



# مدیریت امور بانکی

ترتیب:

سید علی رشیدی

www.ketab.ir

|                        |                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------|
| سرشناسه                | : رشیدی، سید علی، ۱۳۷۲                        |
| عنوان و نام پدیدآورنده | : مدیریت امور بانکی / مؤلف: سید علی رشیدی     |
| مشخصات نشر             | : تهران، سروش برتر، ۱۳۹۵                      |
| مشخصات ظاهری           | : ۴۷۷ صفحه                                    |
| شابک                   | : ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۹۱-۰۷-۱                           |
| موضوع                  | : بانک و بانکداری - مدیریت                    |
| موضوع                  | : Bank management                             |
| موضوع                  | : بانک و بانکداری - ایران                     |
| موضوع                  | : Banks and banking-Iran                      |
| موضوع                  | : بانکداری اینترنتی                           |
| موضوع                  | : Internet Banking                            |
| موضوع                  | : بانک و بانکداری - جنبه‌های مذهبی - اسلام    |
| موضوع                  | : Banks and Banking - religious aspects-islam |
| موضوع                  | : بانک و بانکداری - خدمات مشتری               |
| موضوع                  | : banks and banking - customer service        |
| موضوع                  | : بانک و بانکداری - بازاریابی                 |
| موضوع                  | : bank marketing                              |
| شماره کتاب شناسی ملی   | : ۵۰۲۲۲۷۳                                     |
| رده بندی دیویی         | : ۱۲/۱۰۶۸۱                                    |
| رده بندی کنگره         | : ۱۳۹۷ م ۴/۵۱۶۱۵                              |
| سرشناسه                | : رشیدی، سید علی                              |
| وضعیت فهرست نویسی      | : فیفا                                        |
| قیمت                   | : ۳۰۰,۰۰۰ ریال                                |



مدیریت امور بانکی  
پدیدآورنده: سید علی رشیدی  
ناشر: سروش برتر  
چاپ اول: انتشارات سروش برتر ۱۳۹۷  
تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه  
مرکز پخش: کرج، فردیس، فلکه پنجم، شهرک ناز، مجتمع آسمان ۲، بلوک C، طبقه اول  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۹۱-۰۷-۱

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

قیمت: ۳۰۰,۰۰۰ ریال

## فهرست مطالب

| عنوان                                                       | صفحه |
|-------------------------------------------------------------|------|
| پیشگفتار.....                                               | ۱    |
| <b>فصل اول: کلیات بانکداری</b>                              |      |
| ۱-۱- تعریف بانک.....                                        | ۵    |
| ۱-۲- صنعت بانکداری.....                                     | ۶    |
| ۱-۳- تاریخچه بانکداری.....                                  | ۶    |
| ۱-۳-۱- تاریخچه بانکداری در ایران.....                       | ۹    |
| ۱-۴- اهداف و وظایف بانک ها.....                             | ۱۰   |
| ۱-۵- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و وظایف آن.....         | ۱۱   |
| ۱-۵-۱- شکل ها و انواع گوناگون بانک های مرکزی.....           | ۱۲   |
| ۱-۵-۲- انواع ابزارهای مالی مورد استفاده بانک های مرکزی..... | ۱۸   |
| ۱-۷- ارکان بانک.....                                        | ۲۴   |
| ۱-۸- مقایسه بانکداری ایران و جهان.....                      | ۳۲   |
| ۱-۹- مهم ترین بانک های دنیا.....                            | ۳۴   |
| ۱-۹-۱- سیستم بانکداری در کشور سوئیس.....                    | ۴۱   |
| ۱-۹-۲- آشنایی مختصر با سیستم بانکداری محرمانه.....          | ۴۴   |
| ۱-۹-۳- رشد فناوری در نظام بانکی انگلستان.....               | ۴۵   |
| <b>فصل دوم: بانکداری الکترونیک</b>                          |      |
| ۲-۱- مقدمه.....                                             | ۴۸   |
| ۲-۲- سیر تحویل فناوری اطلاعات در صنعت بانکداری.....         | ۴۸   |

- ۳-۲- نقش فناوری اطلاعات در بانکداری الکترونیک ..... ۵۲
- ۴-۲- برخی عوامل تأثیرگذار در توسعه بانکداری الکترونیک ..... ۵۲
- ۵-۲- مروری بر ویژگی های بانکداری اینترنتی ..... ۵۳
- ۶-۲- مزایای بانک های صدورصد اینترنتی ..... ۵۴
- ۷-۲- معایب بانک های صدورصد اینترنتی ..... ۵۵
- ۸-۲- راه حلی برای برتری در بانکداری: شعبه اینترنتی ..... ۵۶
- ۹-۲- اطلاعات صنعت پرداخت الکترونیک ..... ۵۹
- ۱۰-۲- داده کاوی در بانکداری الکترونیکی ..... ۷۳
- ۱-۱۰-۲- داده کاوی چیست؟ ..... ۷۴
- ۲-۱۰-۲- مراحل داده کاوی ..... ۷۴
- ۳-۱۰-۲- تشریح داده کاوی در اند ..... ۷۵
- ۱۱-۲- ابعاد رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی ..... ۷۷
- ۱۲-۲- همه چیز درباره مفهوم سوئیچ، سامانه کارت و پرداخت الکترونیکی ..... ۷۹
- ۱۳-۲- همه چیز درباره اتصال بانک ها به یکدیگر / سوئیچ چیست؟ چگونه کار می کند؟ ..... ۸۲
- ۱۴-۲- کاربردهای موبایل در زمینه پرداخت ..... ۸۵
- ۱۵-۲- توکنیزاسیون و HCE در پرداخت همراه ..... ۸۷

## فصل سوم: بانکداری اسلامی

- ۱-۳- اصول بانکداری اسلامی ..... ۹۰
- ۲-۳- قوانین بانکداری اسلامی ..... ۹۰
- ۳-۳- سیر تکامل بانکداری اسلامی ..... ۹۱
- ۴-۳- هیئت شرعی ..... ۹۲

- ۳-۵- استناد سیستم بانکداری اسلامی ..... ۹۲
- ۳-۶- بانکداری اسلامی و اقتصاد مقاومتی ..... ۹۷
- ۳-۶-۱- ویژگی ها و کارکردهای اقتصاد اسلامی ..... ۱۰۰
- ۳-۶-۲- ویژگی ها و کارکردهای اقتصاد اسلامی ..... ۱۰۱
- ۳-۶-۳- ارکان اقتصاد مقاومتی ..... ۱۰۲
- ۳-۶-۴- الزامات استقرار بانکداری اسلامی ..... ۱۰۴

### فصل چهارم: خدمات بانک ها

- ۴-۱- بررسی راهکارهای بهینه سازی خدمات بانکی ..... ۱۰۸
- ۴-۱-۱- عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات بانکی ..... ۱۱۱
- ۴-۲- نقش و جایگاه هوش تجاری در صنعت بانکداری ..... ۱۱۷
- ۴-۲-۱- اجزای اصلی سیستم هوش تجاری ..... ۱۱۹
- ۴-۲-۲- ویژگی های سیستم هوش تجاری ..... ۱۲۰
- ۴-۲-۳- کاربرد هوش تجاری در صنعت بانکداری ..... ۱۲۱
- ۴-۳- بانکداری تلویزیونی چیست؟ ..... ۱۲۴
- ۴-۴- بانکداری باز؛ تصویری از آینده صنعت بانکداری ..... ۱۲۷
- ۴-۵- بانکداری باز و بسته ..... ۱۳۴
- ۴-۶- انواع فین تک ها/ چالش های توسعه استارت آپ های پولی و بانکی در ایران ..... ۱۳۶
- ۴-۷- بانکداری به عنوان پلتفرم با قانون PSD۲ ..... ۱۳۹
- ۴-۸- عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر مطالبات معوق و غیر جاری بانک ها ..... ۱۴۲
- ۴-۹- معماری بهینه سامانه های بانکداری متمرکز ..... ۱۴۷
- ۴-۱۰- کفایت سرمایه بانک ها در ایران ..... ۱۵۰

- ۱۰-۴-۱- راه های دستیابی بانک ها به نسبت مطلوب کفایت سرمایه در ایران ..... ۱۵۳
- ۱۱-۴- همه چیز درباره سیستم جامع بانکداری متمرکز «بنکو» ..... ۱۵۴
- ۱۲-۴- همه چیز درباره سونیفت و مزایای آن ..... ۱۵۹
- ۱۳-۴- بانکداری مبتنی بر شبکه های اجتماعی چیست؟ ..... ۱۶۳
- ۱۴-۴- بانکداری جامع چیست؟ ..... ۱۶۸
- ۱۵-۴- بانکداری متمرکز الکترونیکی ..... ۱۷۴
- ۱۵-۴-۱- مزایای بانکداری متمرکز ..... ۱۷۶
- ۱۵-۴-۲- مشکلات پیش روی بانکداری متمرکز ..... ۱۷۶
- ۱۶-۴- ارتباط با بانک توسط دستگاه خودپرداز / خودپرداز تعاملی چیست؟ ..... ۱۷۸
- ۱۷-۴- مقایسه سهم کارمندی خدمات بانکی در ایران و سایر کشورها ..... ۱۷۹
- ۱۸-۴- بانکداری مجازی ..... ۱۸۷
- ۱۸-۴-۱- بانک مجازی ..... ۱۸۷
- ۱۸-۴-۲- هدف بانکداری مجازی ..... ۱۸۸
- ۱۸-۴-۳- مزایای بانکداری مجازی ..... ۱۹۰
- ۱۹-۴- بانکداری شرکتی چیست و مدیر حساب کیست؟ ..... ۱۹۲
- ۲۰-۴- نقش صندوق ضمانت سپرده ها و وکالت عام در بانکداری ..... ۱۹۶
- ۲۱-۴- اینترنت اشیا در صنعت بانکداری ..... ۱۹۹

## فصل پنجم: بازاریابی بانک ها

- ۱-۵- مفهوم بازاریابی ..... ۲۰۵
- ۲-۵- بازاریابی اجتماعی در صنعت بانکداری ..... ۲۰۶
- ۳-۵- روش های نوین مشتری مداری و بازاریابی علمی در بانکداری ..... ۲۱۰

- ۳-۱-۵ روش های نوین مشتری مداری و بازاریابی علمی در بانکداری ایران..... ۲۱۵
- ۵-۴-۵ بازاریابی روابط مشتری..... ۲۱۹
- ۵-۵-۵ چالش های بازاریابی خدمات بانکداری الکترونیک چیست؟..... ۲۲۰
- ۵-۶-۵ تحلیل SWOT چیست؟ چه زمانی و چگونه از آن استفاده کنیم؟..... ۲۲۶
- ۵-۷-۵ بازاریابی عصبی و نقش آن در بانکداری نوین..... ۲۳۳
- ۵-۷-۱ ویژگی های نورومارکتینگ..... ۲۳۵
- ۵-۷-۱ مدیریت برند و مغز انسان (نورو برندینگ)..... ۲۳۷
- ۵-۷-۳ وفاداری مشتری به یک نام تجاری..... ۲۳۷
- ۵-۷-۴ نورومارکتینگ و بانکداری..... ۲۳۹
- ۵-۸-۵ ارتباط بین مهارت های ارتباطی مشتری مداری و بازاریابی در بانکداری نوین ایران..... ۲۴۱
- ۵-۸-۱ چرا ما به مدیریت روابط با مشتریان نیاز داریم؟..... ۲۴۳
- ۵-۸-۲ مزایای مدیریت ارتباط با مشتری برای بانک ها..... ۲۴۴
- ۵-۹-۵ موانع موجود در مسیر پیشرفت بانک به عامل عدل توجه به مقوله بازاریابی... ۲۴۵
- ۵-۱۰-۵ نقش و تأثیر بازاریابی در محیط رقابتی بانک ها در کشور..... ۲۵۱
- ۵-۱۱-۵ تأثیر بازاریابی خدمات بانکی بر ابعاد ارزش ویژه برند..... ۲۶۰
- ۵-۱۲-۱۲ اخلاق حرفه ای مهم ترین عامل بازاریابی بانک ها..... ۲۶۵
- ۵-۱۲-۱ تأثیر رعایت اصول اخلاق حرفه ای کارکنان بر وفاداری مشتریان بانک ها..... ۲۶۷
- فصل ششم: رضایت مشتری در بانک ها**
- ۶-۱-۶ رضایت مشتری چیست؟..... ۲۷۲
- ۶-۲-۶ رابطه بین رضایت و وفاداری مشتری و سودآوری بانک..... ۲۷۲

|     |                                                                        |
|-----|------------------------------------------------------------------------|
| ۲۷۴ | ۱-۲-۶ وفاداری مشتری.....                                               |
| ۲۷۴ | ۲-۲-۶ وفاداری خدمت رابطه بین رضایت و وفاداری مشتری و سودآوری بانک..... |
| ۲۷۵ | ۳-۲-۶ مزایای حاصل از وفاداری مشتریان.....                              |
| ۲۷۵ | ۴-۲-۶ رابطه بین رضایت و وفاداری.....                                   |
| ۲۷۵ | ۵-۲-۶ رابطه بین وفاداری مشتریان و سودآوری.....                         |
| ۲۷۶ | ۳-۶ تعیین و طبقه بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان بانک.....            |

### فصل هفتم مدیریت امور بانکی

|     |                                                                                                                     |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۲۸۴ | ۱-۷ اصول مدیریت در کاربرد آن در بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری با رویکرد تبیین مهارت های مورد نیاز مدیران شعب..... |
| ۲۸۴ | ۱-۱-۷-۱ تعریف مدیریت.....                                                                                           |
| ۲۸۴ | ۲-۱-۷-۲ اهمیت مدیریت.....                                                                                           |
| ۲۸۴ | ۳-۱-۷-۳ اصول مدیریت (وظایف مدیریت).....                                                                             |
| ۲۸۷ | ۴-۱-۷-۴ سطوح مدیریت.....                                                                                            |
| ۲۸۸ | ۵-۱-۷-۵ انواع مهارت های مورد نیاز مدیران شعب.....                                                                   |
| ۲۹۱ | ۲-۷-۲ سیستم های کنترل در سازمان ها و نقش حساسیتی در بانک ها.....                                                    |
| ۲۹۲ | ۱-۲-۷-۱ اهداف کنترل های داخلی در بانک.....                                                                          |
| ۲۹۳ | ۳-۷-۳ نقش هوش هیجانی مدیران شعب بانک ها در برقراری ارتباطات انریخش.....                                             |
| ۲۹۷ | ۴-۷-۴ نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت تغییر کارکنان بانک.....                                                           |
| ۳۰۸ | ۵-۷-۵ تأثیر رضایت شغلی بر عملکرد کارکنان بانک ها.....                                                               |
| ۳۱۲ | ۱-۵-۷-۱ تعریف رضایت شغلی.....                                                                                       |
| ۳۱۳ | ۶-۷-۶ تأثیر شیوه های تبلیغات پیشبردی بر جذب مشتریان شعب بانک ها.....                                                |



|     |                                                                          |
|-----|--------------------------------------------------------------------------|
| ۳۲۰ | ۷-۷- ساختار سازمانی بانک در مسیر تحول                                    |
| ۳۲۳ | ۷-۸- دگرگونی در مفهوم مدیریت تحول                                        |
| ۳۲۴ | ۷-۹- قدرت فناوری های دیجیتال در ایجاد تحول                               |
| ۳۲۸ | ۷-۱۰- نقش مدیریت دانش در مؤسسات بانکی                                    |
| ۳۴۴ | ۷-۱۱- اصول ۲۵ گانه برای نظارت بانکی موثر                                 |
| ۳۶۱ | ۷-۱۲- چارچوبی برای نظام های کنترل داخلی در واحدهای بانکی                 |
| ۳۶۶ | ۷-۱۲-۱- اصولی برای ارزیابی نظام های کنترل داخلی                          |
| ۴۱۰ | ۷-۱۳- راهبردهای امنیتی یک برنامه مؤثر ضد پولشویی توسط سیستم بانکی        |
| ۴۱۱ | ۷-۱۳-۱- اصول اساسی یک نظام و برنامه مؤثر ضد پولشویی و تأمین مالی تروریسم |
| ۴۱۲ | ۷-۱۳-۲- حراست از سیستم مالی                                              |
| ۴۱۳ | ۷-۱۳-۳- الزامات اساسی اجرای یک برنامه مؤثر ضد پولشویی توسط سیستم بانکی   |
| ۴۲۳ | ۷-۱۴- مدیریت کیفیت خدمات بانکی                                           |
| ۴۲۵ | ۷-۱۵- همه چیز درباره مدیریت ریسک در سیستم بانکی                          |
| ۴۳۱ | ۷-۱۶- هزینه‌یابی بر مبنای فعالیت در بانک‌ها                              |
| ۴۴۳ | فهرست منابع                                                              |
| ۴۵۰ | پیوست ها                                                                 |

## پیشگفتار

امروزه در هر سازمان، مؤسسه یا شرکتی که افرادی خاص برای انجام امری معین، بکارگیری می شوند، موفقیت آنان لزوماً در گرو بکارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی است. لذا در این راستا بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و همواره در جهت بهبود مستمر خود نیازمند اجرای مطلوب وظایف و اصول مدیریتی در تمام سطوح و لایه های سازمانی اعم از معاونت ها و رؤسای ادارات مرکزی، مدیریت شعب استان ها و رؤسای شعب خود در سطح کشور می باشند.

بنابراین با وجود رشد روزافزون علاقه به مدیریت امور بانکی در بانک های کشور و نیز مؤسسات آموزشی و پژوهشی، کتب محدودی برای علاقه مندان وجود دارد، به گونه ای که تعدادشان به عدد انگشتان یک دست هم نمی رسد. این خلا موجب شد تا نویسنده این کتاب را با عنایت به نیازمات نظام بانکی کشور تقدیم علاقه مندان کند.

این کتاب در هفت فصل تنظیم شده است. در فصل اول؛ کلیات بانکداری (تعریف بانک، صنعت بانکداری، تاریخچه بانکداری، تاریخچه بانکداری در ایران، اهداف و وظایف بانک ها، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و وظایف آن، شکل ها و انواع گوناگون بانک های مرکزی، انواع ابزارهای مالی مورد استفاده بانک های مرکزی، ارکان بانک، مقایسه بانکداری ایران و جهان، مهم ترین بانک های دنیا و ...)

در فصل دوم؛ بانکداری الکترونیک (سیر تحویل فناوری اطلاعات در صنعت بانکداری، نقش فناوری اطلاعات در بانکداری الکترونیک، عوامل تاثیرگذار در توسعه بانکداری الکترونیک، مروری بر ویژگی های بانکداری اینترنتی، مزایای بانک های صدورصد اینترنتی، معایب بانک های صدورصد اینترنتی، راه حلی برای برتری در بانکداری اینترنتی، اصطلاحات صنعت پرداخت الکترونیک، داده کاوی در بانکداری الکترونیکی و ...)

در فصل سوم؛ بانکداری اسلامی (اصول بانکداری، قوانین بانکداری اسلامی، سیر تکامل بانکداری اسلامی، هیئت شرعی، استناد سیستم بانکداری اسلامی، بانکداری اسلامی و اقتصاد مقاومتی، ویژگی ها و کارکردهای اقتصاد اسلامی، ویژگی ها و کارکردهای اقتصاد اسلامی، ارکان اقتصاد مقاومتی، الزامات استقرار بانکداری اسلامی)

در فصل چهارم؛ خدمات بانک ها (بررسی راهکارهای بهینه سازی خدمات بانکی، عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات بانکی، نقش و جایگاه هوش تجاری در صنعت بانکداری، بانکداری نوین، ویژگی های بانکداری نوین، انواع فین تک ها/ چالش های توسعه استارت آپ های پوی و بانکی در ایران، کفایت سرمایه بانک ها در ایران و ...)

در فصل پنجم؛ بازاریابی بانک ها (مفهوم بازاریابی، بازاریابی اجتماعی در صنعت بانکداری، روش های نوین بازاریابی، مدیریت و بازاریابی علمی در بانکداری، روش های نوین مشتری مداری و بازاریابی عدل در بانکداری ایران، بازاریابی روابط مشتری چالش های بازاریابی خدمات بانکداری الکترونیک، تحلیل SWOT چیست، بازاریابی عصبی و نقش آن در بانکداری نوین، ویژگی های نوین، موانع موجود در مسیر پیشرفت بانک به علت عدم توجه به مقوله بازاریابی، نقش بازاریابی در محیط رقابتی بانک ها در کشور، اخلاق حرفه ای مهم ترین عامل بازاریابی بانک ها و ...)

در فصل ششم؛ رضایت مشتری در بانک ها (رضایت مشتری چیست، رابطه بین رضایت و وفاداری مشتری و سودآوری بانک، وفاداری مشتری، وفاداری خدمت رابطه بین رضایت و وفاداری مشتری و سودآوری بانک، مزایای حاصل از وفاداری مشتریان، رابطه بین رضایت و وفاداری، رابطه بین وفاداری مشتریان و سودآوری، تعیین و طبقه بندی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان بانک)

در فصل هفتم؛ مدیریت امور بانکی (اصول مدیریت و کاربرد آن در بانک ها و مؤسسات مالی و اعتباری با رویکرد تبیین مهارت های مورد نیاز مدیران شعب، تعریف مدیریت، اهمیت مدیریت، اصول مدیریت (وظایف مدیریت)، سطوح مدیریت، انواع مهارت های مورد نیاز مدیران شعب، سیستم های کنترل در سازمان ها و نقش حسابرسی داخلی در بانک ها، اهداف کنترل های داخلی در بانک، نقش هوش هیجانی مدیران شعب بانک ها در برقراری ارتباطات اثربخش، نقش فرهنگ سازمانی در مدیریت تغییر کارکنان بانک، تأثیر رضایت شغلی بر عملکرد کارکنان بانک ها، تأثیر شیوه های تبلیغات پیشبردی بر جذب مشتریان شعب بانک ها، ساختار سازمانی بانک در مسیر تحول، دگرگونی در مفهوم مدیریت تحول، قدرت فناوری های دیجیتال در ایجاد تحول، نقش مدیریت دانش در مؤسسات اصولاً ۲۵ گانه برای نظارت بانکی موثر و ...)

در انتهای کتاب و در بخش پیوست ها، پنج پرسشنامه به شرح زیر برای انجام پیمایش های میدانی در اختیار محققین دانشجو، کارشناسان و مدیران بانک ها قرار گرفته است تا با بهره مندی از آنها بتوانند ادراکات مشتریان و کارکنان خود در این زمینه ها را شناسایی نمایند و بر آن اساس اقدامات اصلاحی را در پیش گیرند. البته شکی نیست که انجام تحقیقات بازاریابی مستلزم استفاده از ابزارها و روش های مختلف جمع آوری داده ها است و نیز پرسشنامه های متنوع و متعددی برای بررسی ابعاد مختلف بازاریابی خدمات بانکی وجود دارد. با این حال در این بخش چند پرسشنامه به عنوان نمونه آورده شده است. ۱- عملکرد بانک، ۲- بانکداری الکترونیکی، ۳- ادراک مشتریان از خدمات ارائه شده توسط بانک، ۴- رضایت مشتریان بانک ها، ۵- ادراک مشتریان از کیفیت خدمات بانکی. در ضمن در انتهای هر پرسشنامه شیوه امتیازدهی و تفسیر نتایج

مطرح شده است. تبعاً تعمیم یافته های تحقیق از نمونه به جامعه آماری مستلزم استفاده از آزمون های آماری مرتبط است که از ذکر آنها در این جا خودداری شده است.

هر چند تلاش ما بر این بوده است که کتاب جامعی درباره مدیریت امور بانکی برای همه متقاضیان فراهم کنیم، اما مسلم می دانیم که این کتاب نمی تواند هر نوع سلیقه و نیازی را پاسخگو باشد. در نهایت از خوانندگان عزیز درخواست می شود با ارائه نظرات خود نویسنده را از هر گونه کاستی در تالیف، مطلع ساخته تا در چاپ های بعدی نسبت به رفع آن اقدام گردد، ضمن آنکه نویسنده از دریافت نظریات تکمیلی نیز استقبال می نماید.

سید علی رشیدی