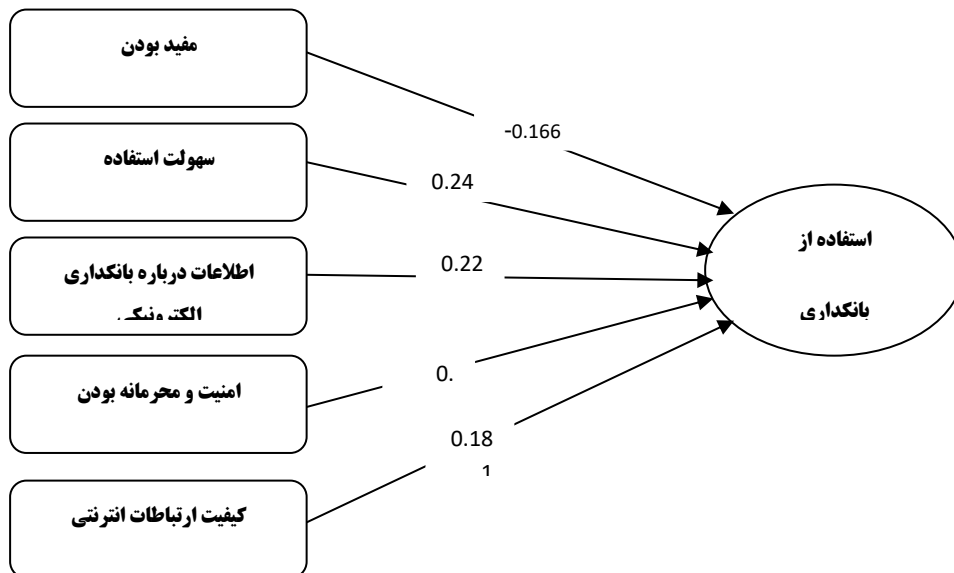
جدول شماره دو خلاصه مدل

مدل	جمع مجزورات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
رگرسیون	۳۵۴۶۰/۲۰۷	۶	۵۹۱۰/۰۳۵	۳۲۸/۸۸۳	۰/۰۰۰
Residual	۵۶۶۰/۵۵۴	۳۱۵	۱۷/۹۷۰		
جمع	۴۱۱۲۰/۷۶۱	۳۲۱			

جدول شماره سه نتایج آزمون F (تحلیل واریانس) با توجه به نتایج جدول، مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰/۹۲۹ است که همبستگی خوبی را نشان می‌دهد؛ و نیز مقدار ضریب تعیین تعدیل شده^۱ که برابر ۰/۸۶۲ است، نشان می‌دهد؛ پذیرش بانکداری الکترونیکی وابسته به متغیرهای مستقل ذکر شده در مدل می‌باشد. همچنین با توجه به نتایج جدول شماره سه، مقدار آزمون (F) برابر ۳۲۸/۸۸۳ در سطح خطای $p < 0.05$ معنادار است و از این رو می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از ۵ متغیر مستقل (متغیر لذت ادراکی که دارای رابطه معناداری

¹ Adjusted R Square

نبود را کنار گذاشتیم) و یک متغیر وابسته، مدل خوبی است و مجموعه متغیرهای مستقل قادرند تغییرات پذیرش بانکداری الکترونیکی را تبیین کنند. در اخیر نمودار عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی بر اساس ضرایب رگرسیونی استاندارد شده ترسیم شده است. شکل زیر تحلیل مدل تحقیق می باشد.



فصل دهم

نتیجه‌گیری تحقیق

این فصل شامل مباحث‌های زیر است:

۱. نتایج فرضیه‌های تحقیق؛
۲. نتایج یافته‌های تحقیق؛
۳. بررسی روابط موجود بین سؤالات تحقیق؛
۴. مقایسه نتایج این تحقیق با یک تحقیق دیگر؛
۵. محدودیت‌های تحقیق؛
۶. پیشنهاد‌های تحقیق.

آغاز بحث

دوستان نهایت عزیز از شما سپاسگزارم که تا اینجا این کتاب را مطالعه نمودید، هدف از انجام این تحقیق بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی، در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی در کابل است؛ که از انجام تحقیقات نظری و میدانی و جمع‌آوری اطلاعات و پس از تجزیه و تحلیل و آنالیز اطلاعات نتایجی را به دست آوردیم که در این فصل به بررسی نتایج فرضیه‌های تحقیق و روابط بین آن‌ها؛ آمار توصیفی یافته‌های تحقیق؛ مقایسه نتایج این تحقیق با یافته‌های دیگر تحقیق‌های مشابه و پیشنهادهایی در مورد این تحقیق و مؤسسه‌ها و انستیتیوت‌ها و کسانی که قصد دارند در مورد این موضوع تحقیقاتی جدید و کاربردی و مفید برای جامعه افغانستان انجام دهند؛ هم‌چنین محدودیت‌ها و موانعی که در سر راه انجام این تحقیق قرار داشت را به‌اختصار بیان نموده‌ایم. در این فصل فقط به همین موضوعات می‌پردازیم. امیدواریم بتواند برای شما عزیزان راه گشا باشد.

۱. نتایج فرضیه‌های تحقیق

نخستین فرضیه تحقیقی تحت این عنوان مطرح گردید که:

فرضیه اول: بین مفید بودن و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتیجه تحقیق در مورد فرضیه اول: بلی، با توجه به تحقیق و محاسبات انجام‌شده و به دست آمدن نتایج موردنظر فرضیه بالا مورد تأیید است؛ یعنی بین مفید بودن و

پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی یک ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی ارتباط معناداری وجود دارد.

نتیجه تحقیق در مورد فرضیه دوم: بلی، با توجه به تحقیق و محاسبات انجام‌شده و به دست آمدن نتایج موردنظر فرضیه بالا مورد تأیید است؛ یعنی بین سهولت استفاده از بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی یک ارتباط معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه تحقیق در مورد فرضیه سوم: بلی، این فرضیه با توجه به تحقیق و محاسبات انجام‌شده و به دست آمدن نتایج موردنظر مورد تأیید قرار گرفت؛ یعنی بین ارائه اطلاعات در زمینه بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین امنیت و محرمانه بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه تحقیق در مورد فرضیه چهارم: بلی، این فرضیه با توجه به تحقیق و محاسبات انجام‌شده و به دست آمدن نتایج موردنظر مورد تأیید قرار گرفت؛ یعنی بین امنیت و محرمانه بودن بانکداری الکترونیکی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین کیفیت ارتباط اینترنتی و پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان شهروندان افغانستان به‌ویژه مشتریان عزیزی بانک مرکزی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه تحقیق در مورد فرضیه پنجم: بلی، این فرضیه با توجه به تحقیق و محاسبات انجام‌شده و به دست آمدن نتایج موردنظر مورد تأیید قرار گرفت.

۲. نتایج یافته‌های تحقیق

در بررسی آمار توصیفی این یافته‌ها به‌به دست آمد که:

- اکثر و تمام درصد فراوانی در جامعه آماری^۱ نمونه ما در حیطه جنسیت را مردان تشکیل می‌دهند.
- بیشترین درصد فراوانی در نمونه ما در حیطه سن در حدود سنی ۲۰-۳۰ سال است.
- بیشترین درصد فراوانی در نمونه ما در حیطه تحصیلات بر روی چهارده‌پاس، لسانس و فارغ مدرسه‌های دینی به چشم می‌خورد.
- بیشترین درصد فراوانی در نمونه ما در حیطه درآمد حاکی از درآمد بین ۲۰ هزار افغانی تا ۵۰ هزار افغانی در ماه است.
- بیشترین درصد فراوانی در نمونه ما در حیطه مکان استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی مربوط به استفاده از این خدمات در محل کار و به‌خصوص محوطه عزیزی بانک و داخل وزارت امور شهدا و معلولین است.
- بیشترین درصد فراوانی در نمونه ما تقریباً هرروز از خدمات بانکداری الکترونیکی به‌ویژه ماشین خودپرداز استفاده می‌کردند.

۳. بررسی روابط موجود بین سؤالات

بررسی روابط موجود بین سؤالات مطرح‌شده در مشخصات فردی و پذیرش بانکداری الکترونیکی این نکات به چشم می‌خورد:

- در بررسی بین نوع سن و پذیرش بانکداری الکترونیکی مشخص شد که دو گروه سنی بالای ۲۰ سال و پایین ۵۰ سال بیشتر علاقه‌مند به پذیرش بانکداری الکترونیکی در افغانستان هستند.

^۱ دوستان عزیزم، به‌عوض اصطلاح جامعه آماری می‌توانیم از گروه یا نمونه هم استفاده کنیم؛ برای درک بیشتر. امین

- در بررسی بین تحصیلات و پذیرش بانکداری الکترونیکی مشخص شد افراد که دارای مدرک لسانس و دارای تحصیلات عالی و به خصوص آشنا با زبان انگلیسی هستند؛ بیشتر علاقه مند به پذیرش بانکداری الکترونیکی در افغانستان اند.
- در بررسی بین میزان درآمد و پذیرش بانکداری الکترونیک مشخص شد که افراد دارای درآمد بالای ۲۰ هزار افغانی و زیر ۵۰ هزار افغانی و یا بیشتر علاقه مند به پذیرش بانکداری الکترونیکی در افغانستان هستند.

۴. مقایسه نتایج این تحقیق با یک تحقیق مشابه دیگر

با توجه به مقاله‌ای که توسط ترو پیکاراین و همکاران در مرکز توسعه علمی پوهنتون اولو فنلند^۱ انجام گرفته است، این نتیجه حاصل شده که عواملی همچون مفید بودن، سهولت استفاده، امنیت و محرمانه بودن اطلاعات، ارائه اطلاعات کافی در مورد بانکداری الکترونیکی و لذت بخش بودن تأثیرات مثبتی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی داشته؛ و عواملی نظیر سرعت اینترنت و کیفیت استفاده از خدمات آنلاین تأثیر مستقیمی بر سطح پذیرش افراد در بانکداری الکترونیکی نداشته و تنها به عنوان یک عامل برای ارتباط هرچه بهتر با این نوع از بانکداری به شمار می‌روند. درحالی که در تحقیق ما نیز عواملی همچون مفید بودن، سهولت استفاده، امنیت و محرمانه بودن اطلاعات، ارائه اطلاعات کافی در مورد بانکداری الکترونیکی و کیفیت خدمات اینترنتی تأثیر مستقیم بر سطح پذیرش افراد در بانکداری الکترونیکی در افغانستان دارند؛ و لذت بخش بودن اثر معناداری بر بانکداری الکترونیکی ندارد. با توجه به تحقیق انجام گرفته در فنلند نتایجی به دست آمده که تقریباً با تحقیق ما در افغانستان شبیه بوده و تنها از لحاظ اولویت بندی عوامل با یکدیگر تفاوت دارند. در این تحقیق، تأثیر هر پنج متغیر بر پذیرش بانکداری اینترنتی تأیید می‌شود و ثانیاً متغیرهای امنیت و محرمانه بودن، سهولت استفاده، ارائه اطلاعات، کیفیت ارتباط

^۱ مرکز توسعه علمی پوهنتون اولو (Oulu University of Applied Sciences Development Centre) یک مرکز تحقیقاتی و توسعه‌ای است که در پوهنتون اولو در فنلاند قرار دارد. این مرکز به طور خاص بر تحقیق و توسعه در حوزه‌های مختلف علمی و کاربردی تمرکز دارد؛ و هدف آن ارتقاء کیفیت آموزش و تحقیق در این پوهنتون است؛ بنده همواره مقاله‌ها و تحقیقات‌شان را مطالعه می‌کنم. امین

انترنتی و مفید بودن به ترتیب بالاترین تأثیر رگرسیونی را روی متغیر پذیرش بانکداری الکترونیکی دارند.

۵. محدودیت‌های تحقیق

اگرچه تحقیق انجام‌شده می‌تواند نتایج بسیار چشمگیری به‌ویژه در حوزه آماری و اعداد و ارقام داشته باشد؛ ولی این تحقیق شامل محدودیت‌هایی است که خواه‌ناخواه بر میزان روایی و پایایی یافته‌ها تأثیرگذار خواهد بود. بعضی محدودیت‌ها در این تحقیق را در چهار شماره ذکر می‌کنم:

(۱) **کمبود منابع:** یکی از محدودیت‌های عمده در تحقیق حاضر، کمبود منابع معتبر و داده‌های (اطلاعات) دقیق درباره بانکداری الکترونیکی در افغانستان است. به دلیل نبودن این حوزه در کشور ما و همچنین کمبود تحقیقاتی که به‌صورت خاص به وضعیت بانکداری الکترونیکی در افغانستان پرداخته‌اند، منابع دسترسی به اطلاعات، گزارش‌ها و مقالات علمی در این زمینه محدود است؛ و مبالغه نخواهد بود که بگوییم که اصلاً به‌صورت آن‌چنانی که باید کار می‌شد؛ نشده است. علاوه بر این، منابع موجود ممکن است از دقت و جامعیت کافی برخوردار نباشند^۱ که این امر روند تحلیل و بررسی دقیق وضعیت بانکداری الکترونیکی در افغانستان را با چالش‌هایی مواجه می‌کند. این کمبود منابع و اطلاعات، به‌ویژه در مورد تجربیات کاربران و تحلیل‌های مبتنی بر داده‌های میدانی، تأثیر قابل‌توجهی بر کیفیت و عمق تحقیق داشته است.

(۲) **کمبود تحقیق:** متأسفانه یکی از مسائل مهمی که در تحقیق حاضر با آن مواجه شدم، کمبود توجه و تحقیق در زمینه بانکداری الکترونیکی حداقل در دهه ۹۰ توسط استادان پوهنتون‌های کشور، به‌ویژه پوهنتون کابل دانشکده اقتصاد بخش مالی و بانکی که حیثیت مادر پوهنتون‌های افغانستان را دارد؛ است. برخلاف اهمیت روزافزون این

^۱ یک تعداد کتاب‌ها در مورد بانکداری در افغانستان توسط استادان پوهنتون‌ها و محققان افغانستانی نوشته‌شده است؛ ولی خیلی جسته‌وگریخته در مورد بانکداری الکترونیکی فقط در یک فصل کوتاه بحث شده است که آن‌هم فقط کاپی پیست از کتاب‌های ترجمه‌شده و یا نوشته‌شده استادان ایرانی است؛ و اصلاً در مورد افغانستان در آن‌ها چیزی به چشم نمی‌خورد. امین

حوزه در جهان و نیاز مبرم به شناخت چالش‌ها و فرصت‌های بانکداری الکترونیکی در افغانستان، به نظر می‌رسد که در این پوهنتون‌ها و مراکز تحقیق؛ تحقیقات علمی در این زمینه به‌طور قابل توجهی صورت نگرفته است.^۱ این کمبود تحقیقات علمی نه تنها مانع از ارتقاء دانش و اطلاعات در این حوزه می‌شود، بلکه به کاهش قدرت تحلیل و تصمیم‌گیری درست در سطح ملی و بخش‌های بانکی نیز منجر خواهد شد. در صورتی که پوهنتون‌ها به‌عنوان منابع اصلی تولید دانش، توجه بیشتری به این موضوعات داشته باشند، می‌توانند نقش مؤثری در رشد و بهبود سیستم بانکداری الکترونیکی در کشور ایفا کنند.

۳) **عدم همکاری مشتریان:** عدم حضور مشتریانی که از خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده می‌کنند؛ و نیز عدم همکاری برخی از مشتریان و زمان‌بر بودن پاسخ به سؤالات پرسشنامه موجب شد که توزیع پرسشنامه و جمع‌آوری آن زمان زیادی را شامل گردد که این خود موجب کندی انجام تحقیق گردید. حتی یک تعداد از مشتریان اصلاً حاضر نبودند که به پرسش‌نامه‌های ما پاسخ بدهند؛ و چیزی که خنده‌آور است؛ این است وقتی که از ایشان پرسش می‌پرسیدم؛ برایم می‌گفتند: شما از استخبارات هستید/ یا کارمند بانک؟ چرا این همه اطلاعات را از ما می‌خواهید؟ چرا باید به این پرسشنامه‌ها پاسخ بدهم؟ واقعاً این مشکل کار تحقیق را به‌کندی کشاند.^۲

۴) **عدم دسترسی آسان به مشتریان:** به دلیل عدم حضور مشتریانی که از بانکداری الکترونیکی استفاده می‌کنند در محیط بانک دسترسی به آن‌ها به‌آسانی امکان‌پذیر نبود؛ و به‌ناچار از دیگر مشتریان عادی هم برای پاسخ به سؤالات پرسشنامه استفاده گردید؛

^۱ برای تکمیل این تحقیق به کتابخانه پوهنتون کابل رفتم؛ به دانشکده اقتصاد و کتابخانه دانشکده اقتصاد رفتم؛ و حتی

پایان‌نامه‌های تحصیلی دانشجویان را هم مورد بررسی قرار دادم؛ ولی چیز به‌دردبخور گیر نیاوردم. امین
^۲ دوستان عزیز، تحقیق میدانی و توزیع پرسشنامه در افغانستان با چالش‌های خاصی روبه‌رو است که یکی از عمده‌ترین آن‌ها، عدم همکاری مردم در این نوع تحقیقات است. در بسیاری از موارد، مردم به دلیل کمبود آگاهی از اهمیت و هدف تحقیقات علمی، تمایل زیادی به پاسخگویی به پرسشنامه‌ها ندارند. همچنین، برخی از مردم ممکن است به دلایل فرهنگی، اجتماعی یا حتی امنیتی از اشتراک در تحقیقات میدانی خودداری کنند؛ زیرا ممکن است به فرآیند تحقیق اعتمادی نداشته باشند یا ترس از استفاده نادرست از اطلاعات‌شان وجود داشته باشد. امین

و در این قسمت با من مدیران مالی واداری ریاست‌های ولایتی وزارت‌مان واقعاً کمک شایان‌ذکر نمودند؛ و از تمام‌شان سپاسگزارم؛ به‌ویژه جناب شاهپور بارکزی، انجنیر میرویس صافی و استاد هیواد منلی.

۶. پیشنهادهای تحقیق

پیشنهادهای این تحقیق در سه کتگوری دسته‌بندی شده است:

الف. کتگوری نخست پیشنهاد به محققان و مراکز تحقیقات در افغانستان:

- ۱) محققان عزیز می‌توانند در همین حوزه قصد انجام تحقیقات بیشتری را دارند می‌توانند برحسب نیاز مکانی و زمانی به‌طور مثال در موضوع عوامل مؤثر بر پذیرش خدمات الکترونیکی در مؤسسه‌های تحصیلات عالی دولتی و خصوصی؛ انستیتیوت‌های بانکداری؛ بانک‌های خصوصی و... تحقیق کنند؛ و یا عوامل مؤثر برافزایش بهره‌وری سیستم‌های بانکداری الکترونیکی را مدنظر قرار دهند.
- ۲) با توجه به تأثیر مثبت اکثر عوامل تأثیرگذار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی از طریق افزایش میزان رضایت مشتریان می‌توان راهکارهای زیر را نیز به‌عنوان پیشنهاد ارائه داد.
 - افزایش و قبل آن شناسایی سایر عوامل که بر اعتماد مشتریان مؤثر باشد؛
 - افزایش شیوه‌های نوین در زمینه ارائه خدمات الکترونیکی در بانک‌های دولتی و خصوصی افغانستان؛
 - افزایش تأثیر کیفیت خدمات الکترونیکی در بانک‌های دولتی و خصوصی افغانستان؛
 - افزایش میزان رضایت مشتریان از طریق بهبود عوامل تأثیرگذار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی؛
 - افزایش اعتماد به حفاظت از حریم خصوصی مشتریان در بانکداری الکترونیکی و...

ب. کتگوری دوم پیشنهاد به بانک‌های دولتی و خصوصی:

- بر اساس نتایج تحقیق در زمینه بانکداری الکترونیکی در افغانستان، به‌ویژه در بخش بانک‌های دولتی و خصوصی، چهار پیشنهاد مهم برای بهبود و ارتقاء خدمات ارائه می‌شود:
- ۱) تقویت زیرساخت‌های تکنالوژی اطلاعات: تمام بانک‌های دولتی و خصوصی باید سرمایه‌گذاری بیشتری در بهبود زیرساخت‌های تکنالوژی اطلاعات خود انجام دهند.

ارتقاء سیستم‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری برای تأمین امنیت بیشتر و افزایش قابلیت اطمینان سیستم‌های بانکداری الکترونیکی ضروری است.

۲) **ارتقای آگاهی مشتریان:** یکی از چالش‌های موجود در بانکداری الکترونیکی، کمبود آگاهی مشتریان از نحوه استفاده از خدمات آنلاین است. بانک‌های دولتی و خصوصی باید برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی برای آشنایی بیشتر مشتریان با خدمات خود^۱، به‌ویژه در مناطق دورافتاده، ایجاد کنند.

۳) **تنوع در خدمات الکترونیکی:** ارائه خدمات نوآورانه و متنوع همچون پرداخت‌های موبایلی، کیف پول‌های دیجیتال و خدمات قرض آنلاین می‌تواند به جذب بیشتر مشتریان کمک کند؛ و به رقابت‌پذیری بانک‌ها در بازار کمک شایانی نماید.

۴) **توسعه همکاری‌های بین‌بانکی:** بانک‌های دولتی و خصوصی می‌توانند با سایر بانک‌ها، مؤسسات مالی دولتی و خصوصی همکاری کنند تا شبکه‌ای از خدمات بانکی الکترونیکی گسترده‌تر و قابل‌دسترس برای تمام اقشار جامعه افغانستان ایجاد کنند.

ج. کتگوری سوم پیشنهاد به مدیران بانک‌های افغانستان:

۱) یافته‌های این تحقیق نتایج مؤثری برای مدیران در بردارد که به‌وسیله آن‌ها مدیران اطلاعات بیشتری در زمینه‌های بانکداری الکترونیکی، سرویس‌های اینترنتی و طراحی وب‌سایت‌های موفق خواهند داشت.

۲) کسانی که در زمینه طراحی نرم‌افزارهای خاص این محدوده علمی فعالیت می‌کنند باید هرچه بیشتر تلاش کنند تا محتوای برنامه را پُر بار و بر اساس نیازهای مجموعه موردنظر طراحی کنند.

۳) تحقیقات هرچه بیشتر در زمینه‌های الکترونیکی باعث رشد بانک‌ها شده و باعث پیشرفت در زمینه‌های مختلف می‌شود.

۴) زمینه دیگر که مدیران با استفاده از مدل مطرح‌شده می‌توانند در آن دقت بیشتری را به خرج دهند؛ زمینه‌های بازاریابی است که هرچه بتوانند فکتورهای مدل را در آن بستر اعمال کنند مدل بهتری را خواهیم داشت.

^۱ به هر شیوه که برای‌شان مقدور و مناسب است. امین

سخن پایانی

دوستان عزیزم، از شما متشکرم که این کتاب را تا اینجا مطالعه نمودید؛ در پایان این کتاب، به این باور رسیده‌ایم که مسیر پیشرفت و تحول در هر حوزه، به‌ویژه در زمینه‌هایی مانند بانکداری الکترونیکی، نه تنها به نوآوری‌های تکنالوژی بستگی دارد، بلکه به درک عمیق‌تر از نیازها، چالش‌ها و فرصت‌های موجود در افغانستان نیز مرتبط است. بانکداری الکترونیکی، به‌عنوان یک ابزار قدرتمند، توانسته است تحول عظیمی در روش‌های مالی ایجاد کند؛ و راه‌های جدیدی برای دسترسی و استفاده از خدمات مالی فراهم آورد.

با این حال، همان‌طور که در طول این کتاب مشاهده کردیم، موفقیت این سیستم‌ها نیازمند همکاری مستمر میان بخش‌های مختلف دولت، نهادهای مالی و مشتریان است. تنها با رفع موانع موجود، ارتقای امنیت و گسترش فرهنگ استفاده از این سیستم‌ها می‌توان به پتانسیل واقعی بانکداری الکترونیکی دست یافت.

امید است که این تحقیق گامی هرچند کوچک در راستای شناخت بهتر و استفاده مؤثرتر از بانکداری الکترونیکی در دنیای امروز باشد و همگان را به تفکر بیشتر در مورد چگونگی بهره‌برداری از این تکنالوژی برای بهبود زندگی افراد و جوامع ترغیب کند. از شما که وقت و انرژی خود را به مطالعه این کتاب اختصاص دادید، سپاسگزاریم و امیدواریم که مطالب ارائه‌شده برای شما مفید واقع شده باشد. با آرزوی موفقیت و پیشرفت در همه زمینه‌ها.

با حرمت بی‌کران

برادر کوچکتان

حاجی رسول خان امین

کابل ۳۰ جدی سال ۱۴۰۳

منابع کتاب

الف. منابع داخلی کتاب‌ها:

۱. دانشیار، محمد عارف. (۱۳۹۹). بانکداری، کابل: انتشارات واژه.
۲. رحیمی، ضیاءالدین. (۱۳۹۴). صنایع بانکداری الکترونیکی، کابل: انتشارات عازم.
۳. ضریری، عبدالمعبود. (۱۳۹۸). بانکداری اسلامی، کابل: انتشارات آکادمی علوم.
۴. عارف، عبدالقیوم. (۱۳۸۵). ارزیابی سیستم بانکی افغانستان، کابل: انتشارات یوسف زاد.
۵. عارف، عبدالقیوم. (۱۳۹۵). مدیریت در سیستم بانکی، کابل: انتشارات یوسف زاد.
۶. گهری، عبدالرؤف. (۱۳۹۸). بانکداری، کابل: انتشارات یوسف زاد.
۷. مسعود، سید. (۱۳۹۶). بانکداری، کابل: انتشارات یوسف زاد.
۸. نور عباد، حمید الله. (۱۳۹۸). اقتصاد و بانکداری اسلامی، کابل: انتشارات تمدن شرق.

ب. منابع ایرانی کتاب‌ها:

۱. حافظ نیا، محمدرضا. (۱۳۸۴). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت.
۲. حسن‌زاده، علی. (۱۳۹۳). پول و بانکداری نوین، تهران: انتشارات جنگل.
۳. حسینی، حمید خداداد. (۱۳۹۳). کسب و تجارت الکترونیکی، تهران: انتشارات سمت.

۴. خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۲). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی، تهران: انتشارات بازتاب.
۵. داور، علی. (۱۳۸۸). روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: انتشارات نی.
۶. زمانی فرهانی، مجتبی. (۱۳۸۴). پول ارز و بانکداری، تهران: انتشارات ترمه.
۷. سرمد، حجازی، الهه. (۱۳۸۵). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: نشر آگاه.
۸. عباسی نژاد، حسین. (۱۳۸۵). بانکداری الکترونیکی، تهران: انتشارات سمت.
۹. فرجی، یوسف. (۱۳۹۱). پول ارز و بانکداری، تهران: انتشارات بازرگانی.
۱۰. نصر اصفهانی، محمد، رسولی نژاد، احسان، رهدار، محب علی. (۱۳۸۹). تجارت الکترونیک، تهران: انتشارات دانشکده‌ی علوم اقتصاد.

ج. مقاله‌ها:

۱. برادران حسن‌زاده، رسول، پور صادق، ناصر، شکوری ملکی، لیلا. (۱۳۸۸). بانکداری الکترونیک و کاربرد کارت‌های بانکی در بهبود عملکرد بانک، تهران: فراسوی مدیریت، سال دوم، شماره ۸.
۲. غفاری آشتیانی، پیمان، ایران‌منش، علی. (۱۳۹۰). شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک، تهران: مجموعه مقالات نهمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت.
۳. لامعی، افشین، تعویذی، تینا. (۱۳۹۰). امنیت فن‌آوری اطلاعات در بانکداری الکترونیک، تهران: ماهنامه بانکداری الکترونیک، سال سوم، شماره ۲۶.
۴. کشته گر، محمد. (۱۳۹۰). بانکداری الکترونیک، تهران: موسسه عالی بانکداری ایران.
۵. ابطحی، سید ابراهیم، مرآت نیا، احمد. (۱۳۸۷). مدلی تلفیقی برای ارتقاء کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک از طریق کیفیت‌سنجی مستمر خدمات و رضایت سنجی ادواری مشتریان، تهران: دومین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیک.
۶. اللهیاری فرد، محمود. (۱۳۸۴). خدمات بانکداری الکترونیک و نیازهای اجرایی آن در مقایسه‌ی تطبیقی هزینه‌ی عملیاتی خدمات مختلف بانکی، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی.

۷. اللهیاری فرد، محمود، بید آباد، بیژن. (۱۳۸۲). بسترهای نرم‌افزاری تجارت و بانکداری الکترونیک، تهران.
۸. شاهین، آرش، عامری گلستان، داود، صارمی، بابک. (۱۳۸۰). مدل سروکوآل و نقش آن در اندازه‌گیری شکاف‌های کیفیت خدمات بامطالعه‌ای موردی در ایران و مقایسه‌ی آن با نمونه‌ی خارجی، تهران: تحول اداری، دوره هفتم، شماره ۴۷.
۹. کریمی، محمدرضا، سپندارند، صادق، حق‌شناس، فرزانه. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر ادراک مشتریان از امنیت و اعتماد بر استفاده از سیستم‌های پرداخت الکترونیکی شعب بانک کشاورزی تهران، دانشگاه تهران: مجله‌ی مدیریت فن‌آوری اطلاعات، دوره ۴، شماره ۱۱.
۱۰. محمودی میمند، محمد، فروزنده دهکردی، لطف‌الله، احمدی‌نژاد، مصطفی. (۱۳۸۸). الگوی پذیرش بانکداری اینترنتی توسط مشتریان، تهران: نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال اول، شماره دوم.
۱۱. کاظمی، مهدی، خجسته، غلامرضا، رزمی، حسنعلی. (۱۳۸۸). کسب مزیت رقابتی از طریق پرورش مشتریان وفادار، تهران: مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای مهندسی مجدد جامع سازمان.
۱۲. موتمنی، علیرضا، مرادی، هادی، همتی، امین، اسماعیلی، ابراهیم. (۱۳۹۰). تأثیر اعتماد بر گرایش به استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، تهران: کنفرانس بین‌المللی شهروند الکترونیک و تلفن همراه.
۱۳. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی. (۱۳۷۶). از مبادله‌ی الکترونیکی اطلاعات تا تجارت الکترونیک، تهران.
۱۴. ناظمی، شمس‌الدین، مرتضوی، سعید، راحتی، تکتیم. (۱۳۸۴). نقش شیوه‌های نوین ارائه‌ی خدمات بانکی در جذب مشتری و بهبود کارایی سیستم بانک‌ها، تهران: پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی، سال پنجم، شماره ۱۹۰.

د. پایان‌نامه‌های داخلی و خارجی:

۱. زرشید، شبانه، (۱۳۹۴). پول و بانکداری الکترونیکی، پایان‌نامه‌ی لیسانس، پوهنتون کابل.

۲. صادقی، یزدان بخش. (۱۳۸۹). بررسی ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک بانک‌های خصوصی، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
۳. طالب، شهیده. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر بانکداری الکترونیک بر رضایتمندی مشتریان در بانک اقتصاد نوین، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.

ه: سایت‌های اینترنتی:

1. www.azizibank.com
2. www.dab.gov.af
3. www.enbank.ir
4. www.irbanker.com
5. www.tejaratbank.ir
6. www.wikipedia.com

و. منابع انگلیسی:

1. Bhattacharjee, A, (2001), Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model. MIS Quarterly 25.
2. Carington, Mark, Langguth, Philip & Stiener Thomas (1997), The Banking Revolution: How Technology is Creating Winners and Losers?, Great Britain, Pitman Publishing company.
3. Clarke I. (2001), "Emerging value propositions for M-commerce. Journal of Business Strategies", 18(2).
4. Clik, H. (2008), "What determines Turkish customers' acceptance of internet banking?", International Journal of Bank Marketing, Vol. 26, No. 5.
5. Crosby, Philip.B. (2001), "Quality Without Tears The Art Of Hassle Free Management", New York , Mc Graw Hill.
6. Davis, F.d., et al. (1989), "user acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models", Management Science, Vol. 35, No. 8.
7. Flavian. C; Torres . E; Guinalí'u. M; Spain. Z. (2004), "Corporate image measurement a further problem for the tangibilization of Internet banking services". The International Journal of Bank Marketing. Vol. 22 No. 5.
8. Goyal vishal & U.S.Pandey & Batra Sanjay " Mobile Banking in India: Practices, Challenges and Security Issues" International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering, Vol 1, No.2, 2012.
9. Hagel, J III and Arthur G. Armstrong, Net gain: expanding markets through virtual communities, Mckinsey Quarterly (Winter), (1997).

10. Jamal, Ahmad and Naser, Kamal. (2002), "Customer satisfaction and retail Banking": an assessment of some of the key antecedents of customer Satisfaction in retail banking.
11. Kim, D. Song, Y. Braynov, S.B. Roa, H.R. (2005), "A multidimensional trust formation model in B-to-C e-commerce: a conceptual framework and content analyses of academia/practitioner perspectives". Decision Support Systems. No 40.
12. Liao, Z. and Tow chung, M. (2002), "Internet based e-banking and customer attitudes: an empirical study", Information & Management ,vol. 39.
13. Martinez,j &l, (2010), "Some insights on conceptualizing and measuring service quality", Journal of Retailing and Consumer Services,v17.
14. McMullan, R. and Gilmore,A. (2008), "Customer loyalty: an empirical study", European Journal of Marketing, Vol. 42, No. 9/10.
15. Moon,J.W.,Kim,Y.G. (2001), "Extending the TAM for a World Wide
16. Parasuraman A, Zeithaml V. A, Berry L. L. (1988), "servqual: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", Journal of Retailing, Vol.64, No.1.
17. Reichheld, F.F. and Schefter, P, E-loyalty: your secret weapon on the web, Harvard Business Review, Vol. 78 No.
18. Ross, I. Juwaheer, A. (2004), " Service Quality and Store Performance: Some Evidence from Greece" Journal of Management Service Quality, Vol. 5.
19. Sasser, We.(1978), "Management of Service Operation Ally and Bacon, Boston", MA.
20. Shankar, V.S., Smith, A.K., Rangaswamy, A., (2003), Customer satisfaction and loyalty in online and offline environments. International Journal of Research in Marketing Vol.20.
21. Wang, Y.D. and Emurian, H.H. (2005), "An overview of online trust: concepts, elements, and implications. Computer in Human Behavior", No.21.
22. Web context", Information & Management", Vol. 38, No. 4.
23. Wirtz. J, and Chew, P, (2002), The Effects of Incentives, Deal proneness, Satisfaction and Tie strength on wordof-Mouth Behavior, International Journal of service Industry Management, Vol. 13, No. 2.
24. Yusin, M., Correia, E., lisboa, J. (2002), "Retail Banking: an Assessment of some of the Key Antecedents of Customer Satisfaction in Retail Banking", International Journal of Bank Marketing, Vol. 20.
25. Zeithaml, V. A. (2002). "Service excellence in electronic channels. Managing Service Quality", Vol. 12, No.3.

