

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تحليل اقتصادى انتقال الكترونيكى وجه در نظام اقتصادى كنونى

مولفين

شيث سهراب زاده

سجاد جسمانى

انتشارات فرزندگان دانشگاه

۱۳۹۸

سرشناسه	: سهرابزاده، شیت، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: تحلیل اقتصادی انتقال الکترونیکی وجه در نظام اقتصادی کنونی / مولفین شیت سهرابزاده، سجاد جسمانی.
مشخصات نشر	: تهران: فرزندگان دانشگاه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۴۲ ص.
شابک	: : ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۳۸-۵۹-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: انتقال الکترونیکی وجه -- ایران -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: Electronic funds transfers -- Iran -- Economic aspects
موضوع	: بانک و بانکداری -- ایران -- سیاست دولت
موضوع	: Banks and banking -- Government policy -- Iran
موضوع	: بانکداری اینترنتی -- ایران
موضوع	: Internet banking -- Iran
شناسه افزوده	: جسمانی، سجاد، ۱۳۶۷ -
رده بندی کنگره	: HG۳۳۷۰/۲
رده بندی دیویی	: ۳۳۲/۱۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۷۰۸۲۴۲

انتشارات فرزندگان دانشگاه

تحلیل اقتصادی انتقال الکترونیکی وجه در نظام اقتصادی کنونی

تألیف: شیت سهراب زاده-سجاد جسمانی

ناشر: فرزندگان دانشگاه

ناظر فنی: محسن فاضلی

نوبت چاپ: اول: ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۱۰۰ جلد

قیمت: ۳۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۳۸-۵۹-۶

مرکز پخش: تهران، میدان انقلاب، خ منیری جاوید، پلاک ۹۲

تلفن: ۶۶۹۷۹۵۲۶ - ۶۶۹۷۹۵۱۹ مرکز پخش قانون یار

تقدیم بہ:

روح بزرگ و دوستان سخاوت مند زندہ یاد حسین محمود بیگی

شریک دردہائش، فاطمہ

و

یادگار عزیزش کیارش

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۹
فصل اول.....	۱۱
فصل دوم.....	۴۳
انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری الکترونیکی.....	۴۳
فصل سوم.....	۶۷
بانکداری الکترونیکی و انتقال الکترونیکی وجوه و مشکلات و موانع گسترش آن در ایران.....	۶۷
فصل چهارم.....	۱۲۷
راههای گسترش انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری الکترونیکی در ایران.....	۱۲۷
منابع و مأخذ.....	۱۳۷

پیشگفتار

بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه‌های مختلف اقتصادی، بازرگانی تاثیرات شگرف این پدیده را بیش از پیش نمایان ساخته است. مزایای فراوان اقتصادی کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد و بازرگانی شامل صرفه‌جویی هزینه مبادلاتی، افزایش بهره‌وری بنگاه و صنعت، تغییر فرایندهای مدیریت و تولید بنگاه‌های اقتصادی، کاهش هزینه جستجو، دسترسی بیشتر و آسانتر و ارزانتر به اطلاعات، کاهش محدودیت‌های ورود به بازار، شمار بیشتر عرضه کنندگان، افزایش رقابت، کاهش سود انحصاری، کاهش هزینه تمام شده و قیمت کالا و تسهیل تجاری موجب توجه روزافزون به این پدیده نوین شده است. سازمان‌های بین‌المللی به رهبری سازمان ملل و سازمان‌های وابسته به آن همانند UNCTAD و UN/CEFACT طی چند سال گذشته، با ارایه استانداردها و راهبردهای پیشنهادی به کشورهای عضو، اقدامات عملی برای توسعه تجارت الکترونیکی و زیرمجموعه‌های آن یعنی بانکداری الکترونیکی، حمل و نقل الکترونیکی بیمه الکترونیکی و ... در جهان به عمل آورده‌اند. دولت‌ها نیز اقدامات گسترده‌ای برای توسعه تجارت الکترونیکی انجام داده‌اند. برخی دولت‌ها در کشورهای پیشرفته با بسترسازی حقوقی، قانونی، اقتصادی، فنی، مخابراتی و ارتباطی و با سیاست‌گذاری و هدایت کلان به توسعه تجارت و بانکداری الکترونیکی همت گمارده‌اند. در این کشورها بخش خصوصی پویا و کارآمد محوریت را به عهده گرفته و از آخرین تحولات فنی در فعالیت‌های خود استفاده می‌کند. از سوی دیگر در برخی کشورهای در حال توسعه پیشرو همانند کشورهای آسیای جنوب‌شرقی، دولت‌ها علاوه بر سیاست‌گذاری و هدایت کلان، حمایت گسترده‌ای از توسعه تجارت و بانکداری الکترونیکی به عمل آورده‌اند. پیوند با اقتصاد جهانی، اصلاحات اقتصادی مناسب، توسعه منابع انسانی، بسترسازی اقتصادی، حقوقی، فنی، مخابراتی و ارتباطی و بخش خصوصی نسبتاً کارآمد شرایط مناسبی را برای توسعه تجارت و بانکداری الکترونیکی در این کشورها بوجود آورده است. بدین ترتیب فعالان اقتصادی در سراسر جهان به ویژه در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه پیشرو با بکارگیری

آخرین یافته‌های فناوری به ویژه فناوری ارتباطات و اطلاعات بطور فزاینده مبادلات تجارت الکترونیکی خود را گسترش می‌دهند. در این راستا برخی بنگاههای اقتصادی از جمله بانک‌ها با مهندسی مجدد فعالیت‌های مدیریتی و تولیدی و خدماتی خود و بکارگیری کسب و کار الکترونیکی توانسته‌اند سهم بازار خود را در بازارهای جهانی ابتدا حفظ و سپس ارتقاء دهند. بدیهی است برای بنگاههایی که در این رقابت عقب بمانند، کاهش سهم بازار اولین پیامد آن خواهد بود. مصرف‌کنندگان نیز در کشورهای مختلف تمایل چشمگیری برای انجام مبادلات به صورت الکترونیکی از خود نشان داده‌اند. کاهش هزینه و افزایش سرعت دسترسی به اینترنت و مزایای اقتصادی و اجتماعی تجارت و بانکداری الکترونیکی از دلایل اصلی توجه مردم به اینگونه مبادلات است.

فصل اول

تجارت الکترونیکی

۱-۱- مقدمه

با توجه به پیشرفت‌های فناوری روزمره و شتابان، جوامع به جوامعی مبتنی بر دانش و آگاهی تبدیل شده‌اند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات به مؤسسات و سازمانها این امکان را می‌دهد که فعالیت‌های تجاری و مبادلات خود را با سرعت و انعطاف‌پذیری انجام دهند. در قرن بیست و یکم فناوری اطلاعاتی و ارتباطی با سرعت بیشتر پیشرفت و توسعه خواهد کرد. پیشرفت‌های به وجود آمده در فناوری اطلاعات و ارتباطات در اواخر قرن بیستم باعث شکل‌گیری تجارت الکترونیکی شده است. تجارت الکترونیکی انقلابی عظیم در شیوه تجارت و کسب و کار به وجود آورده است. تجارت الکترونیکی و به تعبیر وسیع‌تر کسب و کار الکترونیکی شیوه و نحوه زندگی کردن انسانها را نیز متحول می‌سازد. کشورهای پیشرفته چندین سال است که تجارت الکترونیکی را آغاز کرده‌اند و کم‌کم مسائل و مشکلات آن را تجربه کرده‌اند بنابراین تا حدودی بسترهای فناوری، قانونی و سرمایه‌های انسانی و مادی لازم برای توسعه و گسترش آن را فراهم ساخته‌اند و در آستانه تحول اساسی و کامل در شیوه کسب و کار و زندگی هستند، که در آن به میزان وسیع از فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده خواهد شد. علاوه بر کشورهای پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز به منظور ایجاد

زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای تجارت الکترونیکی، در حال برنامه‌ریزی و تلاش هستند. در کشور ما هم تلاش‌های پراکنده‌ای صورت گرفته است، ولی این تلاش‌ها تاکنون اثربخش نبوده است زیرا از یک طرف از انسجام و یکپارچگی لازم برخوردار نمی‌باشد و از طرف دیگر فاقد سرعت مناسب هستند. از آنجا که هدف غایی کتاب حاضر بسترسازی برای گسترش تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی در ایران می‌باشد در این فصل در خصوص تجارت الکترونیکی بحث و بررسی به عمل می‌آید. هدف از ارائه این فصل آشنایی با ابعاد و زیرساخت‌های تجارت الکترونیکی و تبیین نقش و جایگاه انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری الکترونیکی در آن می‌باشد.

۱-۲- مفهوم تجارت الکترونیکی^۱

رشد سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه پایانی قرن بیستم و شروع قرن بیست و یکم و افق‌های جدیدی را بر روی کسب و کار و تجارت باز نمود. این افق‌های جدید سبب تحول در امر تجارت گردید و با سرعت و شتاب وصف‌ناپذیری در حال گسترش می‌باشد. تحولات در زمینه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی به حدی زیاد و مؤثر بوده که بعضی‌ها عصر حاضر را عصر اطلاعات و تحولات را به انقلاب اطلاعاتی تعبیر می‌نمایند. انقلاب اطلاعاتی سبب ایجاد شیوه‌های نوین و بی‌سابقه در تولید، پردازش و انتقال اطلاعات می‌گردد. شیوه‌های جدید به علت اینکه موجب افزایش کارایی، بهره‌وری، اثربخشی و بالا بردن سرعت در برقراری ارتباطات، و کاهش هزینه‌ها شده است، از طرف شرکتها و سازمانهای تجاری با استقبال زیادی مواجه گردیده است و در عرصه نوین رقابت، مزیت‌های رقابتی زیادی را برای آنها به همراه خواهد داشت. در سال ۱۹۹۱ اینترنت در سراسر دنیا فقط ۳ میلیون کاربر داشت و از طریق اینترنت تجارتی صورت نمی‌گرفت ولی در سال ۱۹۹۹ بالغ بر ۱۵۰ میلیون نفر به اینترنت دسترسی پیدا کردند و تقریباً $\frac{1}{4}$ آنها خریدهای خود را به صورت پیوسته از پایگاههای

۱. Electronic Commerce (EC)

تجارت الکترونیکی انجام می‌دادند^۱. با توجه به مزیت‌های زیادی که تجارت الکترونیکی در بردارد پیش‌بینی می‌گردد در آینده نزدیک، با سرعت زیادتری مورد استفاده قرار گیرد و انقلاب دیگری را در عرصه تجارت به وجود آورد. این انقلاب جدید نحوه خرید و فروش کالا و خدمات توسط مؤسسات تجاری و اشخاص را متحول می‌سازد. قبل از پرداختن به مقوله تجارت الکترونیکی لازم است تعریف روشنی از آن ارائه گردد. هر چند با توجه به عمر کوتاه تجارت الکترونیکی هنوز تعریف دقیق، روشن، جامع و مانع از این اصطلاح به ارائه نگردیده است، ولی این بدان معنی نیست که در این زمینه کاری نشده و یا تعریفی ارائه نشده است. بلکه تعاریف بسیار زیادی ارائه شده است، اما در بین اندیشمندان این رشته اتفاق نظر وجود ندارد. در ادامه به پاره‌ای از تعاریف اشاره می‌شود و سپس یک تعریف جمع‌بندی شده ارائه و مورد استفاده قرار می‌گیرد. «باجاج»^۲ تجارت الکترونیکی را این گونه توصیف می‌نماید: «تجارت الکترونیکی یعنی مبادله اطلاعات تجاری بدون استفاده از کاغذ است که در آن نوآوری‌هایی مانند مبادله الکترونیکی داده‌ها، پست الکترونیکی، تابلو اعلانات الکترونیکی، انتقال الکترونیکی وجوه و سایر فناوریهای مبتنی بر شبکه به کار برده می‌شود. تجارت الکترونیکی نه تنها عملیاتی را که در انجام معاملات به طور دستی و با استفاده از کاغذ صورت می‌گیرد به حالت خودکار درمی‌آورد، بلکه سازمانها را یاری می‌کند به یک محیط کاملاً الکترونیکی قدم بگذارند و شیوه‌های کاری خود را تغییر دهند.»^۳ در تعریف دیگری تجارت الکترونیکی این گونه تعبیر شده است: «انجام تجارت روی اینترنت، فروش کالا و خدماتی که به صورت ناپیوسته توزیع می‌شود و [یا فروش] به صورت پیوسته یعنی ارائه محصولات [مثل کتاب الکترونیکی، نرم‌افزار] که از طریق نرم‌افزارهای کامپیوتری به دست مصرف‌کننده می‌رسد.» مبادلات می‌تواند بین بنگاههای تجاری، شرکتها و مصرف‌کننده انجام شود. اما اینترنت شامل

۱. کلباسی، ۱۳۸۰، ص ۲۸.

۲. K.K. Bajaj

۳. باجاج و دبجاجی، ۱۳۷۶، ص ص ۳-۵.

یک طیف وسیع تر از فعالیت‌های بالقوه تجاری و تبادل اطلاعاتی است. به عنوان نمونه اینترنت به شرکتها، اشخاص و دولت‌ها یک زیرساخت الکترونیکی را پیشنهاد می‌کند که قادر است بازارهای مجازی مزایده برای کالاها و خدمات ایجاد کنند. مثلاً **ebay.com** جزو اولین سایت‌هایی است که موفق شد چارچوبی ایجاد کند که در آن مصرف‌کنندگان بتوانند کالاها و خدمات بسیار متنوعی را با افراد دیگر (C2C) و یا (C2B) داد و ستد کنند^۱. هدف از بکارگیری تجارت الکترونیکی توسعه روشهای قدیمی تجارت نیست بلکه ارائه روشی جدید در انجام امور بازرگانی محسوب می‌شود. با توجه به این روش جدید بازرگانان قادرند محصولات خود را به شکل تمام وقت و به تمام خریداران در سرتاسر جهان مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملتها عرضه کنند. با توجه به نو بودن مفهوم تجارت الکترونیکی هنوز اغلب مردم فکر می‌کنند تجارت الکترونیکی معادل خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می‌باشد. در صورتی که این فقط جزء کوچکی از تجارت الکترونیکی محسوب می‌شود. تجارت الکترونیکی امروزه مفهوم بسیار وسیعی دارد که جنبه‌های مختلف تجارت، اقتصاد و بانکداری را دربرمی‌گیرد. تجارت الکترونیکی شامل خرده‌فروشی، عمده‌فروشی کالاها قابل لمس (مثل اتومبیل) و کالاهای غیرقابل لمس (مثل اطلاعات، نرم‌افزار)، ارائه سرویسهای مختلف به مشتریان نظیر مشاوره‌های پزشکی، حقوقی، مشاوره‌ای مدیریتی و تخصصی و دیگر موارد تجارت مثل راه‌اندازی مناقصات و مزایده‌ها و تبادل کالا با کالا و همچنین شامل هر گونه تراکنش مالی / تجاری بین مؤسسات و افراد مختلف می‌گردد. کنسرسیوم صنعت کمرس نت^۲ از تجارت الکترونیکی تعریف زیر را ارائه نموده است:

”تجارت الکترونیکی“ عبارت است از استفاده از کامپیوترهای یک یا چند شبکه برای ایجاد انتقال اطلاعات تجاری که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات، کالا و خدمات از طریق اینترنت مرتبط می‌باشد. رسالت تجارت الکترونیکی فقط ارتباط نیست بلکه پی‌ریزی و تقویت روابط

۱. کلباسی، ۱۳۸۰، ص ۲۹.

تجاری است.^۱ کلاکوتا و وینستون^۲ (۱۹۹۷) معتقدند که ارائه یک تعریف از تجارت الکترونیکی بستگی به این دارد که از نظر چه کسی بخواهیم تجارت الکترونیکی را تعریف نماییم:

از دیدگاه ارتباطات، تجارت الکترونیکی عبارت است از تحویل اطلاعات، کالا یا خدمات یا پرداخت‌ها از طریق خطوط تلفن، شبکه‌های کامپیوتر یا ابزارهای دیگر.

از دیدگاه فرآیند کسب و کار، تجارت الکترونیکی عبارت است از کاربرد فناوری به سمت و سوی اتوماسیون مبادلات تجاری و جریان کارها.

از دیدگاه خدماتی، تجارت الکترونیکی عبارت است از یک ابزاری که به وسیله آن شرکتها و مؤسسات، مشتریان و مدیران، هزینه‌های خدمات را کاهش می‌دهند، کیفیت کالاها را بهبود می‌بخشند و سرعت ارائه خدمات را افزایش می‌دهند. از دیدگاه پیوسته^۳ تجارت الکترونیکی باعث ایجاد توانایی خرید و فروش کالا و اطلاعات از طریق اینترنت و سایر سرویس‌های پیوسته می‌شود. تعاریف فوق هر کدام، جنبه‌ای از جنبه‌های تجارت الکترونیکی را مد نظر داشته است ولی هیچ کدام جامع و مانع نمی‌باشد. زیرا هر کدام با زدن لنزی بر چشمان خود برای لحظه‌ای چشم‌انداز تجارت الکترونیکی را به تصویر کشیده‌اند. به طور کلی تجارت الکترونیکی بر تولید (ایجاد) و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید کسب و کار تأکید دارد. و به عبارت دیگر "ایجاد ارزش اقتصادی" یا "انجام کار بیشتر با هزینه کمتر" در تجارت الکترونیکی مد نظر است. تجارت الکترونیکی کوشش می‌نماید فرآیند اجرایی مبادلات مؤسسات و کسب و کار را بر روی شبکه‌های گوناگون، قانونی نموده و تعمق ببخشد. توسعه این فرآیندها می‌تواند باعث عملکرد کارتر (کیفیت بهتر، رضایت بیشتر مشتریان و تصمیم‌گیری بهتر در سطح مؤسسات و سازمانها)، کارایی اقتصادی بیشتر (هزینه‌های کمتر) و

۱. حشمی و فرید، ۱۳۸۰، ص ۴۳.

۲. Kalakota and whinston

۳. On-line