

مدیریت جذب سرمایه
رویکردی برای تامین منابع مالی در بانکها

تالیف

نیاز محمدی

انتشارات نویان

سرشناسه: محمدی، نیاز، ۱۳۶۴ -

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت جذب سرمایه، رویکردی برای تامین منابع مالی در بانک ها/تالیف نیاز محمدی.

مشخصات نشر: سنندج: نویان، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۱۶۵ ص: ۱۴/۲۱×۵/۵ س.م.

شابک: 978-600-7090-15-2: ۴۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: بانک و بانکداری -- ایران و سپرده های بانکی

موضوع: جذب سرمایه -- ایران، بانک و بانکداری - مدیریت و انتقال الکترونیکی وجوه

رده بندی کنگره: HG ۱۳۹۳۲۷۰ م۳/۲۶

رده بندی دیویی: ۳۳۲/۱۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۳۷۴۰۷۲۰

مدیریت جذب سرمایه، رویکردی برای تامین منابع مالی در بانک ها

مؤلف: نیاز محمدی

ناشر: نویان - سنندج

نوبت چاپ: اول-۱۳۹۳

تیراژ: ۱۰۰۰

قطع: رقعی ۱۲۵ ص

قیمت: ۴۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۹۰-۱۵-۲

فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۰	تعاریف نظری پول
۱۱	روش‌های تعریف پول
۱۵	صنعت بانکداری در ایران
۱۷	حجم پول در گردش کشور
۱۷	قدرت پول سازی بانک‌های تجاری
۱۸	ذخایر بانکی
۲۰	عوامل مؤثر در افزایش ذخایر نقدی بانک‌ها
۲۱	عوامل مؤثر در کاهش ذخایر نقدی بانک‌ها
۲۱	تجهیز منابع پولی و سپرده‌های بانکی
۲۲	انواع سپرده‌های بانکی
۲۳	تجهیز منابع در بانکداری سنتی
۲۴	تجهیز منابع در بانکداری اسلامی
۲۵	سپرده قرض الحسنه جاری
۲۶	سپرده قرض الحسنه پس‌انداز
۲۷	سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار (کوتاه مدت و بلند مدت)
۲۹	روش‌های جذب سپرده و عوامل مؤثر بر آن توسط سیستم بانکی
۳۱	عوامل مؤثر بر جذب منابع بانکی
۳۲	عوامل خدماتی
۳۲	کیفیت خدمات بانکی
۳۲	ویژگی‌های خدمات بانکی

۳۶	کیفیت و تعاریف آن
۳۸	مشخصات کیفیت از دیدگاه مشتری
۳۹	جایگاه کیفیت
۳۹	مفهوم کیفیت خدمات
۴۳	اهمیت کیفیت خدمات
۴۴	ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات در مدل سروکوال
۴۶	کیفیت خدمات و میزان رضایت مشتری
۴۷	تعهد نسبت به مشتری
۴۹	گشایش راه اعتماد متقابل بین مشتریان و بانک
۴۹	صمیمیت با مشتریان
۵۰	بانکداری بر اساس نیاز مشتریان
۵۱	ویژگی های کارکنان (خدمات)
۵۳	مهارت های تخصصی کارکنان
۵۳	خدمات بانکداری الکترونیکی
۵۳	بانکداری الکترونیک در ایران
۵۴	اجزای بانکداری الکترونیک در ایران
۵۶	مزایای بانکداری الکترونیکی
۵۸	ویژگی های بانکداری الکترونیک
۵۹	مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
۶۱	تاریخچه: CRM
۶۲	انواع فناوری CRM
۶۳	چالش های اجرایی CRM

- ۶۳ مزایای بکارگیری سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری
- ۶۴ چگونه CRM خود می‌تواند سود آور باشد؟
- ۶۴ دلایل حرکت سازمان‌ها به سوی سرمایه‌گذاری بر مدیریت ارتباط با مشتری
- ۶۵ تجارب سنتی بازاریابی در سازمان‌ها
- ۶۵ چارچوب گارتنر
- ۶۸ رضایت مشتری چیست؟
- ۶۸ رضایت مشتری چه اثری در کسب و کار یک عرضه‌کننده دارد؟
- ۶۹ اندازه‌گیری رضایت مشتری (CSM)
- ۷۲ الگوی فازی در مدیریت بازار
- ۷۳ همپوشی بازاریابی رابطه‌مند و مدیریت ارتباط با مشتری
- ۷۴ CRM پدیده‌ای فراپوش شده در نظام بانکی ایران
- ۷۵ سازمان مشتری مدار
- ۷۶ مدیر الکترونیک؛ یک الزام
- ۷۷ داده‌کاوی در مدیریت ارتباط با مشتری
- ۷۸ مهارت‌های مشتری‌مداری - باشگاهی که فروش شما را افزایش می‌دهد
- ۷۹ ارزیابی عملکرد سازمان - رویکرد استراتژیک
- ۸۰ بازاریابی الکترونیک: برقراری ارتباط با مشتریان
- ۸۱ پنج اصل برای موفقیت Crm
- ۸۲ رمز موفقیت در تجارت الکترونیک
- ۸۲ روش‌های نوین مشتری‌مداری و بازاریابی علمی در بانکداری ایران
- ۸۳ پیام CRM ها: بدون مشتری هرگز!
- ۸۴ بخش‌بندی بازار (Market Segmentation)

- ۸۴ تحولات و دستاوردهای بازاریابی در محیط الکترونیکی
- ۸۵ آشنایی با سیستم مدیریت کیفیت
- ۸۷ هشت روش برای بهبود خدمات به مشتریان
- ۸۸ سنجش مشتری
- ۸۸ قانون طلایی مشتری مداری "همیشه حق با مشتری است"
- ۸۹ رضایت مشتری
- ۹۰ مفهوم رضایت مشتری
- ۹۲ فلسفه به حداکثر رساندن رضایت مشتری برد برد
- ۹۴ روش های اندازه گیری رضایت مشتری
- ۹۵ مدل های اندازه گیری رضایت مشتری
- ۱۰۰ شاخص رضایت مشتری
- ۱۰۸ عوامل مالی
- ۱۰۸ تسهیلات پرداختی
- ۱۰۹ عوامل مؤثر بر تسهیلات بانکی
- ۱۱۰ نرخ سود پرداختی به سپرده ها
- ۱۱۰ نرخ سود سپرده های بانکی
- ۱۱۳ پیامدهای تغییر آشکار یا پنهان نرخ بهره بانکی
- ۱۱۵ عوامل مؤثر بر تعیین نرخ سود در اقتصاد ایران
- ۱۱۸ مزایای کاهش نرخ سود بانکی
- ۱۱۹ معایب کاهش نرخ سود بانکی
- ۱۲۰ تأثیرات مورد انتظار کاهش نرخهای سود بانکی به اقتصاد کشور
- ۱۲۵ نرخ سود سپرده های بانکی و نرخ بهره بازار

مقدمه

وظایف بانکداری در نظام اسلامی شبیه نظام بانکداری سنتی است، ولی به هر حال باید احکام شرعی رعایت شود. یکی از ویژگی‌های نظام اقتصاد اسلامی، حذف عملیات ربوی به عنوان مکانیسمی برای تخصیص منابع مالی و اتکا به تسهیم سود است. (جمشیدی، ۱۳۹۱)

رشد و شکوفایی یا رکود ساختار اقتصادی کشورها با طرز کار مؤسسات بانکی ارتباط نزدیک دارد، سرمایه موجود در بانک‌ها منبع اصلی خرید محصولات و خدمات است و وام‌های اعطایی آن‌ها، منبع ایجاد اعتبار برای تمام واحدهای اقتصادی است؛ بنابراین فعالیت در زمینه جذب سپرده‌های بیشتر، موجب می‌شود که مدیریت بانک‌ها با بکار گرفتن اصولی آن، از طریق اعطای تسهیلات و انجام سرمایه‌گذاری بهینه در زمینه‌های مختلف ایجاد درآمد نمایند. بدین دلیل موضوع سپرده اصلی‌ترین و یکی از مهم‌ترین عوامل وجودی بانک به شمار می‌رود و توسعه یک بانک در درجه اول بستگی به افزایش و حجم سپرده‌های آن دارد. خط‌مشی‌هایی که مدیریت عالی بانک‌ها در مورد سپرده‌ها تنظیم می‌کنند در مقایسه با سایر وظایف برای سلامت، رشد و توسعه بانک در حال حاضر و در آینده از جمله مهم‌ترین وظایف محسوب می‌شود. لذا در جامعه ما بانک‌ها نیز باید به جدیدترین دستاوردهای علمی مجهز شده و با شکوفایی استعدادهای صحیح کارکنان، ضمن برآوردن انتظارات مشتریان و جذب سپرده‌های آنان به حداکثر بهره‌وری بهینه دست یابند.

در حال حاضر توجه به مشتری در بخش خدمات شتاب رو به گسترش دارد. در همین راستا بیشتر سازمان‌ها به گونه‌ای عمل می‌کنند که خدمات‌شان برای مشتریان دارای ارزش بوده و همین امر موجب پیروزی چشمگیر آن‌ها می‌شود. در دنیای رقابت مشتری

هیچ گاه به سازمان وابسته نیست، بلکه سازمان وابسته به اوست؛ مشتری مانع کار سازمان نیست، بلکه هدف نهایی سازمان است. بانک با خدمت به او در حق وی لطفی نکرده است، بلکه او با در اختیار گذاشتن چنین فرصتی به سازمان عنایت دارد. مشتری کسی است که خواسته های خود را به سازمان و بانک ارمغان می آورد. وظیفه بانک نیز این است که این خواسته ها را سودمندانه پاسخ دهد. (علی زاده، ۱۳۸۴)

مطلبی که در بازاریابی اهمیت دارد حفظ مشتری است و امر بازاریابی در شعب خیلی حساس است، بخصوص در جایی که نقطه تماس با مشتری است. لذا برخورد کارکنان پشت بوجه با مشتریان از حساسیت بالایی برخوردار است. (حسینی، ۱۳۸۱)

تعاریف نظری پول

برای تعریف پول و اندازه گیری دقیق آن یک توافق کلی بین اقتصاددانان وجود ندارد زیرا در یک اقتصاد پولی چهار وظیفه حاصل می گردد که هر یک از این وظایف با درجات متفاوت به وسیله انواع دارایی ها قابل پاسخگویی است. پول فقط یکی از دارایی های مالی است. (فرجی، ۱۳۹۰)

کميجانی (۱۳۹۰) معتقد است بر اساس دیدگاه های نظری، تعریف پول بر اساس ماهیت آن استوار است. در این روش بر خصوصیتی که پول را از کالاهای دیگر مشخص می کند تأکید شده که همان وظایف و عملکرد آن است. به این ترتیب تعاریف پول در قالب تعریف وظیفه ای از پول مطرح می گردد و در جواب این سؤال که پول چیست و وظایف آن کدام است؟ به زعم کميجانی چنین باید گفت: واسطه مبادله و وسیله معامله بین عاملان اقتصادی، معیار سنجش ارزش ها و ذخیره ارزش بودن پول است که آن را از سایر کالاها جدا می کند.

دو وظیفه اول که به مفهوم جاری بودن پول اشاره می‌کند، وظیفه ارزش پول می‌باشد که کالاهای دیگر این وظیفه را به عهده ندارند و این مهم مختص پول است. قابل ذکر می‌باشد که وظیفه سوم آن به پول مفهوم انباره می‌بخشد که در نظام‌هایی که اساس عملیات پولی و بانکی آن‌ها بر حذف بهره قرار دارد بسیار بحث‌انگیز بوده است. ماجدی و گلریز (۱۳۷۷) وظایف پول را بدین شرح عنوان می‌کنند:

۱- پول به عنوان وسیله مبادله.

۲- پول به عنوان معیار سنجش ارزش‌ها.

۳- پول به عنوان وسیله حفظ ارزش.

وایچ (ذکر شده در فرجی، ۱۳۹۰) خاطر نشان می‌سازد که به طور کلی سه روش مهم برای تعریف پول وجود دارد، یکی روش معاملاتی یا روش مرسوم است که تأکید بر نقش پول به عنوان یک واسطه مبادله دارد. دوم روش شیکاگو یا روش نقدینگی است که تأکیدش بر نقش پول به عنوان یک ذخیره ارزش است و بالاخره روش سوم روش گورلی و شا می‌باشد که کلیه جانشین‌های نزدیک پول را به عنوان پرداخت پول تلقی می‌کند.

روش‌های تعریف پول

روش معاملاتی

فرجی (۱۳۹۰) معتقد است که این روش قدیمی‌ترین روش برای تعریف پول شناخته شده است. در این روش برای اندازه‌گیری پول بر وظیفه پول به عنوان یک واسطه مبادله تأکید می‌گردد؛ زیرا این روش بهترین وظیفه پول در جامعه را، نقش آن به عنوان واسطه مبادله می‌داند. طرفداران این روش ادعا دارند که وجود پول تنها به عنوان وسیله پرداخت

برای کالاها و خدمات دیگر پذیرفته شده است. در نتیجه به زعم فرجی هر چیزی که بتواند در اقتصاد نقش واسطه مبادله را بازی کند به عنوان پول تلقی می شود.

گراور (ذکر شده در فرجی، ۱۳۹۰) می گوید که پول هر چیزی است که به طور کلی به عنوان واسطه مبادله پذیرفته شده باشد و در عین حال بتواند به عنوان معیار سنجش و ذخیره ارزش عمل نماید. رابرتسون (به نقل از فرجی، ۱۳۹۰) پول را هر چیزی که به طور رسمی به منظور پرداخت برای کالاها یا دیگر انواع تعهدات تجاری پذیرفته شود، تعریف می کند؛ بنابراین اگر چیزهایی که تصور می شود پول باشند (نظیر اسکناس) نتوانند به منظور ادای تعهدات پذیرفته شوند، در این صورت نتوانسته اند وظیفه شان را به عنوان پول انجام دهند.

فرجی (۱۳۹۰) پول به عنوان وسیله مبادله در واقع دو وظیفه را انجام می دهد، یکی وسیله سنجش ارزش در مبادلات اقتصادی و دیگر عامل اصلی پرداخت در داد و ستدها. در هر حال اگر پول بر پایه وظیفه آن به عنوان واسطه مبادله تعریف شود، کل ذخیره پول یک جامعه شامل چیزهایی می شود که به عنوان وسیله پرداخت پذیرفته می شود. این تعریف پول فقط شامل سکه و اسکناس در دست مردم و سپرده های جاری یا دیداری در بانک های تجاری بوده و کل عرضه پول را تشکیل می دهد؛ بنابراین تعریف سپرده های مدت دار و پس انداز در بانک ها را در بر نمی گیرد. علت آنکه سپرده های غیر دیداری جزء تعریف محسوب نمی شود آن است که این نوع سپرده ها بیش از آنکه بتوانند هزینه شوند، می بایستی به یکی از انواع سکه و اسکناس و یا سپرده های جاری تبدیل شوند.

کمیجانی (۱۳۹۰) معتقد است که براساس تعریف معاملاتی پول که به تعریف محدود پول یا m_1 معروف است، حجم پول کشور شامل دارایی هایی است که از نظر مردم به عنوان وسیله پرداخت پذیرفته شده باشد، بنابراین:

(سپرده‌ای دیداری)¹ + D + (اسکناس و مسکوک در گردش $m_1 = C^2$ (حجم پول کشور).

روش نقدینگی

این روش به نظریات پولی میلتن فریدمن و شاگردانش نظیر دیوید میزلمن، فیلیپ کی گان از دانشگاه شیکاگو مربوط می‌شود. اقتصاددانان شیکاگو تعریف وسیع‌تری از پول را با توجه به لحاظ نمودن وظایف بیشتری برای آن، ارائه می‌کنند. (فرجی، ۱۳۹۰)

فرجی (۱۳۹۰) عنوان می‌کند که استدلال آن‌ها چنین است که چون در اقتصاد پولی، جریان‌های درآمد و مخارج به طور کامل با هم اتفاق نمی‌افتد، لذا برای اینکه پول بتواند واسطه مبادله‌ای خودش را انجام دهد، می‌بایستی به طور موقت بتواند امکان ذخیره ارزش را نیز داشته باشد. در هر حال، پول می‌تواند نقش خود را به عنوان ذخیره ارزش با نگهداری آن به شکل سکه و اسکناس و یا حساب جاری در بانک‌های تجاری و با دیگر اشکال دارایی که به سکه و اسکناس قابل تبدیل می‌باشند، انجام دهد.

بنابراین همانطور که ملاحظه می‌شود، این روش تأکید بر وظیفه پول به عنوان یک ذخیره ارزش دارد و نقش پول را به عنوان وسیله مبادله نادیده می‌گیرد. در نتیجه، این روش دلالت بر آن دارد که پول از نظر کیفی تفاوتی با دیگر دارایی‌ها ندارد، زیرا نقدینگی خاصیت همه دارایی‌ها، با درجات متفاوت است. لذا در این روش حجم نقدینگی برابر است با:

$$m_2 = m_1 + \text{شبه پول}$$

و شبه پول شامل سپرده‌های قرض الحسنه پس‌انداز، سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار و سپرده‌های متفرقه (پیش پرداخت اعتبارات اسنادی، سپرده‌های ضمانت‌نامه‌ها، پیش

¹ Demand Deposit

² Carreny

پرداخت بابت معاملات و وجوه صندوق بازنشستگی و پس انداز کارکنان بانک ها می باشد.

روش گورلی و شا

براساس این روش که به پروفسور گورلی و پروفسور شا نسبت داده می شود، سکه و اسکناس در جریان و نیز سپرده های جاری تنها نمونه از تعهدات بسیار زیاد واسطه های مالی می باشند. (فرجی، ۱۳۹۰)

براساس نظریه گورلی و شا (به نقل از فرجی، ۱۳۹۰) طیف وسیعی از دارایی های مالی وجود دارد که جانشین های نزدیکی برای پول هستند. آنها تأکید دارند که یک رابطه جانشینی نزدیکی بین سکه و اسکناس، سپرده های جاری و سپرده های مدت دار در بانک های تجاری، سپرده های پس انداز در بانک ها و مؤسسات اعتباری، سهام، اوراق قرضه دولتی و غیره، یعنی آنچه که به وسیله مردم به عنوان ذخیره ارزش نقد (نقد شونده) تلقی می شود، وجود دارد.

بنابراین دو روش شیکاگو و گورلی و شا، پول را به عنوان وسیله پرداخت تلقی می کنند، لذا کلیه دارایی هایی که جانشین نزدیکی برای این منظور (وسیله پرداخت) هستند، پول می باشند؛ اما با وجود شباهتی که بین این دو روش وجود دارد، از نظر تجزیه و تحلیل با هم متفاوت هستند، زیرا روش گورلی و شا دارایی های مالی زیادتر و اصولاً کلیه سپرده ها و تعهدات واسطه های مالی را به عنوان جانشین نزدیک برای وسیله پرداخت مورد توجه قرار می دهند.