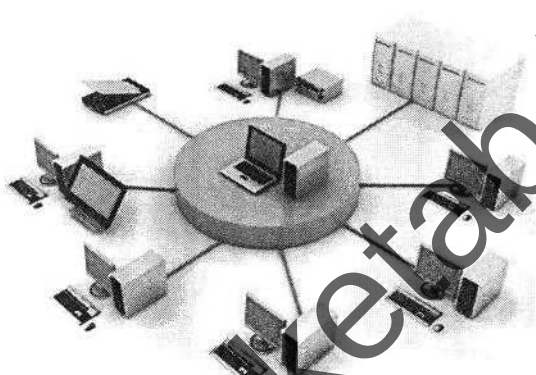


بانكداری الكترونیکی



تألیف:

دکتر امیر حسین امیر خانی

(دانشیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور)

مهندس علی غفاری

(دانش آموخته رشته MBA دانشگاه تهران)

الهام شیخی پور مطلق

(کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی)

سرشناسه: امیرخانی، امیر حسین، ۱۳۳۹

عنوان و نام پدیدآورنده: بانکداری الکترونیک / تألیف امیرحسین امیرخانی، علی غفاری، الهام شیخی پورمطلق

مشخصات نشر: تهران: سروش گستر، ۱۳۹۳

مشخصات ظاهری: ۹۳ص: جدول، نقش، نمودار

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۵۵-۰۰۰-۱

وضعیت فهرست نویسی: نیا

یادداشت: کتابنامه: ص ۸۵-۸۷

موضوع: بانکداری الکترونیک

شناسه افزوده: غفاری، علی، ۱۳۶۶

رده بندی کنگره: ۳۳۲/۱۰۲۸۵: HG۱۷۰۸۷/۵۸۰۲

رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۸۸۴۱۹



بانکداری الکترونیک

ویراستار: اعظم الوند کوهی

تیراژ: ۲۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۵۵-۰۰۰-۱

ناشر: سروش گستر

نوبت چاپ: اول/ ۱۳۹۳

چاپ: ستاره

صحافی: نفیس

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

مرکز پخش: تهران-۱۵ متری دوم اسلام آباد-بین کوچه ۵۴-پلاک ۹۶-

تلفن: ۵-۳۳۸۴۹۹۵۳ مطلق: ۰۹۱۲۲۵۸۸۶۷۸

کلیه حقوق این اثر برای انتشارات سروش گستر محفوظ است

فهرست

صفحه

عنوان

۱..... پیشگفتار:

بخش ۱: تاریخچه

۴..... تاریخچه بانکداری الکترونیک در جهان

۵..... تاریخچه دولت الکترونیک

۵..... تاریخچه بانکداری الکترونیک در ایران

۶..... دولت الکترونیک در ایران

۷..... تکامل و توسعه دولت الکترونیکی

۸..... سیر زمانی پروژه تجارت الکترونیک

بخش ۲: پیدایش بانک‌ها

۱۱..... فصل ۱: بانک

۱۲..... پیدایش بانکداری

۱۳..... فصل ۲: بانکداری

۱۳..... ۲-۱ تاریخچه بانکداری در ایران

۱۵..... ۲-۲ مراحل شکل‌گیری بانکداری در ایران

۱۵..... ۲-۲-۱ بانک جدید شرق

۱۵..... ۲-۲-۲ بانک شاهی ایران

۱۶..... ۲-۲-۳ بانک استقراضی ایران

۱۶..... ۲-۲-۴ بانک سپه

۱۶..... ۲-۲-۵ بانک ملی

۱۷..... ۲-۲-۶ تشکیل بانک مرکزی ایران

۱۸..... فصل ۳: ملی شدن بانک‌ها

۱۸..... ۳-۱ اهداف و وظیفه بانک‌ها

۱۸..... ۳-۱-۱ اهداف و وظیفه بانک‌ها در آغاز فعالیت

۱۸..... ۳-۱-۲ اهداف و وظیفه بانک مرکزی

۱۹..... فصل ۴: تاریخچه بانک تجارت

۲۰	مختصری در مورد بانک تجارت
۲۰	 - دهه اول (بین سال‌های ۱۳۵۸ تا ۱۳۶۸)
۲۰	 - دهه دوم (بین سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۸)
۲۱	 - دهه سوم (سال‌های بعد از ۱۳۷۸)

بخش ۳: مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات IT Management

۲۴	 فصل ۱: میزان کاربران اینترنتی دنیا به روایت آمار و اینفوگرافی
۲۴	 تعداد کاربران اینترنت در جهان:
۲۶	 فصل ۲: کاربران جدید شبکه جهانی وب
۲۷	 بیست کشور پرکاربر اینترنتی در جهان
۲۹	 فصل ۳: تعداد وبگاه‌های اینترنتی فعال در جهان
۲۹	 آمار وب سایت‌های فعال در اینترنت و دامنه آنها (۲۰۱۲)
۲۹	 اینترنت و دگرگونی در جهان
۳۱	 فصل ۴: آمار استفاده کنندگان از اینترنت در ایران
۳۶	 فصل ۵: واژه‌ها و اصطلاحات مرتبط با تجارت الکترونیک
۳۸	 فصل ۶: سایت‌های مهم در ارتباط با تجارت الکترونیکی:

بخش ۴: بانکداری الکترونیک

۳۹	 مقدمه:
۴۱	 فصل ۱: تعریف بانکداری الکترونیک
۴۲	 فصل ۲: مزایا و ویژگیهای برای تجارت الکترونیک
۴۳	 فصل ۳: ابزارهای تجارت الکترونیکی
۴۳	 ۳-۱ مبادله الکترونیک داده‌ها
۴۳	 ۳-۲ کاتالوگ‌های شبکه‌ای
۴۵	 ابزارهای تجارت الکترونیکی:
۴۶	 فصل ۴: تجارت الکترونیک در ایران
۴۶	 ۴-۱ تجارت الکترونیکی از دیدگاه داخلی
۴۶	 ۴-۲ تجارت الکترونیکی از دیدگاه خارجی
۴۸	 فصل ۵: انواع تجارت الکترونیکی:
۴۹	 فصل ۶: پرداخت‌های الکترونیکی در تجارت الکترونیکی:

بخش ۵

- فصل ۱: رشد بانکداری اینترنتی ۵۰
- ۵-۱-۱ تاثیر شگرف مبادلات اینترنتی: ۵۱
- ۵-۱-۲ چرخه‌های سریع‌تر عرضه محصولات جدید: ۵۱
- ۵-۱-۳ دسترسی جغرافیایی: ۵۱
- ۵-۱-۴ امکان نوآوری: ۵۱
- ۵-۱-۵ فرصت‌ها برای بانکداری الکترونیکی ۵۲
- فصل ۲: اجرای بانکداری الکترونیک و بررسی آنها در ایران ۵۳
- ۵-۲-۱ انواع کارت‌های اعتباری و بدهی بانکی و غیر بانکی: ۵۳
- ۵-۲-۲ شبکه شتاب POS ۵۴
- ۵-۲-۳ مزایای شبکه شتاب ۵۷
- ۵-۲-۴ سیستم تسویه بین بانکی مبادلات ارزی ۵۸
- ۵-۲-۴ شبکه سوئیچ عملیات خرد بانکی و بین بانکی ۵۸
- ۵-۲-۵ شبکه مرکزی سوئیفت ۵۸
- استفاده‌کنندگان از سوئیفت: ۵۹

بخش ۶

- فصل ۱: جایگاه بانکداری الکترونیک در کشور در حال حاضر ۶۰
- فصل ۲: بانکداری الکترونیکی مانع اصلی اختلاس در کشور ۶۶

بخش ۷

- فصل ۱: مشکلات بانکداری الکترونیکی در ایران ۶۸
- فصل ۲: موانع توسعه تجارت الکترونیکی در ایران ۷۵

بخش ۸

- آشنایی با خدمات الکترونیکی در بانک تجارت ۷۶
۱. شهرک‌های بانکداری الکترونیک ۷۶
۲. شعب سبا ۷۶
۳. شعبه الکترونیک ۲۴ ساعته ۷۷

۴. سرویس بانکداری اینترنتی ۸۱

نحوه ثبت نام در سرویس بانکداری اینترنتی ۸۲

فعال‌سازی سرویس بانکداری اینترنتی: ۸۲

چگونگی ارتباط با مرکز سرویس بانکداری اینترنتی: ۸۲

انتقال وجوه بین حساب‌های معرفی شده در فرم ثبت‌نام: ۸۳

بخش ۹

پیشنهادات و راه‌کارهای توسعه تجارت الکترونیک در کشور ۸۷

سخن پایانی: ۸۹

منابع و مآخذ: ۹۴

www.ketab.ir

پیشگفتار:

ارتباط بین تجارت و تکنولوژی دیر زمانی است که وجود داشته و ادامه دارد. در واقع، یک پیشرفت تکنیکی باعث رونق تجارت شد و آن هم ساخت کشتی بود. در حدود ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را بکار بردند تا از دریا بگذرند و به سرزمین‌های دور دست یابند. با این پیشرفت، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز شد و تجارت با سرزمین‌های دیگر آغاز گشت و روش‌های خلاقانه‌ای به صورت‌های گوناگون به آن اضافه شد تا امروز که یکی از محبوب‌ترین روش‌های تجارت خرید اینترنتی در دنیای وب است. شما می‌توانید در زمان‌های پرت، در هر زمان و مکان این کار را بکنید. به معنای واقعی هر کسی می‌تواند صفحه اینترنتی خود را ساخته و کالاهای مورد نیازش را در آن ارایه دهد.

تجارت الکترونیکی (Electronic commerce)، از پیامدهای مهم انقلاب فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) است که طی چند سال گذشته، رشد چشمگیری داشته است. به طوری که میزان تجارت الکترونیکی جهانی از ۲۲۹۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۲، به ۳۸۷۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۳ رسید و پیش‌بینی می‌شود با رشد سالانه بیش از ۵۰ درصد، به بیش از ۱۲۰ هزار میلیارد دلار در سال ۲۰۰۶ برسد (آنکتاد ۲۰۰۳).

تجارت الکترونیکی به مفهوم انجام معاملات و انتقال اطلاعات تجاری بدون تبادل کاغذ و بطور مستقیم به کمک رایانه‌ها و از طریق خطوط مخابراتی می‌باشد.

برای یکسان‌سازی و هماهنگی این ارتباطات رایانه‌ای در سطح جهانی استانداردهایی تدوین گردیده که به عنوان زبان مشترک در امر تجارت به کار

گرفته شده است و به استاندارد ادیفاکت شهرت دارد.^۱

پرداخت الکترونیکی از الزامات اصلی توسعه تجارت الکترونیکی است. رشد تجارت الکترونیکی، بدون توسعه فراگیر پرداخت الکترونیکی ممکن نیست. از سوی دیگر، توسعه چشمگیر تجارت الکترونیکی در مناطق مختلف جهان و تأمین مالی مبادلات الکترونیکی، یکی از دلایل اصلی رشد چشمگیر پرداخت الکترونیکی جهانی است.



اینترنت مزایای فراوان پرداخت روی خط و پویایی بخش مالی و بانکی، از دیگر دلایل توسعه پرداخت الکترونیکی به شمار می‌رود. گسترش اینترنت در مناطق مختلف جهان، زمینه برقراری ارتباط روی خط را فراهم کرده و در رشد چشمگیر پرداخت الکترونیکی، نقشی مهم داشته است. توسعه اینترنت در سال‌های آتی، چشم‌انداز خوبی را برای کاهش هزینه‌ها، برقراری ارتباط روی خط پایدار و ایمن و همچنین، معرفی روش‌های جدید و پرداخت روی خط تصویر می‌کند.

تجارت الکترونیکی حداقل چهار نوع تأثیر بر بانکداری و بخش مالی داشته است، عبارتند از:

۱. بانک‌ها و مؤسسات مالی از فناوری و عملیات تجاری تجارت الکترونیکی برای ارائه محصولات خود به مشتریان استفاده می‌کنند.
۲. فرصت‌های تجاری جدیدی برای بانک‌ها و مؤسسات مالی در جهت

ارائه خدمات جدید به منظور پشتیبانی تجارت الکترونیکی به وجود آمده است.

۳. نظام بین‌المللی متحول شده است.

۴. نقش بانک مرکزی در سیاست پولی تغییر یافته است.

کتاب حاضر می‌تواند برای استفاده اساتید و دانشجویان محترم رشته‌های مدیریت در گرایش‌های مختلف مورد استفاده قرار گیرد بی‌شک این کتاب نیز مانند سایر آثار خالی از لطف نمی‌باشد لذا از همه پژوهشگران که نقطه نظر یا پیشنهاداتی برای غنای بیشتر این کتاب دارند تقاضا می‌شود تا نظرات خود را به آدرس پست الکترونیک زیر ارسال نمایند.

www.ketab.ir