

بانکداری اختصاصی و مدیریت ثروت (از تئوری تا عمل)

مؤلف: دکتر علیرضا بحیرایی

www.ketab.ir

مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران

۱۴۰۰

سرشناسه	: بحیرایی، علیرضا، ۱۳۶۰-
عنوان و نام پدیدآور	: بانکداری اختصاصی و مدیریت ثروت (از تئوری تا عمل)/مؤلف: علیرضا بحیرایی.
مشخصات نشر	: تهران مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۸ ص.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۶۲۳۹-۲۴-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بانک‌های خصوصی
موضوع	: Private Banks :
موضوع	: ثروت — مدیریت
موضوع	: Wealth- Management :
موضوع	: بانک و بانکداری — خدمات مشتری
موضوع	: Banks and banking - Customer Services :
شناسه افزوده	: مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران
رده‌بندی کنگره	: H۶۲۹۷۸ :
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۲/۲۲۳ :
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۵۴۳۱۱۱ :
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

عنوان: بانکداری اختصاصی و مدیریت ثروت (از تئوری تا عمل)

مؤلف: علیرضا بحیرایی

ناشر: مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۰

شمارگان: ۲۵۰ جلد

نظارت بر چاپ: انتشارات الوند پویا

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۲۳۹-۲۷۴-۱

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

قیمت: ۸۳۰,۰۰۰ ریال

صنعت بانکداری یکی از با اهمیت‌ترین بخش‌های اقتصاد کشور است که با ساماندهی و مدیریت مناسب می‌تواند زمینه رشد و شکوفایی اقتصادی را فراهم آورد. ارائه خدمات مدیریت ثروت در قالب بانکداری اختصاصی یکی از مدل‌های نوین کسب و کار بانکی است. شرکت‌های فعال در صنعت مدیریت ثروت از جمله بانک‌ها، از دیرباز در پی این بوده‌اند تا در ازای اخذ کارمزد به مشتریان با ارزش خالص بالا خدمات منحصر به فرد و متنوعی در زمینه مدیریت ثروت؛ با هدف حفظ، توسعه و انتقال ثروت آن‌ها به نسل بعد ارائه دهند. افراد ثروتمند نیز به دلیل درگیری‌های شغلی و حرفه‌ای خود یا ناآشنا بودن با مسائل مالی به مشاوران و متخصصان مالی نیاز دارند تا ثروت آن‌ها را مدیریت نموده و زمینه رشد آن را فراهم نمایند.

بانکداری اختصاصی با سیستم بانکداری خرد متفاوت است و مهم‌ترین نکته این تفاوت ارائه خدمات مدیریت ثروت به مشتریان بزرگ است. از طرفی با توجه به شکل این کسب و کار، منبع اصلی درآمدزایی در آن برآسازش برآمدهای کارمزدی است. بانکداری اختصاصی تنها ارائه خدمات خاص به برخی از مشتریان ویژه نیست. بانکداری اختصاصی تعاریف، ساختار و فرایندهای خاصی دارد که می‌بایست در طراحی و پیاده‌سازی آن مدنظر قرار بگیرد. علیرغم اینکه نظام بانکی کشور با استناد به جایگاه و دانش نیروهای متخصص خود جزو صنایع پیشرفته و به روز کشور محسوب می‌شود، اما بانکداری اختصاصی همچنان در ایران ناشناخته بوده و تنها اندکی از بانک‌های کشور، به سمت آن حرکت کرده‌اند.

موضوع بانکداری اختصاصی در ایران در حد نظری و یک موضوع بکر مطرح بوده و هنوز به صورت جدی و گسترده توسط مراکز پژوهشی و بانک‌ها مورد توجه قرار نگرفته است. اگر چه این خدمات در بسیاری از بانک‌های معتبر جهان ارائه می‌شوند ولی در برخی از کشورها از جمله ایران، هنوز به خوبی شناخته شده نیستند و در حال حاضر در ایران هسته اصلی بانکداری اختصاصی یعنی ارائه خدمات مدیریت ثروت به دلایلی فراموش شده و بانک‌های ایرانی به ارائه خدمات مدیریت ثروت و اخذ کارمزد در قبال اینگونه خدمات نمی‌پردازند و درآمد حاصل از این کسب و کار در بانک‌های ایران پایین است. در وضعیت فعلی مشتریان ثروتمند بانک‌ها، گران‌ترین مشتریان بانکی هستند و بانکداران به صورت سنتی صرفاً به دنبال این هستند که منابع مشتریان ثروتمند را در ازای هزینه‌های بالا در قالب نرخ سود ترجیحی بر روی سپرده‌هایشان و یا ارائه

خدمات رایگان مالی و غیرمالی صرفاً در بانک حفظ کنند. علاوه بر این هزینه‌های زیادی نیز برای ارائه خدمات رایگان به این گروه از مشتریان صرف می‌شود. بنا بر آمار بودجه مصرف شده در زمینه بانکداری اختصاصی براساس اعلام مدیران بانکداری اختصاصی در ۵ بانک خصوصی ایرانی، طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۸ به‌طور متوسط سالانه در حدود ۶۰ میلیارد ریال در هر بانک و بدون کسب درآمد مستقیم در این حوزه هزینه شده و درآمدزایی در این زمینه، به استثنای تجربه محدود و توسعه نیافته یکی از بانک‌های خصوصی، در باقی بانک‌ها صفر بوده است.

در اواخر قرن بیستم مقوله بانکداری اختصاصی و مدیریت ثروت یکی از موضوعات کلیدی و مورد علاقه صنعت خدمات پولی و مالی بوده و این حوزه بسیار سودآور به سرعت در حال رشد و گسترش می‌باشد. در واقع از سال ۲۰۰۰ میلادی به بعد کمتر بانکی در سطح برتر بین‌المللی را می‌توان یافت که به این مهم نپرداخته باشد. اعضا هیأت‌مدیره و مدیران بانکداری اختصاصی در بانک‌های کشورهای با رشد اقتصادی بالا و بازارهای پر رونق مالی توانستند با شروع فعالیت در این حوزه به موفقیت شگرفی برای مشتریان و بانک‌های خود دست یابند.

در آن برهه تا حدودی نیاز جدی و عمیقی به استراتژی‌های مشخصی وجود نداشت و محصولات و خدمات بانکداری اختصاصی به‌صورت غیردقیق در قالب ساختار غیرمنسجم به مشتریان ارائه می‌گردید، ولی با این حال بانکداری اختصاصی سود و درآمدهای سرشاری را به بانک‌ها سرازیر کرد. پس از آن، نوسانات شدید بازارهای مالی برای چند سال مدیران بانکداری اختصاصی را در معرض تغییرات بازارهای مالی جهانی قرار داد و بسیاری بر این باور شدند که عوامل و عملکردهای تلفیقی بر علیه منافع آنهاست و برای مدتی مدیریت ثروت جذابیت خود را در میان مدیران بانکی از دست داد. ولی امروزه با بهبود بازارهای مالی و پیدایش روش‌های نوین محاسباتی، بانکداری اختصاصی مجدد جذابیت خود را بازیافته و ابتکارات برای رشد این مهم در صدر اولویت‌های مدیران بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری قرار گرفته است. امروزه برای بانک‌ها هر روزه موضوع رشد درآمد و توسعه مدل‌های کسب و کار جدید آشکارتر می‌شود و استراتژی‌های مدیران بانکداری اختصاصی در حال تغییر است و سرعت وقوع و ابتکارات جدید رو به افزایش است و این خود نشان از پویایی و جذابیت آن برای بانکداران دارد.

هدف اصلی کتاب حاضر ارائه راهکار و نقشه راه جامع، مناسب و بومی‌سازی شده از کسب و کار بانکداری اختصاصی و کمک به پیاده‌سازی عملی آن در کشور می‌باشد. هدف این کتاب پرداختن به موضوعات مهم و کلیدی در این حوزه و رفع بسیاری از باورهای نادرست و همچنین شفاف‌سازی

عملیاتی در حوزه بانکداری اختصاصی و مدیریت ثروت می‌باشد و امیدوار هستیم این کتاب به اصلاح ساختار، فرایندهای کسب و کار و عملیاتی شدن هر چه تخصصی‌تر و گسترده‌تر بانکداری اختصاصی در کشور بی‌انجامد.

فرشاد حیدری

رئیس مؤسسه عالی آموزش بانکداری ایران

۱۴۰۰

www.ketab.ir

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	پیشگفتار
۹	مقدمه
۱۷	فصل اول: دیدگاه اساسی بانکداری اختصاصی
۱۹	۱-۱- مقدمه
۱۹	۱-۲- بانکداری جامع
۲۱	۱-۲-۱- بخش‌بندی بانکداری جامع در بانک‌های جهان
۲۴	۱-۳- بانکداری اختصاصی
۲۶	۱-۴- عناوین کلیدی در بانکداری اختصاصی
۲۹	۱-۵- سابقه و تاریخچه بانکداری اختصاصی در جهان
۲۹	۱-۶- دلایل و مزیت‌های ایجاد بانکداری اختصاصی
۳۰	۱-۷- مشتریان بانکداری اختصاصی
۳۰	۱-۷-۱- فرایند اجرای بانکداری ویژه و ارائه خدمات به مشتریان حقیقی
۳۳	۱-۷-۲- ساختار بانکداری اختصاصی
۳۴	۱-۷-۳- ساختار سازمانی
۳۵	۱-۸- چشم‌انداز بانکداری اختصاصی
۳۶	۱-۸-۱- اهداف استراتژیک
۳۶	۱-۹- الگوهای رایج
۳۷	۱-۱۰- دورنمای رقابتی
۴۰	۱-۱۱- چشم‌انداز بانکداری اختصاصی
۴۲	۱-۱۲- شمار برخی بانکداری‌های اختصاصی در سطح جهان
۴۳	فصل دوم: مشتریان و شناسایی آن‌ها در بانکداری اختصاصی
۴۵	۲-۱- مقدمه
۴۶	۲-۲- پیامدهای شناخت مشتریان
۴۸	۲-۳- فرایند طراحی محصولات و خدمات
۴۹	۲-۳-۱- شاخص‌های بخش‌بندی مشتریان بانکداری اختصاصی