



مرکز مطالعات و نوآوری بانک انصار

کاربرد شبکه موبایل مجازی (MVNO) در کسب و کار بانکی

گردآوری و تدوین:
مرکز مطالعات و نوآوری بانک انصار

سری کتاب‌های سازمانی / کاربردی

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

دانشگاه جامع امام حسین (ع)
مؤسسه چاپ و انتشارات



عنوان و پدیدآور	کاربرد شبکه موبایل مجازی (MVNO) در کسب‌وکار بانکی/گردآوری و تدوین: مرکز مطالعات و نوآوری بانک انصار
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه جامع امام حسین (ع) - مؤسسه چاپ و انتشارات، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	شانه‌ده، ۱۰۰ ص.
فروست	دانشگاه جامع امام حسین (ع)، مؤسسه چاپ و انتشارات، ۷۹۳، سری علوم بانکداری - ۳۶
شابک	سری کتاب‌های سازمانی/کاربردی ۹۷۸-۹۶۴-۴۵۲-۸۲۰-۰
ویرایش و فهرست‌نویسی	قیما
موضوع	بازرگانی با تلفن همراه (Mobile commerce)
موضوع	کسب‌وکار - اثر تکنولوژی اطلاعات
موضوع	بانک و بانکداری - بازاریابی (Bank marketing)
موضوع	بانک و بانکداری - نوآوری (Banks and banking -- Technological innovations)
موضوع	بازاریابی اینترنتی (Internet marketing)
موضوع	شبکه‌های کسب‌وکار (Business networks)
شناسه افزوده	دانشگاه جامع امام حسین (ع) - مؤسسه چاپ و انتشارات
رده‌بندی کنگره	IF ۵۵۱.۷۲۴ ۱۳۹۸
رده‌بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	۵۶۷۹۰۸۸

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

- عنوان: کاربرد شبکه موبایل مجازی (MVNO) در کسب‌وکار بانکی
- گردآوری و تدوین: مرکز مطالعات و نوآوری بانک انصار
- صفحه‌آرایی: ناهید آقامیرزایی
- ناظر فنی چاپ: سید محمدباقر موسوی
- لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ سپاه
- نوبت چاپ: اول (خرداد ماه ۱۳۹۸)
- شمارگان: ۲۰۰ نسخه
- قیمت: ۱۵۰٫۰۰۰ ریال
- نشانی: تهران، بزرگراه شهید بهبهانی، بعد از پل لشکرک، دانشگاه جامع امام حسین (ع)، معاونت پژوهش و فناوری، مؤسسه چاپ و انتشارات، تلفن: ۷۴۱۸۸۲۶۰، دورنگار: ۷۴۱۸۸۲۷۴
- مرکز بخش: تهران، میدان فردوسی، فروشگاه و نمایشگاه مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه جامع امام حسین (ع)، ترنجستان امام حسین (ع)، تلفن: ۸۸۸۳۹۴۹۷

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 را برای هدایت بشریت، به اقرار آغاز نمود.
هدایت بشر، تکامل سعادت و قرب به ذات اقدس الهی در گرو کسب معرفت و تحصیل علم و دانش است، علمی که به تعبیر است، شهبان مطهری، زیبایی عقل است و انسان خداجوی، معبود خود را در آن می یابد.

یکی از مسئولیت های مهم هر دانشگاه، تدارک نیاز به علم 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، دست یابی به مرجعیت علمی در حوزه های مأموریتی و ایفای رسالت خطیر خود در تولید دانش و انتشار یافته های علمی، افتخار و تلاش دارد. با توجه به بستر لازم را جهت تشویق پژوهشگران و اساتید محترم در عرصه تولید علم، فراهم و تسهیل 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 کشور را از اساتید، فرهیختگان و اهل نقد و نظر تقاضا داریم با ارائه نظرات و پیشنهادات خود ما را یاری فرمایند.

و من الله التوفیق و علیه التکلان

معاونت پژوهش و فناوری

دانشگاه جامع امام حسین (ع)

۱	فصل ۱: ماهیت اپراتورهای مجازی
۱	□ اپراتور موبایل مجازی و برند زیرمجموعه اپراتور موبایل
۱	● مدل اپراتور موبایل مجازی یا MVNO
۲	● مدل برند زیرمجموعه اپراتور موبایل یا sub-brand
۲	□ انواع اپراتورهای مجازی از منظر فنی
۴	● روش ارائه مجدد خدمات
۴	● اپراتور خدمات سبک یا Light
۶	● اپراتور مازای کان
۷	● تسهیل‌کننده فعال برای اپراتورهای مجازی
۸	□ انواع اپراتورهای مجازی از منظر بازرگانی و مدل تجاری
۱۱	فصل ۲: رگولاتوری اپراتورهای مجازی
۱۱	□ دخالت رگولاتوری
۱۲	● موافقان دخالت رگولاتوری
۱۲	● مخالفان دخالت رگولاتوری
۱۲	□ ابزارهای رگولاتوری
۱۳	● دخالت و نظارت مستقیم رگولاتوری
۱۳	● اعمال مقررات پیشنهادی
۱۳	● تسهیل شرایط
۱۳	● مذاکرات و توافقات تجاری بدون دخالت رگولاتوری
۱۴	□ رویکردهای رگولاتوری در مورد اپراتورهای مجازی
۱۴	● تسهیل شرایط برای ورود و فعالیت اپراتورهای مجازی
۱۴	● بی‌تفاوتی رگولاتوری در قبال فعالیت اپراتورهای مجازی
۱۵	● رویکرد ممانعت از فعالیت اپراتورهای مجازی با سخت کردن شرایط فعالیت

- فصل ۳: به کارگیری اپراتورهای مجازی ۱۷
- نظرسنجی مؤسسه اینفورما در مورد مدل های اپراتور مجازی ۱۷
 - پتانسیل رشد بالاتر در بین انواع اپراتورهای مجازی ۱۸
 - چالش برانگیزترین مسائل تجاری پیش روی اپراتورهای مجازی ۱۸
 - بهره مندی صنایع غیر مخابراتی از خدمات اپراتورهای مجازی ۱۹
 - اسباب پیشرفت و ارتقای خدمات عرضه شده توسط اپراتورهای مجازی ۲۰
 - چشم انداز بازار جهانی اپراتورهای موبایل مجازی (MVNO) ۲۱
 - تأثیر برندهای زیرمجموعه اپراتورهای موبایل بر کسب و کار اپراتورهای مجازی ۲۴
 - ناهمبستگی بر روند رشد تعداد مشترکان ۲۵
 - تأثیر بر روند رشد تعداد مشترکان اعتباری ۲۶
 - انواع مشترکان اپراتورهای مجازی ۲۷
 - اپراتورهای مجازی بازاری با ورود و خروج زیاد ۲۸
 - اقدامات مورد نیاز اپراتورهای مجازی ۳۰
- فصل ۴: تجربه اپراتورهای مجازی ۳۳
- آمادگی پذیرش اپراتورهای مجازی در بازار خاورمیانه ۳۳
 - نخستین اپراتورهای مجازی منطقه خاورمیانه ۳۴
 - علت اجبار به پذیرش اپراتورهای مجازی توسط اپراتورهای موبایل منطقه خاورمیانه ۳۶
 - رویکرد اجبار اپراتورهای موبایل به اشتراک گذاشتن شبکه های خود با مجازی ها ۳۸
 - لازمه موفقیت اپراتورهای مجازی ۴۰
 - فعالیت در بازارهای دارای حاشیه سوداندک ولی پر جنب و جوش ۴۰
 - راز موفقیت اپراتور مجازی TracFone ۴۲
 - بررسی موردی در فنلاند ۴۳
 - نتیجه ارزش موبایل ۴۳
 - قانونگذاری ۴۳
 - MNO و MVNO ۴۴
 - پس زمینه پتانسیل شرکت کنندگان ۴۶
 - راهبردهای کسب و کار MVNO در فنلاند ۴۷

- ارتباطات و خدمات ارزش افزوده ۴۷
- راهبرد کم هزینه و برتری در خدمات ۴۸
- نقاط قوت و ضعف MVNO در فنلاند ۴۹
- مسائل کلیدی ۵۰
- مدل سازی درآمد و ساختار هزینه های MVNO ۵۲
- تجزیه و تحلیل MVNO انتخاب شده در فنلاند ۵۳
- Postemobile ۵۸ ☐
- Bankinter ۵۸ ☐
- بررسی دلیل شکست اپراتورهای مجازی در سال های گذشته و موفقیت امروزی ۵۹ ☐
- تجربیات از اپراتورهای مجازی شکست خورده دنیا ۶۰ ☐

فصل ۵: کاربرد در کسب و کار خارجی ۶۳

- اپراتورهای شبکه تلفن همراه و بانک ۶۳ ☐
- وضعیت اتصالات سیار در دنیا ۶۵ ☐
- ضریب نفوذ تلفن همراه در کشورهای ۶۶ ☐
- ضریب نفوذ تلفن همراه در ایران ۶۶ ☐
- پیش بینی تعداد کل مشترک در سال ۲۰۲۰ ۶۷ ☐
- مفهوم و ساختار بانکداری موبایل ۶۷ ☐
- بانک در نقش اپراتور مجازی تلفن همراه (MVNO) ۷۱ ☐
- منافع راه اندازی اپراتور مجازی برای بانک ۷۲ ☐
- اپراتورهای شبکه تلفن همراه به عنوان بانک ۷۳ ☐
- بانک Telenor صربستان ۸۴ ☐

منابع و مآخذ ۹۵

- منابع فارسی ۹۵ ☐
- منابع لاتین ۹۶ ☐