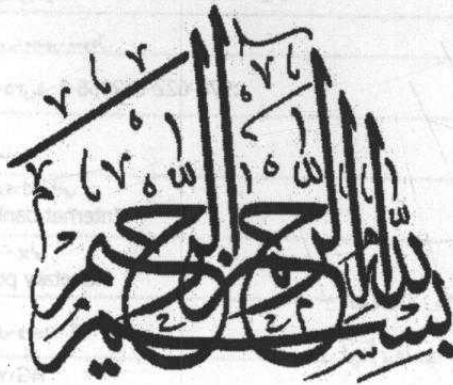




استراتژی های نانکاباری الکترونیک

مؤلف:

دکتر سید احمد شایان نیا

دکتر وحیده حدادی

سرشناسه	:	شایان نیا، سیداحمد، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور	:	استراتژی های بانکداری الکترونیک/مولف سیداحمد شایان نیا، وحیده حدادی.
مشخصات نشر	:	تهران: شریفزاده، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	:	۲۲۸ص: مصور، نمودار.
شابک	:	۳۵۰۰۰ریال 978-622-662058-1
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	بانکداری اینترنتی
موضوع	:	Internet banking
موضوع	:	سیاست پولی
موضوع	:	Monetary policy
شناسه افزوده	:	حدادی، وحیده، ۱۳۵۹-
رده بندی کتب	:	HG1۷۰۸۷
رده بندی دیویی	:	۳۳۲/۱ ۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۲۳۱۴۲۵



انتشارات شریفزاده

نام کتاب	:	استراتژی های بانکداری الکترونیک
تألیف:	:	دکتر احمد شایان نیا - دکتر وحیده حدادی
ناشر:	:	شریفزاده
سال انتشار	:	چاپ اول - ۱۳۹۸
شمارگان	:	۱۰۰۰
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۶۶۲۰-۵۸-۱
قیمت	:	۳۵۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران- خ انقلاب- روبروی سینما بهمن- جنب بانک صادرات- پ ۱۳۵۶-

کتابفروشی محسن

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	ظ
فصل ۱.....	۱۹
مبانی بانکداری.....	۱۹
مقدمه.....	۱۹
مقایسه نظام بانکداری اسلامی و ربوی.....	۱۹
ماهیت بانک مرکزی و اهداف آنها.....	۲۰
۱. تحکیم و ارتقا تعالی عمل.....	۲۰
۲. تحکیم و ارتقا تعادل خردی.....	۲۰
۳. ایجاد و گسترش اعتماد و اطمینان برای بهره‌گذاران.....	۲۰
وظایف بانک های مرکزی.....	۲۱
حفظ ذخایر قانونی و مازاد بانک های تجاری.....	۲۱
وام دهنده نهایی.....	۲۲
اجرای سیاست پولی و کنترل حجم اعتبارات.....	۲۲
اجرای سیاست ارزی.....	۲۲
سیاست های پولی.....	۲۳
اهداف سیاست پولی.....	۲۳
تسریع رشد اقتصادی.....	۲۳
ایجاد اشتغال کامل.....	۲۴
تثبیت سطح عمومی قیمت ها.....	۲۴
ایجاد تعادل در موازنه پرداخت های خارجی.....	۲۴
ابزارهای سیاست های پولی.....	۲۴
نسبت ذخیره قانونی.....	۲۵

- ۲۷..... قدرت پول آفرینی بانک‌های تجاری و نرخ ذخیره قانونی
- ۲۸..... محاسبه قدرت پول آفرینی بانک‌ها از طریق عملیات جبری
- ۲۸..... اثر تغییر نرخ ذخیره قانونی بر سپرده‌های آزاد (منابع) بانک‌ها
- ۲۸..... اثر تغییر نرخ ذخیره قانونی بر تسهیلات اعطایی (مصارف) بانک‌ها
- ۲۹..... تغییرات نهایی در سپرده‌ها:
- ۲۹..... وام‌های اعطایی بانک مرکزی و نرخ تنزیل مجدد
- ۳۱..... عملیات بازار باز
- ۳۱..... کنترل مستقل اعتبارات
- ۳۲..... تعیین نسبت مدینگی بانک‌ها
- ۳۳..... بانک مرکزی و سیاست پول در بانکداری بدون ربا
- ۳۴..... تعیین نرخ ذخایر قانونی بانک مرکزی
- ۳۴..... تعیین حداقل نرخ سود احتمالی برای سرمایه‌گذاران و مشارکت
- ۳۴..... تعیین حداقل و حداکثر نسبت سود بانک‌ها در عملیات مشارکت و مضاربه
- تعیین حداقل و حداکثر نسبت سود بانک‌ها در اقساطی و اجاره به شرط تملیک متناسب با قیمت تمام شده
- ۳۵..... تعیین انواع و میزان حداقل و حداکثر کارمزد خدمات بانکی
- ۳۶..... تعیین حداقل و حداکثر حق الوکاله به کارگیری سپرده‌های سرمایه‌گذاری
- ۳۶..... کنترل کیفی تسهیلات اعطایی
- ۳۷..... بانک مرکزی ایران و سیاست پولی
- ۳۹..... سیاست پولی و توسعه درآمد عملیاتی بانک‌ها
- ۴۰..... منابع بانک
- ۴۱..... ابزار تجهیز منابع پولی در قانون عملیات بانکی بدون ربا
- ۴۳..... طبقه‌بندی ابزار تجهیز منابع مالی
- ۴۴..... الف - انواع سپرده‌ها براساس هزینه‌های جلب، جذب و نگهداری

ب - انواع سپرده‌ها براساس ماهیت حقوقی آنها.....	۴۵
پ - انواع سپرده‌ها براساس ماهیت پرداخت آنها.....	۴۶
ت - انواع سپرده‌ها براساس میزان تأثیر بر حجم پول و نقدینگی کشور.....	۴۸
مصارف بانک.....	۴۸
فصل ۲.....	۵۱
بانکداری الکترونیک.....	۵۱
مقدمه.....	۵۱
اهمیت بانک ری الکترونیک.....	۵۴
تاریخچه بانکداری.....	۵۸
تاریخچه بانکداری الکترونیک.....	۵۸
بررسی بانکداری الکترونیک در کشورهای.....	۵۹
بانکداری الکترونیک در روسیه.....	۶۰
بانکداری الکترونیک در هند.....	۶۰
بانکداری الکترونیک در استونی.....	۶۰
بانکداری الکترونیک در هنگ کنگ.....	۶۰
بانکداری الکترونیکی در ایران.....	۶۱
تاریخچه نخستین بانک ایرانی.....	۶۲
تعاریف بانکداری الکترونیک.....	۶۲
ویژگی های بانکداری الکترونیک.....	۶۳
شاخه های بانکداری الکترونیک.....	۶۴
کانالهای بانکداری الکترونیک.....	۶۴
مزایای بانکداری الکترونیک.....	۶۴
بانکداری اینترنتی (الکترونیک).....	۶۵
خدمات و مزایا:.....	۶۵

۶۷	اینترنت بانک همراه (Mobile View) نسخه مشتری محور
۶۷	خدمات و مزایا:
۶۷	خدمات دستگاه‌های عابربانک (ATM)
۶۸	سفر کارت
۶۸	خدمات و ویژگی‌ها:
۶۸	بن کارت
۶۸	ویژگی‌ها:
۶۹	خدمات نوین بک
۷۰	رضایت مشتری
۷۳	فصل ۳
۷۳	مدیریت ارتباط با مشتری
۷۳	مقدمه
۷۳	مراحل تکامل مدیریت ارتباط با مشتری:
۷۵	تعاریف و مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری
۷۹	فلسفه مدیریت ارتباط با مشتری
۸۲	اهداف مدیریت ارتباط با مشتری
۸۴	انواع سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری
۸۶	شناخت نیازهای آنها نیازهای مراجعین به سازمانها
۸۷	مزایای مدیریت رابطه با مشتریان
۹۱	چالشهای مدیریت ارتباط با مشتری
۹۱	عوامل موفقیت پروژه‌های مدیریت ارتباط با مشتری
۹۵	مدل نظری اجرای مدیریت ارتباط با مشتری
۹۶	ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری
۹۶	تمرکز بر مشتریان اصلی و کلیدی

۹۷	سازماندهی فرایندهای کسب و کار
۹۸	مدیریت دانش
۹۹	برخورداري از فناوريهای مدرن و به روز
۱۰۱	فصل ۴
۱۰۱	بازاریابی الکترونیک
۱۰۱	مفهوم بازاریابی الکترونیک
۱۰۱	۱-انتشار اطلاعات
۱۰۲	۲- مبادله
۱۰۲	۳- سفارشی کردن انبوه
۱۰۲	مزایای بکارگیری بازاریابی اینترنت
۱۰۲	تعامل پذیری و توانایی در ارائه اطلاعات همزمان
۱۰۴	علل تشکیل و نیاز به بازار الکترونیک
۱۰۴	رویکرد شایستگی الکترونیکی
۱۰۵	۱) وجود افراد مؤثر
۱۰۵	۲) حضور اولیه در وب
۱۰۵	۳) ایجاد ساختار اطلاعاتی
۱۰۵	۴) سازمان گسترش یافته
۱۰۵	۵) تحول کسب و کار
۱۰۶	۶) تحول استراتژیک
۱۰۶	اجزاء بازار یابی اینترنتی
۱۰۶	۱. ترفیع
۱۰۶	۲. تماس یکایک
۱۰۶	۳. انجام معامله
۱۰۶	۴. مبادله

۵. تامین سفارش:	۱۰۷
آمیخته بازاریابی اینترنتی:	۱۰۷
تاثیر بازاریابی الکترونیک و اینترنت و بر محصول:	۱۰۸
تاثیر بازاریابی الکترونیک و اینترنت در توزیع:	۱۰۸
تاثیر بازاریابی الکترونیک و اینترنت بر قیمت:	۱۰۸
تاثیر اینترنت و بازاریابی اینترنتی بر ترفیع:	۱۰۸
مدل انتقال از بازاریابی سنتی به بازاریابی الکترونیک:	۱۰۹
۱- اتصال:	۱۰۹
۲- تعامل مشتری با پایگاه اینترنتی:	۱۰۹
۳- تعامل مشتری، اعضای شرکت:	۱۰۹
۴- درگیر شدن:	۱۰۹
۵- اطلاعات:	۱۱۰
۶- فردگرایی:	۱۱۰
۷- صداقت:	۱۱۰
توسعه بازاریابی الکترونیک:	۱۱۰
استراتژی‌های بازاریابی الکترونیک:	۱۱۱
بازاریابی مبادله‌ای:	۱۱۱
بازاریابی مبتنی بر پایگاه داده:	۱۱۲
۳- استراتژی بازاریابی رابطه‌ای:	۱۱۲
۴- استراتژی بازاریابی مبتنی بر دانش:	۱۱۳
تعیین استراتژی بازاریابی الکترونیک:	۱۱۴
عوامل موفقیت بازاریابی الکترونیک:	۱۱۵
تعهد و حمایت مدیران عالی سازمان:	۱۱۵
اهداف استراتژیک بازاریابی الکترونیک:	۱۱۵

۱۱۵	همکاری مناسب در طول زنجیره ارزش
۱۱۶	مشتریان و مخاطبین بالقوه
۱۱۶	اعتماد به وب سایت
۱۱۶	امنیت وب سایت
۱۱۶	میزان دسترسی
۱۱۷	پذیرش مشتری
۱۱۷	زیر ساخت تکنولوژیک
۱۱۷	فرهنگ داخلی سازمان
۱۱۷	نقش نیروی فروش
۱۱۷	برنامه های آموزشی
۱۱۸	ساده نگه داشتن وب سایت
۱۱۸	سازماندهی و بروز رسانی وب سایت
۱۱۸	سرعت داتلود
۱۱۸	پاسخگویی سریع به مشتریان
۱۱۸	پیشبرد فروش
۱۱۸	درک درست از محیط های بازارهای خارجی
۱۱۹	فصل ۵
۱۱۹	اعتماد الکترونیک
۱۱۹	اعتماد و مفهوم آن
۱۱۹	اعتماد الکترونیکی
۱۲۱	مشخصه های اعتماد الکترونیک
۱۲۲	اعتماد کننده و اعتماد شونده
۱۲۲	آسیب پذیری
۱۲۲	رفتار ناشی از اعتماد

پیشگفتار

کشورها جهت تحقق اهداف مورد نظر خود با اتخاذ سیاست های پولی توسط مقام بانک مرکزی خود، شرایط اقتصادی را به سوی اهداف و برنامه های از پیش تعیین شده سوق می دهند. بطور کلی رشد اقتصادی کوتاه مدت و بلند مدت کشورها نشأت گرفته از سیاست های پولی آنان می باشد بررسی سیاست پولی از اهمیت بالایی برخوردار است، بخصوص بررسی این نوع سیاست بر سیستم بانکی یک کشور که به عنوان شاهراه جریانات پولی و مالی، دارای مزیت های پژوهشی و کاربردی بالایی است. سیاست پولی کارا، سیستم بانکی را کارآمدتر نموده و موانع جریانات پولی و مالی که بانک ها و مشتریان با آن وپرو هستند را می تواند کاهش دهد. بانکداری الکترونیکی نه فقط یک نیاز بلکه یک ضرورت اجتناب ناپذیر در بانکداری نوین در دنیای امروز است. بانکداری الکترونیک مزایای بسیاری چون افزایش دسترسی وپایین آمدن هزینه ی معاملات بانکی را به دنبال دارد و درضمن بانک ها می توانند از این طرق، خدمات را با دارایی بیشتر ارائه دهند و به حفظ وافزایش سهم بازار خود بپردازند. مزایای بانکداری الکترونیک را می توان هم از دید مشتریان وهم از دید موسسات مالی، مورد ارزیابی قرار داد.

سازمان: نیا، حدادی

۱۱۹۸