دریا
سال نهم
شماره ۱۰۰۸
یکشنبه
۲ خرداد ۱۳۸۹
۹ جمادی الثانی۱۴۳۱
۲۳ می ۲۰۱۰

رسول اکرم (ص):

هیچ کس خوشبو نگردید مگر این که بر عقلش افزوده شد.

همراه با حافظ:

زمان عمر تو پاینده باد کاین نعمت
عطیه ایست که درکار انس و جان گیرد

قابل توجه شهروندان محترم: درج آگهی های متنوع در روزنامه دریا به منزله تایید آنها از طرف روزنامه نیست و شهروندان محترم باید پس از تحقیق و بررسی لازم در خصوص نیازهای خود اقدام کنند ودراین رابطه "دریا" هیچگونه مسئولیتی ندارد

اذان صبح۴:۲۵ | طلوع آفتاب۵:۵۳ | اذان ظهر۱۲:۴۲ | غروب آفتاب۱۹:۳۱ | اذان مغرب ۱۹:۵۰

روزنامه سیاسی ، اجتماعی ،فرهنگی ، ورزشی
دریا

صاحب امتیاز و مدیرمسئول :
ایوب دبیری نژاد
سردبیر:
فروغ مسلم زاده
حروفچینی و صفحه آرایی :
دریا
تلفن سردبیر:
۲۲۳۹۳۸۶
تلفن روابط عمومی:
۲۲۴۳۷۳۴-۲۲۴۶۳۸۴

فکس:
۲۲۴۶۶۰۰
چاپ :
بامشاد سبز -کیلومتر ۸ جاده مخصوص کرج
تیراژ:
۱۰۰۰۰ نسخه
نشانی دفتر :
بندرعباس - بلوار امام خمینی (ره)-سه راه دلگشا - ساختمان نیلوفر- ورودی غربی - طبقه‌پنجم- واحد ۲۳
E-mail: daryanews_bnd@yahoo.com
info@daryanewd.ir www.daryanews.ir

توسعه بانکداری الکترونیکی

استفاده از اینترنت به عنوان کانال ارتباطی راه دور برای ارائه خدمات بانکداری اینترنتی نامیده می شود. این خدمات شامل یکسری خدمات قدیمی از قبیل افتتاح حساب انتقال پول و یکسری خدمات جدید همانند ارائه صورتحساب الکترونیکی می باشد. با کمک اینترنتی بانک ها به مرزها زمانی و جغرافیایی محدود ببینند ودر عین حال برای بانک و مشتریان نیز منافع زیادی به دنبال خواهند داشت

مقدمه :

امروز فناوری اطلاعات محور توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی کشورهای مختلف قرار گرفته است در دهه های اخیر تجارت الکترونیك،سرعت و صرفه جویی را در بهترین وجه، جامه عمل پوشانده است. در محیط الکترونیکی فاصله های جغرافیایی و محدودیت های زمانی و مکانی اهمیت خود را از دست داده و مبادلات تجاری بر پایه اطلاعات الکترونیکی انجام می شود. قرن بیست و یکم را عصر اطلاعات و دانایی نامیده اند. حرف اول در دوران جدید ، فن آوری اطلاعات می زند. فن آوری اطلاعات به معنای بکار گیری سیستم ها، شبکه های ارتباطی و کامپیوتر ها برای اداره ، پردازش و مدیریت داده ها در جهت کسب ، ذخیره و تسهیم آنهاست. سیستم بانکداری الکترونیك یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیك می باشد که همگام با سیستم های جهانی مالی و پولی،عمل و فعالیت های مربوط به تجارت الکترونیك را تسهیل می کند، در حقیقت می توان گفت که پیاده سازی تجارت الکترونیك در ایران بپردازیم.

۱-برای موفقیت بانکداری الکترونیکی عوامل اقتصادی،سیاسی، مدیریتی، فنی و تکنولوژیکی به عنوان عوامل بیرونی تاثیر گذار بر موفقیت بانکداری الکترونیکی شناخته شده اند.با توجه به موقعیت بانک های ایران از نقطه نظر الکترونیکی و نیروهای تاثیر گذار برآن، شناسایی زیر فاکتورهای حیاتی عوامل اجتماعی فرهنگی،مدیریتی،فنی،تکنولوژیکی و اقتصادی در ارتباط با موفقیت بانکداری الکترونیکی ضروری به نظر می رسد.

همچنین شناسایی استخراج عوامل درونی و سازمانی که در موفقیت شدن کانال های بانکداری(دستگاه های خود پرداز،ماشین های نقطه فروش، بانکداری تلفنی، بانکداری اینترنتی) تاثیر گذار هستند گامی به سوی موفقیت بانک ها از نقطه نظر الکترونیکی است.بنابر این به بررسی گزینه ها و شاخص ها ی موثر برای موفقیت دستگاه های خود پرداز،ماشین های نقطه فروش، بانکداری تلفنی،بانکداری اینترنتی در ایران خواهیم پرداخت .

بانکداری الکترونیکی در ایران:

با نظر داشتن پیشرفت سریع فن آوری اطلاعات و ارتباطات و بکارگیری آن در نظام بانکداری جمهوری اسلامی ایران نیز از دهه های ٦٠ و٧٠ شمسی تلاش های زیادی را در جهت استفاده از سامانه های رایانه ای در بانک ها انجام داد.با وجود موانع و مشکلاتی که در راه گسترش بانکداری الکترونیکی در ایران وجود داشت. اقدامات قابل توجهی در این زمینه انجام شده است.

۲-بانکداری الکترونیکی از قسمت های مختلفی تشکیل شده است که عبارتند از:

ماشین خود پرداز :ATM

یک ماشین ATM یک ماشین می تواند به عنوان یک شعبه از بانک عمل کرده است و بسیاری از وظایف اصلی بانکداری را انجام دهد که طی آن بخش عظیمی از مبادلات با حداقل مداخلات نیروی انسانی انجام خواهد گرفت. آمارها نشان می دهد نصب ATM طی سال(۱۹۹۸-۲۰۰٤) در سراسر دنیا نرخ رشدی معادل ٤٥ درصد داشته است. به گونه ای که می توان گفت بزرگترین سرمایه گذاری بانک ها ی سراسر جهان در عصر خدمات کامپیوتری پیرامون دستگاه های خودپرداز و توزیع پول بوده است.

ماشین های نقطه فروش :

ماشین های نقطه فروش به معنی انتقال الکترونیکی وجوه در نقطه فروش می باشند که طبق آن مشتری در نقطه ای از زمان و مکان که کالا یا خدمات را می خواهند. با استفاده از اشکال مختلف تعیین هویت ایمن و حلقه اتصال الکترونیکی مطمئن وجه را ازحساب خود در بانک یا موسسه مالی به فروشنده منتقل می کند.

بانکداری اینترنتی:

استفاده از اینترنت به عنوان کانال ارتباطی راه دور برای ارائه خدمات بانکداری اینترنتی نامیده می شود. این خدمات شامل یکسری خدمات قدیمی از قبیل افتتاح حساب انتقال پول و یکسری خدمات جدید همانند ارائه صورتحساب الکترونیکی می باشد.

با کمک اینترنتی بانک ها به مرزها زمانی و جغرافیایی محدود ببینند ودر عین حال برای بانک و مشتریان نیز منافع زیادی به دنبال خواهند داشت.

بانکداری تلفنی:

انجام یک معامله تجاری خرده بین بانک و مشتریان از طریق تلفن ، بانکداری تلفنی نامیده می شود.تسهیلات بانکداری تلفنی عبارتند از :

۱- بررسی مانده گردش حساب
صورتحساب
۳-خدمات پیام
٤-انتقال وجه نقد به سایر حساب ها.
٤-عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی :

عامل کلیدی در پذیرش بانکداری الکترونیک و اعتماد و رضایت مشتری نسبت به بانک می باشد که به طور مستقیم بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر می گذارد. بانک ها باید نسبت به تاثیر بانکداری الکترونیک بر روابط با مشتری محتاط باشند.

٥- مشارکت مشتری در پذیرش بانکداری الکترونیک بسیار اهمیت دارد. چرا که این امر سبب کاهش یا حذف تعاملات بین سازمان و مشتری می گردد. مشارکت مشتری و بانک عاملی است که بر کیفیت خدمت، رضایتمندی و نهایتا حفظ مشتری تاثیر می گذارد این در حالی است که بسیاری از اشخاص،نسبت به استفاده از فن آوری های جدید محتاط می باشند.

بر اساس تحقیقات نگرانی در باره امنیت و پس از آن نداشتن آگاهی در باره بانکداری الکترونیکی و مزایای آن مهمترین عامل استفاده نکردن از این نوع خدمت بانکی هستند. قیمت ناعادلانه ، نداشتن و دسترسی به اینترنت و کامپیوتر و پایداری در مقابل تغییر کاربردی،در جایگاه بعدی قرار دارند . در واقع موانع اصلی استقرار و توسعه بانکداری الکترونیکی بر اساس همین عوامل کلیدی تنظیم می شوند.علاوه بر عامل کلیدی اعتماد در رضایت مشتری که در بالا ذکر شد .

از آنجا که بانکداری الکترونیکی پدیده نوینی در بانکداری ایران به شمار می رود.بانکداری برای پیاده سازی آن با موانع و مشکلات متعدد روبرو بوده اند که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد .

- مشکلات مربوط به زیر ساخت های اساسی (برق ، مخابرات ، ماهواره بیمه)
- کمبود نیروی انسانی متخصص و کارآمد در زمینه الکترونیکی
- نقصان مقررات حقوقی و قانونی برای گسترش بانکداری الکترونیکی
- مشکلات توسعه اقتصادی ، سطح نازل درآمد سرانه ، نرخ بیکاری،سیاست های پولی ارزی،محدودیت رایانه های شخصی موجود در کشور ، هزینه های خطوط تلفن،هزینه های استفاده از اینترنت و غیره..
- مقاومت در برابر تغییر وتحول
- مشکلات مربوط به ساختار سازمانی و نظام مدیریتی حاکم بر بانک ها
- سنتی بودن سیستم های اطلاعاتی وارتباطی سازمان ها و موسسات دولتی و خصوصی
- غیر رقابتی بودن بانک ها
- موانع امنیتی
- گران بودن تجهیزات و سخت افزارهای مورد نیاز
- اثرات ناشی از تحریم های اقتصادی ، محدودیت کارت های اعتباری

نتایج و پیشنهادات:

جهت بهبود و سرعت بخشیدن به استقرار و توسعه بانکداری الکترونیک در کشور با توجه مشکلات توسعه بانکداری الکترونیکی در ایران پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می گردد:

- نهادینه شدن فرهنگ استفاده از امکانات و توانمندی های بانکداری الکترونیک در جامعه تنها در نتیجه بستر سازی مناسب فرهنگی ، ایجاد اعتماد به این شیوه بانکداری الکترونیکی اجرای برنامه های آموزش و تبلیغاتی جهت آگاهی دادن از خدمات بانکداری الکترونیکی ممکن ومیسر خواهد بود.

-جهت آگاه نمودن ذینفعان از مزایای بانکداری الکترونیکی،نه تنها تاکید بر مزایای اولیه بانکداری الکترونیکی همچون صرفه جویی در زمان، هزینه و... ضروری است بلکه باید بر منافع عمومی ناشی از استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی همچونه کاهش مصرف سوخت،کاهش ترافیک آلودگی محیط زیست،کاهش هزینه چاپ اسکناس و نیز ... تاکید می گردد.

- تهیه و توزیع بسته های آموزشی مناسب در سطح و شعب ارائه اطلاعات کامل و دقیق پیرامون تمام خدمات که از طریق بانکداری الکترنیکی ارائه اطلاعات کامل و دقیق پیرامون تمام خدمات که از طریق بانکداری الکترونیکی ارائه می شود باید از طرق مختلف همچون پست الکترونیکی ، لوح فشرده و.. در اختیار مشتریان گذارده شود.

- وجود نگاه راهبردی و برنامه ریزی بلند مدت از میان برداشتن موانع توسعه بانکداری الکترونیکی ضروری است.سنجش میزان پیشرفت کار ها در قالب سند چشم انداز کشور همراه با نظارت دائم و مستمر بر فرایند های اجرای پروژه های بانکداری الکترونیکی می تواند بسیار مفید باشد.

- تعیین مشوق های مختلف به استفاده کنندگان از خدمات بانکداری الکترونیکی همچون اعطای تخفیف های ویژه پرداخت رایگان قبوض،دسته بندی تبادلات مالی و ارائه گزارش ها ی مالی .

- حمایت از بانک های پیشرو در عرصه بانکداری الکترونیکی به منظور جلب حمایت های اجتماعی و اعتماد سازی و تشویق آنها

- ثبات مدیریتی ، کاهش میزان جا به جایی و تغییر مدیران تصمیم گیرو تصمیم ساز و تعیین بازه های زمانی منطقی جهت پیشبرد فعالیت ها و کارها در حوزه بانکداری الکترونیکی .

-استفاده از متخصصین دانشگاهی و پرورش کارشناسان و مدیران کارآمد در حوزه بانکداری الکترونیکی .

ماشین های نقطه فروش به معنی انتقال الکترونیکی وجوه در نقطه فروش می باشند که طبق آن مشتری در نقطه ای از زمان و مکان که کالا یا خدمات را می خواهند. با استفاده از اشکال مختلف تعیین هویت ایمن و حلقه اتصال الکترونیکی مطمئن وجه را ازحساب خود در بانك یا موسسه مالی به فروشنده منتقل می کند

مهدی عسکری زاده-مشاور مدیرعامل بانک توسعه و تعاون کشور

منابع :

۱-گودرزی ، آتوسا، زبیدی .حیدری ، ۱۳۸۷. تاثیر گسترش بانکداری الکترونیکی بر سود آوری بانک های تجاری ایران، فصل نامه پژوهش های اقتصادی ایران شماره ۳۵

۲-الهیاری ، محمود. ۱۳۸٤ ، خدمات بانکداری الکترونیکی و نیاز های اجرایی آن، تهران بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران پژوهشکده پولی و مالی

۳-لطفی. محمود، ۱۳۷۷ فن آوری اطلاعات و تسهیل تجارت مالی ، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی تهران

۴-وزارت بازرگانی ۱۳۸٤، انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری الکترونیکی . تهران، معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی

۵-موغلی، علیرضا. ۱۳۷۷ پذیرش بانکداری الکترونیکی در بین مشتریان بانکی شهر شیراز، فصلنامه علوم مدیریت ایران سال دوم شماره

نگاهی به پدیده مذموم بی حجابی و بدحجابی ؛

پرواز در آسمان بیکرانگی عفت

فروغ مسلم زاده

اولین نهادی که پایه حجاب وپوشش در آن شکل می گیرد خانواده است واز آنجاست که شخصیت، هویت ، منش و ایدئولوژی فرزندان شکل می گیرد وساخته می شود.

اگر این پی ریزی اصولی و متناسب با آموزه های دینی وعقیدتی نباشد آنجاست که مشکلات فراوانی دامنگیر خانواده ها و فرزندان خواهد شد و تبعات منفی آن طی سال های آتی به دل جامعه نفوذ خواهد کرد و دیری نمی رسد که این معضل بدحجابی و بی حجابی همچون ویروسی مسری وخطرناک سراپای افراد جامعه اعم از پیر وجوان ،فقیر وغنی را فرا خواهد گرفت.

دومین نهادی که در انسان سازی موثر است مدرسه است که بچه ها طی سال های متمادی با هم جنسان وهمسالان خود از هر طبقه و خانواده ای آشنا و دمخور شده و به تبع تحت تاثیر رفتارها وگفتار درست ونادرست همسالان خود قرار می گیرند. تجربه نشان داده تاثیر پذیری فرزندان از همسالان خود بسی بیشتر از والدین و مربیان بوده است و این نشان می دهد انتخاب دوست و معاشر نیکو برای فرزندان از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

بچه ها طی سال های رشد وآموزش در لایه های پنهان توجه خانواده رشد ونمو می یابند و بزرگ می شوند و دانستنی های زیادتری نسبت به سن وسال خود از سایر همکلاسان خود می آموزند که بعضا دراثر کم توجهی و غفلت خانواده منجر به بیراهه رفتن ونابودی آنان می شود وخانواده هر لحظه تصورش از غیبت فرزند،درس خواندن و حضور در کلاس های تقویتی خارج از برنامه است ، اما زهی خیال باطل که فرزندان در چنین ساعاتی در کوچه و خیابان و مراکز خرید و کافی شاپ وکافی نت در حال گشت و گذارو وبگردی و چت کردن با کسانی هستند که هیچگونه شناختی از آنان ندارند و این آغاز راهی است بسوی هدر رفتن استعداد ها و آلوده شدن ضمیر بی آلایش فرزندانمان.

از آنجایی که خانواده به دلیل مشغله های فراوان کمتر فرصت رسیدگی و همکلام شدن با فرزندان نوجوان خود را دارد ، نوجوانان که در سنین بحرانی قرارگرفته اند ترجیح می دهند وقت خودرا بیشتر با دوستانشان سپری کنند و چه بسا این همنشینی ها و پارتی های دوره، سرآغاز انحرافات جدی در آینده ای نه چندان دور باشد.

با نگاهی با درون خانواده ها طی سال های اخیر به خوبی مشهود است که زندگی وافکار سنتی جای خود را به زندگی مدرنیته داده و ماهواره و اینترنت میهمان اکثر خانواده ها شده است. آنجا که حریم وحرمت خانواده باید حفظ گردد بی محابا هجومی نرم نرمک در پس بی خبری و بی اطلاعی والدین آغاز می شود تا جایی که پدری می گفت شبی دیرهنگام به اتاق پسر نوجوانش رفته واو را سرگرم چت کردن دیده و سئوال می کند : پسرم چت یعنی چه؟ واو با جدیت جواب داده : چت نوعی درس خواندن اینترنتی است و پدر بی آنکه مجاب شود سرافکنده از عدم آگاهی خود به علم روز، اتاق فرزندش را ترک کرده است .

زمانی که فرزندان تحت تاثیر دنیای جدید مجازی قرار گرفته و با داده ها و اطلاعات جدید آشنا می شوند ناخودآگاه به دلیل حجم بالای اطلاعات توان تشخیص سره از ناسره را نداشته و تحت تاثیر القائات قرار می گیرند واینگونه می شود که نوجوانان از فرهنگ منحط غربی الگو برداری می کنند. از آرایش ناهماهنگ موی سر وپوشش های مبتذل گرفته تا آویختن انواع نمادها و زیورآلاتی که حتی از فلسفه وجودی آن هیچگونه اطلاعی ندارند و فقط صرف مدگرایی و عقب نماندن از قافله امروزی بودن همسالان خود از تبعیت می کنند.

در این میان مقصر اصلی خانواد ه است که وقت کمتری برای همکلام شدن با فرزندش صرف کرده واورا از تبعات منفی تبلیغات غربی آگاه نکرده است.دیده می شود در سال های ابتدایی والدین فرزندان را خصوصا دختر بچه ها را با پوشش نامناسب به بهانه عدم بلوغ و سن تکلیف از خانه بیرون برده که زمینه برهنگی و بدحجابی را فراهم می کنند.

از طرفی صدا وسیما هم بعنوان رسانه ملی آگاهانه یا ناآگاهانه با پخش فیلم ها و سریال های خانوادگی به بی حجابی وبدحجابی دامن زده که بعضا مورد اعتراض متدینین و بعضی از علما قرار گرفته است ویا مجریان سیما اعم مرد وزن که با آرایش ظاهر شده ونسل جوان ونوجوان را دچار سردرگمی و حیرانی می نمایند.

همه ساله با نزدیک شدن به فصل گرما وتابستان با موجی از بدحجابی ها به بهانه پوشش کمتر مواجه می شویم و چندین دستگاه هم با برخوردهای فیزیکی و اعمال فشار درصدد جا انداختن فرهنگ حجاب و عفاف در میان نسل جوان و نوجوان هستند که باید گفت این روش ها دیگر جوابگو نبوده و راه حل عملی و مناسب، آموزش و فرهنگ سازی در بستر خانواده و مدارس از سال های ابتدایی به فرزندان است نه اینکه در سنین جوانی با فشار و زور بخواهیم روسری وچادر برسر دختری نماییم که سال ها در خانواده بی حجاب و بدحجاب بوده است.

تسری دادن فرهنگ حجاب و پوشش مناسب در دانشگاه ها ومدارس وآشنا ساختن بچه ها با مفاهیم حجاب، امری است که متاسفانه به فراموشی سپرده شده است؛ اگر دختران از همان ابتدا بدانند که حجاب چگونه آنهارا از آفات وبلایای جامعه مصون می دارد ناخودآگاه بسوی پوشش متناسب با یک دختر ایرانی پیش می روند.ناگفته نماند که مسئله حجاب فقط منحصر به زنان و دختران نبوده وشامل مردان هم می باشد و آنان می بایست با پوشش مناسب و آراسته در جامعه ظاهر شوند تا جلب توجه ننمایند. حفظ حجاب و پوشش مناسب نه تنها مانعی برای فعالیت های اجتماعی نبوده بلکه باعث ارامش و اطمینان خاطر بیشتری هم می شود و زنان ترجیح می دهند در محیطی مشغول به کار شوند که از هر حیث سالم وبرازنده یک زن مسلمان می باشد .

اخلاق مناسب، محیط خانواده، تقویت ایمان، تقویت امر به معروف و نهی از منکر از مهمترین عوامل موثر در عفاف است ، که خانواده ها می بایست از ابتدا فرزندان را با این مفاهیم آشناکنند .

باید گفت رعایت نکردن حجاب و عفاف موجب فساد و آشفتگی اجتماعی و از بین رفتن استعدادها و سیمای معنوی جامعه می شود.حجاب تنها ویژه زنان نیست و مردان نیز در زمینه حفظ حجاب و ترویج آن مسئولیت دارند.امید است افراد جامعه به خودی خود به سوی فرهنگ عفاف و حجاب روانه شده و بدون اعمال فشارهای فیزیکی و پلیسی و گشت های ارشاد و.... بدانند که حجاب پرواز برآسمان بلند عفاف است واوج گرفتن برفراز بلندی های افتخار نه محدودیت و عقب ماندگی.ارزش حجاب به انتخاب آگاهانه است و وقتی از روی آزادی و احترام انتخاب شود از پایداری بیشتری برخوردار خواهد بود.

به اطلاع می رساند ؛اولین کارگاه آموزشی منطقه ای جنوب و جنوب شرقی کشور با موضوع : آشنایی با پسماندهای خطرناك از دیدگاه کنوانسیون بازل در تاریخ ۸۹/۳/۵ در بندرعباس برگزار می گردد . از علاقه مندان دعوت می شود جهت کسب اطلاعات بیشتر با واحد آموزش و پژوهش سازمان تماس حاصل فرمایند. ۱۲-۲۲۳۵۵۱۱

سازمان بازیافت و مدیریت پسماند های شهرداری بندرعباس