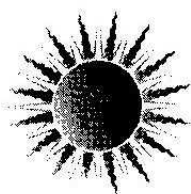


**بررسی عملکرد بانک ملت بعد از
خصوصی سازی با استفاده از کارت امتیازی**

متوازن

تألیف

مریم داله مائین



انتشارات آلامتو

سروشنامه: لاله ماژین، مریم، ۱۳۶۳ -

عنوان و نام پدیدآور: بررسی عملکرد بانک ملت بعد از خصوصی سازی با استفاده از کارت امتیازی متوازن/ تالیف مریم لاله ماژین؛ ویراستار حمدالله خورانی.

مشخصات نشر: ایلام: آلامتو، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۵۴ ص.: جدول؛ ۲۲×۲۹ سم.

شابک: ۵۰۰۰۰۰ ریال ۹۷۸-۹۲۲-۹۵۵۷۵-۲-۵ :

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: بانک ملت -- ارزشیابی

موضوع: بانکداری خصوصی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Free banking -- Iran -- Case studies

موضوع: بانک و بانکداری -- ایران -- ارزشیابی -- نمونه پژوهی

موضوع: Banks and banking -- Iran -- Evaluation -- Case studies

موضوع: خصوصی سازی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Privatization -- Iran -- Case studies

موضوع: کارت امتیازی متوازن (مدیریت) -- ایران

موضوع: Balanced scorecard (Management) -- Iran

موضوع: برنامه ریزی راهبردی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Strategic planning -- Iran -- Case studies

موضوع: بانکداری اینترنتی -- ایران -- نمونه پژوهی

موضوع: Internet banking -- Iran -- Case studies

رده بندی کنگره: HD۵۸/۹۳

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۱۲

شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۶۶۶۶۸



بررسی عملکرد بانک ملت بعد از خصوصی سازی با استفاده از کارت امتیازی متوازن

✓ ناشر: آلامتو

✓ ویراستار: حمدالله خورانی

✓ مؤلف: مریم لاله ماژین

✓ قیمت: ۲۵,۰۰۰ تومان

✓ نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

✓ شمارگان: ۱,۰۰۰

نشانی ناشر:

ایلام، میدان انقلاب، به مدیریت: شمس اله کاظمی، شماره تماس: ۰۹۱۸۳۴۳۷۲۲۱

Email: kazemi.shams@yahoo.com

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه	۱۲
۱-۲- بیان مسئله	۱۳
۱-۳- اهمیت و ضرورت انجام تحقیق	۱۵
۱-۴- اهداف تحقیق	۱۵
۱-۵- استفاده کنندگان تحقیق	۱۵
۱-۶- فرضیات محقق	۱۶
فرضیه اصلی	۱۶
فرضیات فرعی	۱۶
۱-۷- روش انجام تحقیق	۱۶
۱-۸- متغیرهای پژوهش	۱۷
۱-۸-۱- کارت امتیازات متوازن	۱۷
۱-۸-۲- خصوصی سازی	۱۸
۱-۸-۳- بانک ملت	۱۸
۱-۸-۴- عملکرد	۱۸
۱-۹- روش گردآوری اطلاعات	۱۹
۱-۱۰- قلمرو پژوهش	۱۹
۱-۱۰-۱- قلمرو موضوعی	۱۹
۱-۱۰-۲- قلمرو مکانی	۱۹
۱-۱۰-۳- قلمرو زمانی	۱۹
۱-۱۱- واژگان و اصطلاحات کلیدی	۱۹
۱-۱۱-۱- عملکرد	۱۹
۱-۱۱-۲- کارت امتیازی متوازن	۲۰

۳-۱۱-۱- معیار مالی	۲۰
۴-۱۱-۱- معیار فرایند داخلی	۲۰
۵-۱۱-۱- معیار مشتری	۲۰
۶-۱۱-۱- معیار رشد و یادگیری	۲۱
۷-۱۱-۱- بانک	۲۱
۸-۱۱-۱- کارکنان	۲۱
۱۲-۱- ساختار پژوهش	۲۱
۱۳-۱- محدودیت‌های پژوهش	۲۱
فصل دوم: ادبیات و پیشینه پژوهش	
۱-۲- مقدمه	۲۴
۲-۲- برخی شاخص‌های ارزیابی عملکرد	۲۶
شاخص‌های نقدبستگی	۲۶
شاخص‌های سودآوری	۲۷
شاخص‌های مالکیت	۲۸
۳-۲- حوزه‌های ارزیابی عملکرد	۳۲
۴-۲- مدل‌های ارزیابی عملکرد	۳۲
۵-۲- کارت امتیازی متوازن	۳۳
۶-۲- تاریخچه کارت امتیازی متوازن	۳۴
۷-۲- تعاریف کارت ارزیابی متوازن	۳۵
۸-۲- چگونگی شکل‌گیری (BSC)	۳۵
۹-۲- چهار منظر موردنظر در BSC	۳۷
۲- منظر فرایندهای داخلی	۳۸
۳- منظر مشتری	۳۹

۴۱	۴- منظر رشد و یادگیری
۴۴	۲-۱۰- فرایند ایجاد ارزیابی متوازن
۴۴	مرحله اول: ارزیابی عوامل تأثیرگذار بر سازمان
۴۵	مرحله دوم: تجزیه و تحلیل نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها
۴۵	- تعیین استراتژی
۴۵	- قدم سوم: تعیین اهداف عملیاتی
۴۶	- قدم چهارم: تعیین شبکه ارتباطی
۴۶	- قدم پنجم: تعیین شاخص‌ها
۴۷	- قدم ششم: تعیین برنامه
۴۷	- قدم هفتم: یکپارچه‌سازی آنچه تاکنون یاد شده است
۴۷	- قدم هشتم: ارزیابی و ارائه بازخورد
۴۷	۲-۱۱- شاخص‌های بهره‌وری و ارزیابی عملکرد با رویکرد BSC
۴۷	شاخص‌های منظر مالی
۴۸	شاخص‌های منظر مشتری
۴۹	شاخص‌های منظر فرایند داخلی
۴۹	شاخص‌های منظر رشد و یادگیری
۵۰	۲-۱۲- ویژگی‌های کارت امتیازی متوازن
۵۱	BSC در ۵ حوزه‌ی ذیل کاربرد اساسی دارد
۵۲	۲-۱۳- واحد سازمانی متقاضی اجرای کارت امتیازی متوازن
۵۳	۲-۱۴- شرکت‌های نمونه که مجری کارت امتیازی متوازن بوده‌اند
۵۵	۲-۱۵- مزایای BSC برای سازمان‌های دولتی
۵۷	۲-۱۷- جایگاه کارت امتیازی متوازن در برنامه‌ریزی استراتژیک
۵۷	دلایل عدم اجرای استراتژی‌های تدوین‌شده در سازمان

۱- عدم مشارکت کارکنان در فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت	۵۸
۲- موانع مدیریتی	۵۸
۳- موانع عملیاتی	۵۸
۴- موانع کارکنان	۵۹
۱۸-۲- تأکید مدل کسب امتیازات متوازن	۵۹
- چالش‌های اجرایی	۵۹
- چالش‌های ساختاری	۵۹
- چالش‌های فرهنگی	۶۰
۱۹-۲- بانک ملت	۶۰
۲۰-۲- تعاریف و مفاهیم خصوصی‌سازی	۶۳
۲۱-۲- تاریخچه خصوصی‌سازی	۶۶
۱-۲۲-۲- تاریخچه خصوصی‌سازی در کشورهای صنعتی	۶۶
۲-۲۲-۲- تاریخچه خصوصی‌سازی در کشورهای در حال توسعه	۶۷
۲۲-۲- اهداف خصوصی‌سازی	۶۹
۲۳-۲- روش‌های خصوصی‌سازی	۷۲
۱- خصوصی‌سازی کلی	۷۲
۲- خصوصی‌سازی جزئی	۷۲
۱-۲۳-۲- روش‌های خصوصی‌سازی اساسی	۷۳
۱- خصوصی‌سازی از طریق فروش سهام به عموم مردم	۷۳
۲- خصوصی‌سازی از طریق فروش سهام به سرمایه‌گذاران خصوصی	۷۴
۳- خصوصی‌سازی به روش خرید مدیریت	۷۵
۵- خصوصی‌سازی از طریق پدیده به اصطلاح فروش بلوکی	۷۶

۶- خصوصی سازی از طریق فروش دارایی های فردی خصوصی شده.....	۷۷
۷- خصوصی سازی از طریق بازگرداندن به مالکان قبلی.....	۷۷
۸- خصوصی سازی از طریق کوپن (خصوصی سازی کوپنی).....	۷۷
۹- خصوصی سازی از طریق تجدید ساختار.....	۷۸
۱۰- روش فروش مختلط.....	۷۹
۱۱- سرمایه گذاری جدید بخش خصوصی در واحدهای دولتی.....	۷۹
۲-۲۳- روش سوم سازی جزئی یا خصوصی سازی بدون واگذاری مالکیت.....	۷۹
۱- قرارداد مدیریت.....	۷۹
۲- اجاره دادن.....	۸۰
۲-۲۴- خصوصی سازی در جهان.....	۸۰
۲-۲۵- مخالفان خصوصی سازی.....	۸۲
۲-۲۶- خصوصی سازی در ایران.....	۸۶
۲-۲۷- درآمدی بر خصوصی سازی بانک ها.....	۸۸
۲-۲۸- پیشیازهای خصوصی سازی بانک ها.....	۹۱
۲-۲۹- خصوصی سازی بانکی و قیاس آن با بانکداری دولتی.....	۹۲
۲-۳۰- موانع خصوصی سازی در ایران.....	۹۵
۲-۳۱- مطالعات انجام شده در داخل و خارج کشور.....	۱۰۱

فصل سوم: روش پژوهش

۳-۱- مقدمه.....	۱۰۸
۳-۲- فرضیات تحقیق.....	۱۰۸
به منظور پاسخگویی به سؤالات تحقیق فرضیات زیر جهت آزمون تدوین شده است.....	۱۰۸
۳-۲-۱- فرضیه اصلی.....	۱۰۸

۱۰۸	۳-۲-۲- فرضیات فرعی
۱۰۹	۳-۳- روش پژوهش
۱۰۹	۳-۴- جامعه آماری و نمونه آماری
۱۱۰	۳-۵- ابزار و روش جمع‌آوری داده‌ها
۱۱۰	۳-۶- قابلیت اطمینان و اعتبار پرسشنامه
۱۱۰	قابلیت اطمینان و اعتبار پرسشنامه شامل
۱۱۰	الف: آزمون روایی (قابلیت اعتبار) پرسشنامه
۱۱۱	ب: آزمون پایایی (قابلیت اطمینان) پرسشنامه
۱۱۳	۳-۷- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۱۳	۳-۸- تصمیم‌گیری

فصل چهارم: شرح تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱۱۵	۴-۱- مقدمه
۱۱۵	۴-۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه (تجزیه و تحلیل توصیفی)
۱۱۶	۴-۲-۱- جمعیت مورد مطالعه از نظر جنسیت
۱۱۶	۴-۲-۲- جمعیت مورد مطالعه از نظر سن
۱۱۷	۴-۲-۳- جمعیت مورد مطالعه از نظر تحصیل
۱۱۸	۴-۲-۴- جمعیت مورد مطالعه از نظر وضعیت تخصص آن‌ها
۱۱۹	۴-۲-۵- جمعیت مورد مطالعه از نظر سابقه کار
۱۲۰	۴-۳- آزمون فرضیه‌های تحقیق
۱۲۱	۴-۴- بررسی نرمال بودن مشاهدات
۱۲۳	۴-۵- نتایج آزمون فرضیه اول
۱۲۵	۴-۶- نتایج آزمون فرضیه دوم

سیاست واگذاری فعالیت‌های اقتصادی دولت به بخش خصوصی و محدود کردن حوزه فعالیت دولت و بخش دولتی در دو دهه اخیر در جهان رواج بی‌سابقه‌ای یافته است و امروز کم‌وبیش در کلیه کشورهای جهان چه پیشرفته و چه در حال توسعه، در ابعاد گسترده‌ای به مرحله اجرا درآمده است. این حرکت که در واقع در جهت بازگرداندن فعالیت‌های دولتی شده به بخش خصوصی صورت می‌پذیرد، می‌تواند تحولانی بنیادین در نحوه و ماهیت حرکت‌های اقتصادی به وجود آورد.

بانک‌ها و سازمان‌های امروزی به‌خوبی دریافته‌اند که تقریباً ۸۰ درصد ارزش افزایی آن‌ها از طریق دارایی‌های نامشهودشان شامل سرمایه‌های انسانی (دانش و مهارت‌های کارکنان)، سرمایه‌های سازمانی (فرهنگ سازمان و ارزش‌های حاکم بر آن) و سرمایه‌های اطلاعاتی (منابع اطلاعاتی و داده‌ها) ایجاد می‌شود و دیگر نمی‌توانند صرفاً با اتکا به دارایی‌های مشهود، ارزیابی عملکرد و در پی آن مدیریت انجام دهند.

این تحقیق به عملکرد بانک ملت در استان ایلام بعد از خصوصی‌سازی از دیدگاه رشد و یادگیری که شامل: تحقیق و توسعه، توانایی و رضایت کارکنان، فناوری اطلاعات و ارتباطات و دیدگاه مشتری بازار که شامل: رضایت و سودآوری مشتریان، جذب مشتریان جدید، نگهداری مشتریان و دیدگاه مالی که شامل: مدیریت هزینه‌ها، کارگیری دارایی‌ها و سهم بازار می‌پردازد و نتایج بعد از خصوصی‌سازی را آشکار می‌سازد. در این تحقیق از روش کارت امتیازات متوازن برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است و سطوح مختلف مدیریت و کارشناسان بانک ملت در استان ایلام بعد از خصوصی‌سازی را مورد مطالعه قرار دادیم و بر اساس جدول مورگان حدود ۱۲۰ نفر را به عنوان نمونه انتخاب شدیم و در نهایت به این نتیجه رسیدیم که شاخص رضایت مشتریان، کارایی بی‌بانک، شاخص یادگیری و همچنین شاخص فرایند داخلی بانک ملت استان بعد از خصوصی‌سازی افزایش یافته است.