

بانكداری برتر در هزارهٔ سوم

مقالاتی درباره

نوآوری، مدیریت جذب و حفظ مشتری، غرب و بانكداری اسلامی
و بانک و محیط زیست
به همراه منبع شناسی فارسی و انگلیسی بانكداری

ترجمه و گردآوری

زینت مقدسی نیت

انتشارات

آهنگ قلم

۱۳۸۹

بانکداری برتر در هزاره سوم

مقالاتی درباره

نوآوری، مدیریت جذب و حفظ مشتری، غرب و بانکداری اسلامی و

بانکداری محیط زیست

به همراه منبع شناسی فارسی و انگلیسی بانکداری

زیست مقدس نیت

طراح جلد رضا موسوی

تاریخ انتشار پاییز ۱۳۸۹

نوبت چاپ اول

قطع رقعی / ۱۶۸ صفحه

شمارگان ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی سوره

چاپ پیمان

صحافی یارسیان

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۵۲-۶۲-۳

قیمت ۳۵۰۰ تومان



ناشر آهنگ قلم

نشانی ناشر مشهد/ ص. پ. ۹۱۸۹۵-۱۳۶۳

تلفن ۰۵۱۱۷۶۲۶۳۰۹-۰۰۹۱۵۳۲۲۱۶۰۲

وب سایت www.ahangeghalam.ir

پست الکترونیکی info@ahangeghalam.ir

www.ketab.ir

مقدس نیت، زینت، ۱۳۵۱، مترجم، گردآورنده

سرشناسه

بانکداری برتر در هزاره سوم: مقالاتی درباره نوآوری، مدیریت جذب
و حفظ مشتری و محیط زیست ... / مترجم و گردآورنده زینت
مقدس نیت.

عنوان و نام پدیدآور

مشهد: آتمک قلم، ۱۳۸۹

مشخصات نشر

۱۶۸ ص.

مشخصات ظاهری

۶۲۰۳-۵۳۵۲-۶۰۰۰-۹۷۸

شابک

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: واژه نامه.

موضوع: بانک و بانکداری

موضوع: بانک و بانکداری — خدمات مشتری

۱۳۸۹ ۷م۲ف/ ۱۶۰۷HG

رده بندی کنگره

۳۳۲/۱ رده بندی دیویی

شماره کتابشناسی ملی: ۷۹۲۷۶۰۲

فهرست

پیشگفتار: مروری بر تاریخچه بانکداری	۷
منابع	۱۹
فصل اول: رقابت برای نوآوری	۲۱
بحران مالی بین‌المللی فرصتی برای نوآوری	۲۳
چرا شرکت‌های کوچک مهم‌تر هستند؟	۲۷
یک دهه بانکداری اینترنتی یک دهه کلاهبرداری اینترنتی	۳۵
پرداخت تلفنی!	۳۹
آیا فن‌آوری بیومتریک می‌تواند بانکداری را ایمن‌تر کند؟	۴۳
منابع	۴۶
فصل دوم: مشتری، شریک تجاری بانک	۴۷
راه‌های جدید ارتباط با مشتری نیاز امروز بانک‌ها	۴۹
۱۰۱ راه برای ایجاد وفاداری در مشتریان	۵۵
به خواسته مشتری گوش دهید و پیشرو باشید	۶۱
۳۰ نکته در مورد ارتباط کارکنان پشت باجه با مشتریان	۶۵
بانک‌های اروپا به دنبال زنان ثروتمند	۷۳
منابع	۷۶
فصل سوم: رویکرد غرب به بانکداری اسلامی	۷۷

- چرا غرب به بانکداری اسلامی روی آورده است؟ ۷۹
- توسعه مالیه اسلامی راه حل بحران اقتصادی جهان ۸۵
- ایران صدرنشین بانکداری اسلامی ۹۱
- بهبود وضعیت مدیریت ریسک در مالیه اسلامی ۹۵
- بانکداری اسلامی درخشان تر از همیشه ۹۹
- منابع ۱۰۴
- فصل چهارم: سهم بانک در زیبایی و حفظ محیط زیست ... ۱۰۵
- بانک ها چگونه شهر را زیباتر می کنند؟ ۱۰۷
- محیط زیست یک مسئله اساسی برای بانک ها ۱۱۵
- حمایت مالی از انرژی سبز، سرمایه گذاری سودآور برای آینده ۱۱۹
- بانک های بزرگ پیشگام در حفظ محیط زیست ۱۲۱
- بارکلیز، بانکی که می خواهد سبز باشد ۱۲۷
- همه چیز برای محیط زیست ۱۳۱
- Green Bank یک بانک سبز ۱۳۷
- منابع ۱۳۹
- فصل پنجم: مأخذشناسی ۱۴۱
- کتاب شناسی فارسی ۱۴۳
- کتاب شناسی انگلیسی ۱۶۳
- سایت های فارسی ۱۶۶
- سایت های لاتین ۱۶۷

پیشگفتار

مروری بر تاریخچه بانکداری

زینت مقدس نیت

بانکداری در جهان تقریباً از زمانی شروع شد که داد و ستد و مبادله کالا بین مردم آغاز گردید. در حقیقت بانکداری و تجارت قبل از اینکه حتی پول به مفهوم امروزی مورد استفاده قرار گیرد، عملاً وجود داشته است. بدین معنی از زمانی که بشر به تولید کالا به منظور تجارت مبادرت ورزید نیاز به یک وسیله پرداخت و مقیاس ارزش پیدا کرد و با پیشرفت تجارت، به خدمات اختصاصی مؤسسات مالی نیاز پیدا کرد. وصول مطالبات خریداران دور و نزدیک و خطرات ناشی از نقل و انتقالات فلزات قیمتی نخستین علل ایجاد بانک و بانکداری در جهان به شمار می آیند.

کلمه بانک اصطلاحی است قدیمی که از واژه آلمانی bank به معنای نوعی شرکت اخذ و رواج یافته و شاید هم از کلمه banco که یک لغت ایتالیایی و به معنای نیمکت صرافان به کار برده می شد اشتقاق یافته است. در هر حال بانک یا همان مؤسسات صرافی آن روز با همان نام و روش کهن به تدریج سازمان یافته و مرکز کلیه فعالیت های پولی و اعتباری بانک های امروزی شده اند.

شمال شرقی میدان توپخانه در محل بانک بازرگانی (تجارت فعلی) شروع به فعالیت کرد. در سال ۱۲۶۹ خورشیدی/۱۸۸۹ میلادی بانک شاهنشاهی ایران که مبتکر آن ژولیوس روتر (Julius deReuter) بود، امتیاز بانکداری را برای ۶۰ سال از آن خود کرد و در نتیجه بانک شرق جدید و امکانات خود را به بانک نوپسادی به نام بانک شاهنشاهی ایران (Imperial Bank of Persia) فروخت.

پس از واگذاری امتیاز تأسیس بانک شاهی ایران به روتر یکی از اتباع روسیه به نام ژاک بولیاکوف پیشنهاد تأسیس بانک استقراضی ایران را داد. در سال ۱۲۶۹ شمسی موافقت گردید که اجازه تأسیس انجمن استقراضی ایران به مدت ۷۵ سال با حق انحصاری حراج عمومی به او داده شود و ضمناً از پرداخت هرگونه مالیاتی معاف گردید جز آنکه ۱۰٪ عواید حاصله را به خزانه دولت بپردازد. بعدها انجمن استقراضی ایران تبدیل به بانک استقراضی ایران گردید.

بانک سپه که اولین بانک ایرانی است، در چهاردهم اردیبهشت ماه سال ۱۳۰۴ در چند دکه واقع در گذر تقی خان با سرمایه اولیه به مبلغ ۳۸۸۳۹۵۰ ریال - که موجودی صندوق بارشستگی درجه داران ارتشی بود - تشکیل و شروع به فعالیت نمود.

سرانجام با بنیان گذاری بانک ملی ایران در سال ۱۳۰۹ خورشیدی، حق انحصاری نشر اسکناس به این بانک واگذار شد و بخش مهمی از سپرده های بانک شاهنشاهی نیز به این بانک جابجا شد. با این همه، بانک شاهنشاهی تا پایان دوره امتیاز ۶۰ ساله خود در سال ۱۳۲۷

خورشیدی، به کار بانکداری پرداخت و از آن پس با نام بانک ایران و انگلیس در خاورمیانه به کار خود ادامه داد.

از سال ۱۳۲۹ به بعد بانک‌های خصوصی ایران با استفاده از مقررات قانون تجارت و به صورت شرکت سهامی تأسیس و شروع به فعالیت بانکی نمودند. با لایحه قانونی بانک‌ها مصوب سال ۱۳۳۳ بانک‌های دیگری در ایران، به خصوص بانک‌های مختلط ایرانی و خارجی تأسیس شدند افزایش تعداد بانک‌ها در این دوره موجب ازدیاد رقابت بین بانک‌های قدیمی و جدیدالتأسیس شد.

فکر تدوین قانون جامع پولی و بانکی کشور و تأسیس بانک مرکزی ایران به منظور تنظیم حجم پول و اعتبار و حفظ ارزش پول و اجرای سیاست پولی و نظارت بر سیستم بانکی مورد توجه مقامات اقتصادی کشور قرار گرفت تا پس از گذشت ۷۴ سال از شروع فعالیت‌های بانکی در ایران بانک مرکزی در مرداد ماه سال ۱۳۳۹ تشکیل شد.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در تاریخ هفده خرداد ماه ۱۳۵۸ طبق مصوبه شورای انقلاب برای حفظ حقوق صاحبان سپرده و سرمایه‌های ملی و به کار انداختن چرخ‌های تولیدی کشور و تضمین بازپرداخت سپرده‌ها و پس‌اندازهای مردم در بانک‌ها، بانک‌های ایران ملی اعلام شد. در آن زمان این اقدام گام مؤثری در جهت حصول به استقلال اقتصادی و سیاسی و قطع وابستگی به سرمایه‌های خارجی بود.

در حال حاضر با گسترش شبکه بانکی کشور و ورود بانک‌های خصوصی به جرگه بانکداری کشور، خصوصی شدن برخی از بانک‌های صاحب‌نام و مطرح دولتی، فراهم شدن مقدمات کلی فعالیت بانک‌های خارجی در داخل کشور و لزوم آمادگی کامل برای رویارویی با شرایط جدید، توجه بیشتر به رقابتی‌تر شدن بانک‌ها امری اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد.

در سال‌های اخیر فضای کسب و کار بانک‌ها شاهد تغییر و تحولات عمده‌ای بوده‌است. پیشرفت روزافزون در عرصه علم و تکنولوژی، تغییرات در مسیر تولید و عرضه محصولات و خدمات و تحولات ناشی از جهانی شدن سبب گردیده تا بنگاه‌های اقتصادی توجه خود را بیش از پیش به نحوه رویارویی با فرصت‌ها و تهدیدهای این مسیر رو به رشد معطوف کنند.

امروزه بیش از گذشته بانک‌ها دریافته‌اند که رقابت از طریق ایجاد نوآوری‌های مستمر در خدمات و ساده‌سازی مراحل انجام کار امری محدود به زمان نیست، بلکه فرایندی مستمر و دائمی است.

بانک‌های موفق در جهان به عنوان یک نمونه از مؤسسات خدماتی نشان داده‌اند که این بانک‌ها ضمن بهره‌گیری از امتیازهای کوتاه‌مدت نوآوری، برنامه‌ای راهبردی برای نوسازی خود فراهم کرده‌اند. آن‌ها در سایه نوآوری‌های ابتکاری و برنامه‌های راهبردی دگرگونی، ساختار بانک خود را به بانکی منعطف در برابر نوآوری تغییر داده‌اند. در واقع سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی در شرایط جدید چاره‌ای ندارند جز اینکه عرضه کالا و خدمات خود را با شرایط جدید وفق دهند.

دغدغه مشتری داشتن مهم‌ترین عامل موفقیت هر سازمانی است و خدمت به او قدیمی‌ترین و در عین حال جدیدترین مسئله برای هر سازمانی است. هم اکنون بسیاری از شرکت‌های تولیدی و خدماتی نه تنها پشتیبانی و جلب رضایت مشتری را وظیفه اصلی خود می‌دانند بلکه به منظور حمایت از توسعه هر چه بیشتر تکنولوژی، سرمایه‌گذاری‌های لازم جهت انجام کارهای فرهنگی تبلیغاتی و به دست آوردن فن‌آوری‌های جدید را انجام می‌دهند تا از این طریق بتوانند ضمن مطرح کردن نام خود در سازمان‌ها و جامعه، خدمات‌رسانی بیشتری داشته باشند. به طوری که این سرمایه‌گذاری‌ها هم پشتوانه بزرگی برای شرکت‌های تولیدی و خدماتی محسوب شده و هم توسعه جامعه را سبب گردد.

در فضای رقابتی موجود مؤسسه‌ای موفق هستند که تشخیص دهند مشتری بزرگ‌ترین سرمایه آن‌ها بوده و همه حقوق و مزایای آن‌ها را می‌پردازد اما مشتری جایی می‌رود که به خواسته‌هایش به بهترین وجه توجه شود به طوری که در هر کسب و کاری، شما باید انتخاب اول مشتری باشید.

امروزه حمایت از مشتری در اکثر نقاط جهان از اهمیت خاصی برخوردار شده که با تغییر شیوه زندگی و گذر از زندگی سنتی به صنعتی و پیدایش ابزارهای مدرن ارتباطی، انتظارات و خواست‌های مشتری رو به فزونی نیز خواهد بود.

همزمان با رشد بازار اقتصاد اسلامی در کشورهای اسلامی و کشورهای غربی، بسیاری از بانک‌ها تلاش می‌کنند خدمات مالی و

اقتصادی خود را با موازین شریعت اسلام همسان کنند تا علاوه بر جذب مشتریان بیشتر بتوانند سهمی از این بازار در حال رشد را به خود اختصاص دهند.

به موازات افزایش درخواست بانک‌ها به منظور پیوستن به بازار مالی در حال توسعه اسلامی، بانکداری اسلامی نیز در سراسر جهان گسترش می‌یابد و این امر استفاده از تسهیلات بانکی و قوانین مالی شرع اسلام را آسان‌تر می‌کند.

بانکداری اسلامی اکنون به پدیده‌ای در حال رشد تبدیل شده و صنعت بانکداری اسلامی که بیش از سه دهه پیش آغاز به فعالیت کرده، رشد قابل توجهی داشته و توجه بسیاری از سرمایه‌گذاران و بانکداران سراسر دنیا را به خود جلب کرده است. بانکداری اسلامی یک استراتژی بازاریابی برای بانک‌هایی است که در پی ارائه خدمات به جمعیت عظیم مسلمانان ساکن در خارج از جهان اسلام است. علاوه بر این با توجه به اینکه موضوع محیط زیست مهم‌ترین فرایند هزاره سوم است تنها سازمان‌ها، نهادها و بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند در بازار رقابت باقی بمانند که شاخص‌های زیست محیطی را رعایت کرده باشند از همین رو بانک‌ها می‌توانند به عنوان یک سازمان دوست‌دار محیط زیست عمل کنند. اقتصاد سبز اهداف متعددی را دنبال می‌کند که ایجاد فرصت‌های شغلی و حل معضل فقر از جمله این اهداف است.

برخی از کارشناسان معتقدند که سرمایه‌گذاری در اقتصاد پاک، برای افزایش انگیزه‌های اقتصادی و اقدام علیه تغییرات آب و هوایی

راه حل بسیار خوبی است. در حال حاضر برخی از کشورهای توسعه یافته در مواجهه با فشار مضاعف ناشی از دو بحران مالی و تغییرات اقلیمی تصمیم گرفته اند برای خروج از رکود اقتصادی و ایجاد شرایط مناسب برای اشتغال زایی، به انرژی های تجدیدپذیر و اقتصاد پاک روی آورند. سرمایه گذاری و حمایت مالی از پروژه های سبز و تلاش برای ارائه محصولات و خدمات دوستدار محیط سبز از جمله راه هایی است که بانک ها می توانند برای حفاظت از محیط زیست پیشگام باشند. واضح است که در محیط رقابتی امروز با توجه به سرعت رشد فن آوری های جدید، جهانی شدن بازارها و تمرکز بنگاه های اقتصادی به بقاء، بانک ها و مؤسسات مالی برای بقاء چارهای جز نواندیشی و ابداع روش های جدید و کارآمد در ارائه محصولات خود ندارند.



همانگونه که قبلاً اشاره شد عصر حاضر شاهد پیشرفت روزافزون در عرصه علم و تکنولوژی و تغییرات در مسیر تولید و عرضه محصولات در خدمات است. رشد روزافزون فن آوری و تحولات مالی جهانی سبب می شود تا آنچه که دیروز جدید محسوب می شده و قادر بوده است سازمان و نهاد مالی را از بحران نجات دهد و به بازار رقابت بازگرداند امروز دیگر جدید به نظر نیاید.

کتاب حاضر با عنوان "بانکداری برتر در هزار سوم" در پنج فصل گردآوری شده است؛ چهار فصل این کتاب به مجموع مقالات مربوط به نوآوری، جلب رضایت مشتری، بانکداری اسلامی و محیط زیست که طی سه سال گذشته در نشریه بانک تجارت به چاپ رسیده

اختصاص یافته‌است. در این میان شاید مقاله‌ای در این مجموعه از این مقالات با توجه به تحولات اخیر جهانی و سرعت رشد تکنولوژی چندان به روز به نظر نرسد اما با توجه به اهمیت موضوع جهت آگاهی از اقدامات نوآورانه مؤسسات مالی برای ارائه خدمات برتر و بقاء در بازار رقابت در این کتاب گردآوری شده‌است. از سویی ارائه خدمات به مشتری از قدیمی‌ترین و در عین حال جدیدترین مسائلی است که هر مؤسسه مالی با آن رو به رو است و تأکید بر روش‌های جذب و حفظ مشتری در واقع تأکید بر دغدغه‌ای دیرینه و در عین حال جدید است. البته نباید از ابداع و نوآوری با توجه به نیازهای جامعه و تلاش برای بقاء در بازار رقابت جهانی هم غافل بود. توسعه بانکداری اسلامی و توجه به شاخص‌های زیست محیطی از جمله مواردی است که توجه بانک‌ها را بیش از پیش به خود معطوف کرده‌است.

فصل پنجم این کتاب تحت عنوان مآخذشناسی ارائه شده و هدف از این فصل معرفی عناوین فارسی و انگلیسی کتب بانکداری و همچنین سایت‌های ایرانی و غیر ایرانی مرتبط با مسایل بانکداری برای استفاده علاقمندان است.

منابع

- دهخدا، علی اکبر: لغت نامه دهخدا (جلد سوم). مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، ۱۳۷۷، تهران.
- ربیعی رودسری، منیژه: بانک و بانکداری در ایران، دفتر پژوهش های فرهنگی، ۱۳۸۵، تهران.
- سالاری، حسن: بانک و بانکداری، ۱۳۸۸، <http://www.aftab.ir>
- نعمتیان، حمیدرضا: پذیرش نوآوری در مؤسسات خدماتی، ماهنامه تدبیر (۱۴۸)، ۱۳۸۳، ص ۳۶-۳۳.
- هاشمی دیرج، عبدالرحیم: پول، ارز و بانکداری، حافظ اندیشه، ۱۳۸۶، اردبیل.