

ارزش‌های استراتژیک در بازسازی الکترونیک

فاطمه کرد

سرشناسه	: کرد، فاطمه، ۱۳۷۰.
عنوان و نام پدیدآور	: ارزش‌های استراتژیک در بانکداری الکترونیک/فاطمه کرد؛ ویراستار عباس کسایی پور
مشخصات نشر	: تهران: ویهان، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۸۶ ص.: جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۷۱-۶۳-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: بانکداری اینترنتی - مدیریت
موضوع	: Internet banking -- Management
موضوع	: برنامه‌ریزی راهبردی - مدیریت
موضوع	: Strategic planning -- Management
رده بندی دنگره	: HG۱۷۰/۸/۷/ک۴الف۱۴ ۱۳۹۷
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۲/۱۰۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۳۷۲۷۷۵

عنوان کتاب	: ارزش‌های استراتژیک در بانکداری الکترونیک
ناشر	: انتشارات ویهان
مؤلف	: فاطمه کرد
ویراستار	: عباس کسایی پور
مدیر تولید	: شرکت پیشتازان علم و دانش امیرکبیر (شریف یار)
صفحه آرا	: الهام کسایی پور
طراح جلد	: محدثه حاجی
شمارگان	: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۷
چاپ و صحافی	: شرکت پیشتازان علم و دانش امیرکبیر (شریف یار)
ناظر چاپ	: حمیدرضا خاشعی و رنامخواستی
قیمت	: ۱۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۷۱-۶۳-۵

ISBN:978-622-6071-63-5

همه حقوق برای ناشر محفوظ است

دفتر پخش: تهران، خیابان کارگر جنوبی، خیابان جمهوری تقاطع خیابان اردیبهشت، نبش کوچه فخر، پلاک ۴۰

شماره های تماس: ۰۹۱۲۵۲۷۹۲۴۸-۰۹۱۹۶۸۳۷۱۵۲-۶۶۱۷۵۷۹۱

دفتر موسسه شریف یار: فلکه دوم صادقیه، خ اشرفی اصفهانی، خ سازمان آب غربی، ساختمان نور قائم، پلاک ۱

شماره های تماس: ۰۹۰۲۰۰۸۹۱۲۹-۴۴۰۲۰۲۴۱

سخنی با خواننده

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگ این مرز و بوم در زمینه‌ی چاپ و نشر کتب علمی دانشگاهی، علوم پایه گام‌هایی هر چند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم موثر واقع شویم. گستردگی علوم و توسعه روزافزون آن شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب راه دستیابی و اطلاع‌رسانی بیش از پیش روشن می‌کند.

چاپ همگانی و سامانمند را می‌توان نقطه آغاز و محرک اصلی رشد روزافزون شگفت‌انگیز دانش در چند صده گذشته دانست. کتاب از یکسو تفکرات نویسنده خود را از مرز زمان و مکان بی‌بند و از دیگر سو در آستانه همین رهایی خواسته و یا ناخواسته ماهیت خود را به محک نقد و بررسی و امتحان می‌گذارد تنها در چنین ساحتی و از برخورد دیدگاه‌های گوناگون است که بشر گام به پیش می‌دارد.

موسسه فرهنگی با روزگار در گام و متناسب با تغییرات در دنیای نوین، طرح توسعه کتاب‌های گوناگون در برنامه انتشاراتی قرار داده است. این برنامه از یکسو، متأثر از پیشرفت‌ها و نوآوری‌های است که در سطح بین‌المللی در زمینه‌های آموزش علوم و فن‌آوری رخ داده است و از سوی دیگر، متناسب با نیازهای است که در جامعه دانشگاهی کشور بر اساس رشد و توسعه سال‌های اخیر به لحاظ کیفی و کمی پدید آمده است.

انتشارات ویهان با همکاری موسسه مشاوران امیرکبیر دانش با این نگرش در عرصه چاپ و نشر کتب علمی گام نهاده است. روند تولید آثار در این مجموعه علمی فرهنگی تمام مراحل پذیرش، داوری، ویراستاری فنی و ادبی، اخذ مجوز، چاپ و انتشار به هر دو شیوه «چاپ شمارگانی» و «چاپ در ازای سفارش» را در بر می‌گیرد.

شما دانش‌پژوه ارجمند می‌توانید آثار مکتوب یا چندرسانه‌ای، پیشنهادات، محکامی و نظرات راهگشای خود را با فرستادن پیام به نشانی رایانامه انتشارات ویهان در موسسه شریف یار «Info@vihanpub.ir» یا در میان بگذارید. همه تلاش ما این است که با نگاه کارشناسی و ایجاد یک فضای علمی به خلق آثاری پربار و نوآرانه توفیق یابیم و باور داریم که دستیابی به این خواسته تنها با همراهی شما مشتاقان حقیقی آموزش و پژوهش ممکن است.

انتشارات ویهان

شرکت پیش‌تازان علم و دانش امیرکبیر (شریف یار)

ما در عصری زندگی می‌کنیم که با تغییرات سریعی همراه است. گسترش شبکه جهانی اینترنت، ارتباطات الکترونیک، پیشرفت و کاربرد گسترده فناوری اطلاعات بستری مناسب برای مراودات تجاری، اقتصادی و مالی فراهم نموده است. بانکداری الکترونیک یکی از مواهب دنیای فناوری اطلاعات می‌باشد که براساس آن تمامی فعالیت‌های مالی، بانکی و اعتباری از بستر سنتی به بستر الکترونیکی منتقل می‌شود. به همین دلیل، استفاده از سیستم‌های الکترونیک در موسسات مالی و اعتباری جهان به سرعت رو به گسترش بوده و تعداد استفاده‌کنندگان از خدمات بانکداری الکترونیک روز به روز در حال افزایش هستند. استفاده از این فناوری موجب توسعه تجارت، تسهیل ارتباطات عوامل اقتصادی، فراهم کردن امکان فعالیت برای سادها، آسان‌سازی بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان شده است.

بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری نقش بسیار مهمی در پیشرفت و توسعه اقتصادی هر کشور ایفا می‌نمایند. در حال حاضر با توجه به تعداد قابل توجه بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در کشور، همچنین با توجه به روند خصوصی‌سازی بانک‌های دولتی و نیز تبدیل تعاونی‌های اعتبار و موسسات مالی اعتباری به بانک، ارزیابی عملکرد آن‌ها اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است.

بانک‌ها، نهادهای مالی هستند که دارایی‌ها را از منابع مختلف جمع‌آوری می‌کنند و آن‌ها را در اختیار بخش‌هایی قرار می‌دهند که به نقدینگی نیاز دارند. از این رو بانک‌ها شریان حیاتی هر کشور محسوب می‌شوند. به موازات ورود بانک‌های خصوصی به بازارهای مالی، تقاضا برای انواع خدمات بانکی نیز افزایش چشمگیر یافته است. بانک‌ها برای رسیدن گوی سبقت از یکدیگر در جهت افزایش سهم بازار و سودآوری به دنبال استفاده از ابزارهای بهبود عملکرد در جذب مشتریان هستند، در این میان ارزیابی عملکرد بانک‌ها از اهمیت خاصی برخوردار است و به یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های مدیران بانک‌ها تبدیل شده است. فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک به عنوان یکی از تکنیک‌های محوری در فرآیند مدیریت در همه بخش‌های اقتصادی به صورتی همه‌گیر مورد استفاده قرار گرفته است و برای تداوم پذیری و رشد سازمان‌ها، امری حیاتی محسوب می‌گردد. این رشد و تداوم پذیری سازمان‌ها

آن‌ها را قادر می‌سازد با محیط‌های در حال تغییر - ویژگی بارز محیط کسب و کار در زمان حاضر تغییر شتابنده و فراگیر است که سازمان‌ها در حال تلاش برای کنترل آنند- کنار بیایند؛ حتی زمانی که شاکله استراتژی همچنان فاقد ساختار و برنامه بوده و به شیوه‌های غیر همیشگی غیر تکراری عمل می‌کند. موسسات مالی مانند سایر سازمان‌ها و البته به دلیل ویژگی‌هایی نظیر اتخاذ تصمیمات آتی و مخاطره ترکیب شده با نوع فعالیت خود برای بقاء و رشد باید به نحوی اثربخش از فرآیند مدیریت استراتژیک بهره ببرند تا حداکثر ارزش را بیافرینند.

صنعت بانکداری، از جمله صنایع مهم و مطرح دنیاست و گسترش روزافزون دانش بشری در زمینه علم الکترونیک سبب شده است که این صنعت نیز از این دانش بهره فراوان داشته باشد. امروزه بانک‌ها در کشورهای پیشرفته به عنوان رهگشا، مشاور حرفه‌ای، متخصص در افزایش منابع مالی، حرکت‌ها و جمع‌آوری و تبادل اطلاعات لازم برای مشتریان خود عمل می‌کنند و یکی از محورهای محرک اقتصادی هر کشور محسوب می‌شوند، این امر سبب شده است تا فضای رقابتی تنگ بین آن‌ها برقرار شود. با توسعه روزافزون تکنولوژی و صنعتی شدن کشورها، مدیران بانک‌ها سعی بر افزایش خدمات نوین بانکداری دارند که متمایز بودن آن نسبت به خدمات سایر بانک‌ها را امتیاز ویژه‌ای جهت جذب سپرده‌های مشتریان برخوردار است. در کشورهای پیشرفته بیش از ۷۰ درصد امور بانکی استفاده کنندگان از خدمات بانکی بدون حضور در محل شعب بانک‌ها و با استفاده از سیستم‌های الکترونیکی صورت می‌پذیرد، لذا بانک‌ها با به‌کارگیری فناوری مدرن صنعت بانکداری و اجرایی نمودن طرح مشتری محوری، سعی بر کاهش ضرورت مراجعه مشتریان به محل شعبه را دارند تا مشتریان بتوانند در محل کار و یا اقامت خود عمده امور بانکی را از این طریق انجام دهند.

موفقیت یا عدم موفقیت بانک را به دور از عملکرد مدیران نمی‌توان تصور نمود. بانکی می‌تواند موفق باشد که از مدیران شایسته، ابزارهای متنوع و امکانات و پتانسیل موجود خود در راستای پیروزی مجموعه بهره‌مند شود. عواملی که منجر به توفیق بانک می‌شوند، استفاده از فناوری اطلاعات، بازاریابی، مشتری‌مداری به معنای واقعی آن و پرهیز از یدک کشیدن این شعارهاست. مدیران بانک باید توانایی تشخیص فرصت‌های جدید بازار را داشته باشند و

برای رسیدن به این توان، حتماً کارشناسان و متخصصان ویژه و حرفه‌ای باید در خدمت مجموعه باشند. بانک‌ها با بهره‌مندی از مدیران شایسته و منابع انسانی تحصیل کرده، می‌توانند ارتباط دائمی با مشتریان و بازار داشته باشند و با ایجاد تغییرات و تحولات، جامعه را زیر ذره بین قرار دهند.

در نظام نوین مدیریت، سه بعد استراتژی، تأیید تمرکز و سازمان وجود دارد. این استراتژی است که متعاقباً به سطوح عملیاتی مانند: عملکرد بازار، رضایت مشتریان، عملکرد اجتماعی، اعتماد و پذیرش، عملکرد محیطی، مالی و اهداف و نتایج آن سپرده‌های مازاد در دسترس مردم را جمع‌آوری می‌کردند و با دادن وام به افراد نیازمند، وظیفه سنتی خود، یعنی واسطه‌گری را میان سپرده‌گذاران و وام‌گیرندگان ایفا می‌کردند. در عصر حاضر، مؤسسات مالی و بانک‌ها برای تجهیز منابع مالی نیاز به تغییرات اساسی در محصولات و خدمات خود دارند و با خدمات داده‌ساختار، سنتی بانکداری واسطه‌گری نمی‌توانند در عرصه‌های جهانی به تجهیز منابع بپردازند.

امروزه در نیازهای مصرف‌کنندگان، تحولاتی شگرف به‌وجود آمده است و بخش گسترده‌ای از این تغییرات در گروه تولیدات تکنولوژیکی و فناوری اطلاعات می‌باشد. البته سازمان‌ها و نهادها نیز از این تغییرات گسترده بی‌مان نبوده و کم و بیش از تغییرات بنیادین الکترونیکی بهره‌مند شده‌اند. امروزه کمتر شخصی را می‌توان یافت که با موضوع بانکداری الکترونیک آشنایی نداشته باشد. رشد روزافزون فناوری به‌خصوص فناوری اطلاعات در جهان، موانع و مشکلات زمانی و مکانی مرتبط به امور جاری با کاهش داده و دستیابی عمومی مردم به اینترنت سبب شده امکان تجارت و کسب و کار در طریق اینترنت و یا به عبارتی بانکداری الکترونیک و کسب و کار الکترونیکی از جایگاه ویژه‌ای در شمار ای توسعه یافته برخوردار شود. امروزه تجارت الکترونیک بدون بانکداری الکترونیک غیرقابل تصور است، بانکداری الکترونیک جزء لاینفک تجارت الکترونیکی می‌باشد. بانک‌ها در تجارت الکترونیکی نقش دو جانبه‌ای دارند، گاهی به عنوان جزئی از تجارت الکترونیکی (ارتباط بین دو یا چند سازمان)، و گاهی در نقش مشتری تجارت الکترونیکی (ارائه مستقیم محصولات تولید کننده به مشتری نهایی یا مصرف کننده).

یکی از مهم‌ترین پدیده‌های ناشی از انقلاب اطلاعات، تحول در شیوه‌های سنتی تجارت و جایگزینی آن با تجارت الکترونیک است. از این رو به واسطه نقش پول و بانکداری در تجارت، بانکداری الکترونیک اصلی‌ترین زیربنای تجارت الکترونیک محسوب می‌شود. در بانکداری الکترونیک نیاز به یک دولت الکترونیک است. دولت الکترونیک یکی از ضرورت‌های جهان امروز است که بسیاری از کشورها به دنبال ایجاد آن در کشور خود هستند. دولت الکترونیکی عبارت از استفاده سازمان‌های دولتی از فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی جهت آرایه و توزیع خدمات و اطلاعات به صورت به هنگام و شبانه‌روزی در کمترین زمان، با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت به شهروندان، بخش‌های تجاری و تولیدی و سایر مشتریان دولت می‌شود به گونه‌ای که آن‌ها از طریق سیستم‌های کامپیوتری بتوانند با دولت ارتباط برقرار کنند و مشارکت بیشتری در اداره امور دولتی و فرایندها و نهادهای مردم‌سالار داشته باشند.

۷		مقدمه
۱۳		فصل اول
۱۳		مدیریت استراتژیک
۱۵		مدلهای فرایند مدیریت استراتژیک
۱۵		مدل دیوید
۱۶		مدل مدیریت استراتژیک پیرس و رابینسون
۱۶		مدل جفری ریسون و کارون جان
۱۶		موانع اجرای استراتژی
۱۶		موانع خارجی
۱۷		موانع و فشارهای داخلی
۱۷		فشارهای واحد بازار باطن
۱۷		منافع مدیریت استراتژیک چیست؟
۱۹		فصل دوم
۱۹		مدیریت استراتژیک منابع انسانی
۱۹		ویژگیهای منابع استراتژیک
۲۰		برنامه ریزی استراتژیک
۲۱		مزایا و محدودیتهای برنامه ریزی استراتژیک
۲۲		قابلیتهای برنامه ریزی استراتژیک
۲۳		سبکهای مختلف برنامه ریزی استراتژیک و تعیین استراتژیهای سازمانی
۲۴		بهره‌وری
۲۴		اهمیت بهره‌وری
۲۵		عوامل پنج‌گانه مؤثر بر بهره‌وری
۲۵		شناخت و توجه شغل
۲۵		حمایت سازمانی
۲۵		بازخورد عملکرد
۲۵		مشارکت
۲۵		نقش نیروی انسانی کارا در بهره‌وری بانکها
۲۶		عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی

۲۷	فصل سوم
۲۷	بانکداری الکترونیکی
۳۰	سابقه تاریخی شکل گیری بانکداری الکترونیک در ایران
۳۱	کارت‌های بانکی در ایران
۳۲	شبکه تبادل اطلاعات بانکی (شتاب)
۳۵	بانکداری اینترنتی
۳۸	انواع بانکداری الکترونیکی
۳۹	تأثیر آموزشهای مقدماتی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی
۴۱	مزایای بانکداری الکترونیکی
۴۵	خداوند بانکداری الکترونیک
۴۶	محصولات بانکداری الکترونیک
۴۶	درگاههای بانکداری الکترونیک
۴۷	درگاههای تک دره
۴۷	درگاههای چند کاره
۴۷	انواع ریسک در بانکداری الکترونیک
۵۵	پذیرش بانکداری الکترونیک
۵۸	توسعه فناوری اطلاعات در بانکداری الکترونیک ایران
۶۰	امنیت در بانکداری الکترونیکی
۶۰	بانکداری اینترنتی
۶۱	چارچوب بانکداری اینترنتی
۶۲	سه مدل استراتژیک اصلی برای بانکداری اینترنتی
۶۳	سیستم های پرداخت الکترونیکی
۶۵	فصل چهارم
۶۵	پیشینه
۶۵	مطالعات داخلی
۷۵	مطالعات خارجی
۸۱	منابع و مأخذ
۸۱	منابع
۸۱	منابع فارسی
۸۵	منابع غیر فارسی