

سری کتاب‌های سازمانی / کاربردی

# تحول راهبردی در صنعت بانکداری

تألیف:

دکتر آیت‌اله ابراهیمی

(عضو هیئت علمی، دانشگاه جامع امام حسین (ع))

دسر جلال سفری

سری کتاب‌های سازمانی - کاربردی، براساس سیاست تحول علمی و تعالی سازمانی، دانشگاه جامع امام حسین (ع)  
چاپ و منتشر می‌شود که پاسخگویی و مسئولیت محتوای علمی کتاب به عهده مؤلفان و ناشر می‌باشد.

دانشگاه جامع امام حسین (ع)

مؤسسه چاپ و انتشارات

|                     |                                                                       |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : ابراهیمی، آیتاله، ۱۳۵۰-                                             |
| عنوان و پدیدآور     | : تحول راهبردی در صنعت بانکداری / تألیف: آیتاله ابراهیمی و جلیل صفری  |
| مشخصات نشر          | : تهران: دانشگاه جامع امام حسین(ع) - مؤسسه چاپ و انتشارات، ۱۳۹۷       |
| مشخصات ظاهری        | : شائزده، ۱۸۶ ص.                                                      |
| فروست               | : دانشگاه جامع امام حسین(ع)، مؤسسه چاپ و انتشارات، ۶۶۷ سری اقتصاد - ۴ |
| شابک                | : ۹۷۸-۹۶۴-۴۵۲-۶۸۹-۳                                                   |
| وضعیت فهرست‌ریسی    | : فیبا                                                                |
| موضوع               | : تحول سازمانی -- ایران (Organizational change -- Iran)               |
| موضوع               | : بانک و بانکداری -- ایران (Banks and banking -- Iran)                |
| شناسه افزوده        | : صفری، جلیل، ۱۳۵۲-                                                   |
| شناسه افزوده        | : دانشگاه جامع امام حسین(ع) - مؤسسه چاپ و انتشارات                    |
| رده‌بندی کنگره      | : ۵۸/۸/۳۳۰۳۰۷ HD                                                      |
| رده‌بندی دیویی      | : ۵۸/۱۶۰۹۵۵                                                           |
| شماره کتابشناسی ملی | : ۵۴۲۷۲۹۳                                                             |

کلیه حقوق اعم از چاپ و تکثیر، نسخه‌برداری، ترجمه و اقتباس برای دانشگاه جامع امام حسین(ع) محفوظ است.

• عنوان: تحول راهبردی در صنعت بانکداری

• تألیف: دکتر آیتاله ابراهیمی - دکتر جلیل صفری

• ویرایش علمی و ادبی: دکتر محمد شوقی

• صفحه‌آرایی: ناهید آقامیرزایی

• ناظرین فنی چاپ: سید محمدباقر موسوی - سعید محمودی

• نوبت چاپ: اول (آذر ماه ۱۳۹۷)

• شمارگان: ۲۰۰ نسخه

• قیمت: ۲۲۰/۰۰۰ ریال

• نشانی: تهران، بزرگراه شهید بابایی، بعد از پل لشکرک، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، معاونت پژوهش و فناوری،

مؤسسه چاپ و انتشارات، تلفن: ۷۴۱۸۸۲۶۰ همراه: ۰۹۱۲۴۸۷۰۰۱۷ دورنگار: ۷۴۱۸۸۲۷۴

• مرکز بخش: تهران، میدان فردوسی، فروشگاه و نمایشگاه مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه جامع امام حسین(ع)،

تلفن: ۸۸۸۳۹۲۹۷

بسم الله الرحمن الرحيم

«يرفع الله الذين امنوا منكم والذين اوتوا العلم درجات»

خداوند مقام اهل ایمان و دانشمندان عالم را (در دو جهان) رفیع می گرداند.

(سوره مبارکه مجادله - آیه ۱۱)

ارزش و جایگاه علم و دانش اندوزی در اسلام تا آن پایه است که خداوند کریم در قرآن مجید، ابلاغ رسالت رسول خود بر او هدایت بشریت، به اقرار آغاز نمود.

هدایت بشر، تکامل، سعادت و تقرب به ذات اقدس الهی در گرو کسب معرفت و تحصیل علم و دانش است، علمی که به نیر انوار شهادت مطهری، زیبایی عقل است و انسان خداجوی، معبود خود را در آن می یابد.

یکی از مسئولیت های مهم هر دانشگاه در کنار تعلیم و تربیت، نشر کتب و آثار علمی است. معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه جامع امام حسین (ع) نیز به منظور مشارکت فعال در بالندگی و رشد فرهنگی و علمی جامعه، دستیابی به مرجعیت علمی در حوزه های مأموریتی و ایفای رسالت خطیر خود در تولید دانش و انتشار یافته های علمی، افتخار و تلاش دارد تا زمینه و بستر لازم را جهت تشویق پژوهشگران و اساتید محترم در عرصه تولید علم، فراهم نماید.

امید است در سایه الطاف بیکران الهی و با گسترش فعالیت های انتشاراتی مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه جامع امام حسین (ع)، این رسالت خطیر تحقق یابد.

در پایان بر روح تابناک امام راحل (ره) و شهدای گرانقدر انقلاب اسلامی و دفاع مقدس درود می فرستیم و با آرزوی توفیقات هرچه بیشتر مقام معظم رهبری و خدمتگزاران اسلام و کشور، از اساتید، فرهیختگان و اهل نقد و نظر تقاضا داریم با ارائه نظرات و پیشنهادات خود ما را آری فرمایند.

و من الله التوفيق و عليه التكلان

معاونت پژوهش و فناوری

دانشگاه جامع امام حسین (ع)

## فهرست مطالب

صفحه

عنوان

|                |                                                   |
|----------------|---------------------------------------------------|
| ..... (یازده)  | دیباچه                                            |
| ..... (سیزده)  | پیشگفتار                                          |
| ..... (پانزده) | مقدمه                                             |
| ..... ۱        | فصل ۱: مبانی تحول راهبردی                         |
| ..... ۳        | □ نوع‌شناسی تغییرات                               |
| ..... ۴        | □ تغییر و یادگیری                                 |
| ..... ۸        | □ مدیریت تغییر و تحول سازمانی                     |
| ..... ۱۱       | فصل ۲: پارادایم‌های تغییر و تحول                  |
| ..... ۱۳       | □ پارادایم‌های تحول مدیریت                        |
| ..... ۱۵       | ⊙ پارادایم کارکردگرایی و نقش آن در مدیریت سازمانی |
| ..... ۱۷       | ⊙ پارادایم ساختارگرایی بنیادین                    |
| ..... ۱۹       | ⊙ پارادایم تفسیری                                 |
| ..... ۲۱       | ⊙ پارادایم پسامدرن                                |
| ..... ۲۲       | □ پارادایم‌های کسب‌وکار                           |
| ..... ۲۴       | ⊙ رویکرد تجربه‌گرایی - اثبات‌گرایی                |
| ..... ۲۵       | ⊙ رویکرد برنامه‌ریزی                              |
| ..... ۲۷       | ⊙ رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی                      |
| ..... ۲۹       | ⊙ رویکرد مدیریت راهبردی                           |
| ..... ۳۲       | ⊙ خروج از سرمایه‌داری                             |

فصل ۳: مفاهیم تحول راهبردی ..... ۳۵

□ تشخیص نیاز به تحول ..... ۳۷

□ مدل‌های تشخیص نیاز به تحول ..... ۳۹

• مدل تجزیه و تحلیل نیروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فناوری ..... ۴۰

• مدل تحلیل قوت، ضعف، فرصت و تهدید ..... ۴۰

• چرخه رفتاری رقابتی استریل ..... ۴۱

• مدل هفت اس مکنزی ..... ۴۲

• مدل تحول سازمانی شش بخشی ویسبورد ..... ۴۵

• مدل منسجم‌کننده پویایی‌های سازمانی کاتر ..... ۴۶

• مدل سنت و معلولی بورک و لیتوین ..... ۴۷

□ مدیریت تغییر راهبردی ..... ۴۹

• راهبردهای مدیریت تغییر بورژویز و برادوین ..... ۵۰

• الگوی مدیریت تغییر راهبردی دانفی و استیس ..... ۵۱

• الگوی رهبری تغییرات راهبردی هرسی و بلانچارد ..... ۵۲

□ تحولات سازمانی ..... ۵۴

فصل ۴: مدل‌های تحول سازمانی ..... ۵۷

□ مدل‌های فرآیندی تغییر و تحول ..... ۶۰

• مدل سه مرحله‌ای لوین ..... ۶۰

• مدل لیپیت و همکاران ..... ۶۳

• مدل ایگان ..... ۶۴

• مدل بکهارد و هریس ..... ۶۵

• مدل لیویت ..... ۶۶

• مدل سلسله مراتبی کیلمن ..... ۶۷

• مدل بیر و همکاران ..... ۶۸

• مدل تغییر سه مرحله‌ای پروسی ..... ۷۰

• مدل تغییر آدکار ..... ۷۱

- ۷۳..... ⑤ مدل تغییر برنامه‌ریزی شده بولک و باتن
- ۷۴..... ⑤ مدل هشت مرحله‌ای کاتر
- ۷۶..... ⑤ مدل تغییر کامرون
- ۷۷..... ⑤ مدل همخوانی نادلر و تاشمن
- ۷۹..... ⑤ مدل سیستمی تحول کریتنر و کینیچی
- ۸۰..... ⑤ مدل مدیریت تحول بریجز
- ۸۱..... ⑤ مدل مدیریت تغییر کارنال
- ۸۲..... ⑤ مدل دو مرحله ای زالتمن
- ۸۲..... ⑤ مدل تغییر ادگار شاین
- ۸۳..... □ مدل‌های محتوایی تحول سازمانی
- ۸۳..... ⑤ الگوی تحولی تامپسون
- ۸۴..... ⑤ الگوی تحول نظام‌های اجتماعی پارسونز
- ۸۵..... ⑤ الگوی تحول اختار اجتماعی سازمان کنز و کان
- ۸۸..... ⑤ الگوی تحول رادفورد و میک
- ۸۹..... ⑤ الگوی تحول زنجیره ارزش هرتز
- ۹۰..... ⑤ الگوی تحول گالبرایت
- ۹۲..... ⑤ سایبرنتیک سازمانی و مدل سیستم‌مانا
- ۹۴..... ⑤ الگوی تحول زنجیره ارزش رضائیان
- ۹۵..... ⑤ الگوی تحول یزدان پناه
- ۹۶..... □ مدل زمینه‌ای تحول

#### فصل ۵: سیر تحول صنعت بانکداری..... ۹۹

- ۱۰۳..... □ اقتصاد صنعتی و تحول صنعت بانکداری
- ۱۰۴..... □ اقتصاد شبکه‌ای و تحول صنعت بانکداری
- ۱۰۸..... □ اقتصاد اطلاعاتی (دیجیتالی) و تحول صنعت بانکداری
- ۱۱۷..... □ تحول در بانک‌های موفق

فصل ۶: تحول راهبردی در صنعت بانکداری..... ۱۲۵

□ مدل تحول بانکداری مرکز آمریکایی بهره‌وری و کیفیت..... ۱۲۷

□ مدل تحول فرآیندی اینفوسیس..... ۱۳۲

□ مدل تحول سبب..... ۱۳۸

□ مدل تحول توسعه راهبردی آی بی إم..... ۱۴۱

□ مدل انتقال راهبردی شرکت آی بی ام..... ۱۴۸

□ مدل شبکه معماری صنعت بانکی (بین)..... ۱۴۹

□ مدل تحول رُیگن..... ۱۵۱

□ مدل تحول راهبردی آکسینچر..... ۱۵۳

□ مدل تحول بانکداری ویلسون و همکاران..... ۱۶۰

□ مدل تحول رز و هاجینس..... ۱۶۱

□ جمع‌بندی انشوهای تحول بانکی..... ۱۶۳

□ الگوی تحول راهبردی نظام بانکی..... ۱۶۸

منابع و مآخذ..... ۱۷۵

□ منابع فارسی..... ۱۷۷

□ منابع لاتین..... ۱۷۹