

بانکداری شرکتی

از طراحی تا اجرا



دکترینا قری

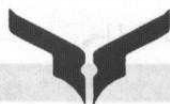
ایجاد و اجرای بانکداری شرکتی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۵
چاپ دوم: بهار ۱۳۹۶

تعداد: ۱۰۰۵ نسخه
قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۶۴-۶۲۶۶۹۹-۱۲۰

چاپ دوم: بهار ۱۳۹۶



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۶



کتابخانه تخصصی بانکداری

www.ketab.ir

فهرست نویسی پیش از انتشار

باقری، تینا، ۱۳۶۳ -
بانکداری شرکتی: از طراحی تا اجرا/تینا باقری.
تهران: شرکت چاپ و نشر بازگانی، ۱۳۹۶.
۹۷ ص.: مصور، جدول، نمودار.

فیفا
کتابنامه: ص. ۹۱.
بانک و بانکداری
Banks and Banking
شرکت ها -- امور مالی
Corporations -- Finance
HG۱۶۰۱/ب۲ ۲۱۳۹۶

۳۲۲/۱۲۰۶۸
۴۹۸۲۶۰۲

سرشناسه:
عنوان و نام پدیدآور:
مشخصات نشر:
مشخصات ظاهری:
وضعیت فهرست نویسی:
یادداشت:
موضوع:
موضوع:
موضوع:
موضوع:
رده بندی کنگره:
رده بندی دیویی:
شماره کتابشناسی ملی:

مکتبہ شریعت اسلامیہ

ایجاد و ترویج احکام



شرکت چاپ و نشر بازرگانی
وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

بانکداری شرکتی: از طراحی تا اجرا
تینا باقری

مدیر هنری و طراح جلد: پاشا دارابی

صفحه‌آرایی: سولماز دمندانی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۵۸۸-۰

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، نبش کوچه همدان،

شماره ۱۲۰۶ | تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱

WWW.CPPC.ir



فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
فصل اول: ماهی ر تعاریف مرتبط با بانکداری شرکتی	
۱۲	۱. مقدمه
۱۲	۲. معرفی بانکداری شرکتی
۱۳	۳. اهمیت مدل کسب و کار
۲۲	۴. فواید به روزرسانی مدل کسب و کار
۲۲	۵. استراتژی و تغییر مدل کسب و کار
۲۶	۶. عزم راه اندازی بانکداری شرکتی
فصل دوم: اقدامات زیرساختی راه اندازی بانکداری شرکتی	
۳۲	۱. مقدمه
۳۲	۲. وضعیت موجود، مطلوب و طرح کلان پروژه
۳۳	۳. ایجاد آمادگی فرهنگی در بانک
۳۳	محتوای فرهنگ در بانک و زمینه های لازم برای تغییر مدل کسب و کار
۳۵	اقدامات کلیدی در مدیریت فرهنگ سازمانی
۳۵	۴. زیرساخت فناوری اطلاعات
۳۵	نیازمندی های کلیدی از حوزه فناوری اطلاعات
۳۶	نیازمندی های کلیدی در حوزه گزارشات اطلاعاتی کارکنان
۳۷	نیازمندی های کلیدی در حوزه گزارشات اطلاعاتی مشتریان
۴۱	۵. شایستگی های محوری کارکنان
۴۱	برآورد مهارتی مبتنی بر طرح کلان پروژه جهت فاز طراحی
۴۱	برآورد مشاغل آتی بر مبنای طرح کلان پروژه جهت فاز راه اندازی
۴۴	۶. سازماندهی در سطح کلان بانک
۴۴	ایجاد تغییرات ساختاری مطلوب بر پایه طرح کلان پروژه

۴۷	ایجاد فرایندهای جدید و بازمهندسی فرایندهای پیشین
۴۹	۷. خلق شبکه ارزش جهت تامین خدمات
۴۹	شناسایی و گزینش شرکای تجاری واجد شرایط
۵۰	عقد قراردادهای خرید خدمت با هر شریک تجاری
۵۱	ایجاد مکانیزم کنترلی مناسب جهت نظارت بر شبکه ارزش

فصل سوم: طراحی ابعاد کلیدی بانکداری شرکتی

۵۸	۱. مقدمه
۵۸	۲. طراحی محصولات و نوآوری
۵۹	شناسایی محصولات بانکی و غیربانکی موجود قابل ارائه
۶۰	طراحی محصولات جدید بانکی و غیربانکی مبتنی بر نیازهای هر مشتری
۶۴	ایجاد مدل کسب و کار ارائه ترهای نوآوری محصول، فرایند و جایگاه آن
۶۷	۳. تهیه بسته‌های ارزش پیشنهادی
۶۸	۴. برقراری ارتباط با مشتری
۷۰	ایجاد مکانیزم‌های تحکیم ارتباط با مشتری
۷۳	۵. مدیریت گذار به مدل جدید

فصل چهارم: اجرا و تدوین طرح نهایی بانکداری شرکتی

۷۸	۱. مقدمه
۷۸	۲. اجرای آزمایشی
۸۰	۳. دستاوردهای درآمدی و ایجاد جریان‌های درآمدی جدید
۸۸	۴. دستاوردهای هزینه‌ای و مدیریت بهینه سود

۹۵	منابع
----	-------

پیشگفتار

برقراری ارتباط و ازنده میان صنعت و دانشگاه همواره موضوع مباحثه و مبحثی پرچالش بوده است. در این میان صنعت بانکداری با سنت‌ها و شیوه‌های دیرین در سالیان اخیر در تلاطم بی‌سابقه‌ای قرار گرفت. قریب به نود سال تحولات محیطی جدی این صنعت را مجبور به اتخاذ تصمیمات دشوار نمود. بخش اعظم بانک‌ها در راستای تلاش برای تحقق اهداف مالی، جدال برای افزایش سهم بازار و کوشش در راه ارائه خدمات نوین به کار گرفته شد. طراحی و اجرای مدل‌های کسب و کار جدید به عنوان ابزاری برای نو شدن و موفق شدن، سازمانی مورد استفاده قرار گرفت. در این مسیر، بانکداری شرکتی به واسطه نقش مهم خود در اقتصاد کشور و نیز آثار مثبت بیشمار در دستاوردهای سازمانی با اقبال از سوی بانک‌های ایرانی مواجه شد. با نودی از بانک‌های ایرانی در چند سال اخیر اقدام به راه‌اندازی بانکداری شرکتی نمودند و برخی در تلاش‌اند با سخی برای چالش‌های طراحی و راه‌اندازی آن بیایند. بدیهی است که در این مسیر، علم و تجربه باید دست‌در دست یکدیگر به کمک بانک‌ها بیایند. ایجاد سینرژی میان سرمایه انسانی متخصص در امور بانکی در کاراندیشمندان دانشگاهی شاید تنها راهکار کسب موفقیت در این امر باشد.

بهره‌گیری از محضر اساتید بزرگوار و خبرگان بانکی در کنار تجربه طراحی و اجرای بانکداری شرکتی در بانک ملت و بانک تجارت، انگیزه‌بخش نگارش این کتاب شد؛ این هدف که مشارکت کوچکی باشد جهت تسهیل پیمایش این مسیر توسط بانک‌هایی که چارچوب‌های ذهنی پیشین خود را شکسته‌اند و به دنبال چشم‌اندازهای نو و آرمان‌های بلند سازمانی می‌روند. با وجود بهره‌گیری از اصطلاحات تخصصی بانکداری تلاش شده است تا محتوای کتاب برای محققین و جامعه آکادمیک هم قابل استفاده باشد. این کتاب تقدیم می‌شود به استاد گرانقدر جناب آقای دکتر علی دیواندری که خرده دانشی اگر در من هست، قطره‌ای از دریای علم اوست.

تینا باقری

پاییز ۱۳۹۶