

بررسی عوامل مؤثر بر بهبود مدیریت جذب و حفظ سپرده‌های بانکی (مورد شهر اصفهان)

سیامک کورنگ بهشتی*

چکیده

از آنجا که افزایش حجم سپرده‌های بانکی منوط به جذب رضایت سپرده‌گذاران می‌باشد، همواره تلاش می‌کنند تا خواسته‌های سپرده‌گذاران را شناخته، و هر چه بهتر این خواسته‌ها را برآورده نمایند. در این راستا محقق در صد برآمد با تکیه بر اصل مشتری محوری، تحقیقی در زمینه شناخت خواسته‌ها و انتظارات مشتریان سیستم بانکی کشور انجام دهد.

جامعه آماری این تحقیق را، مردم شهر اصفهان تشکیل می‌دهند. این جامعه به چهار گروه شغلی ذیل تقسیم شده است:

۱. گروه شغلی حقوق بگیران ۲. گروه شغلی شاغلین آزاد (بخش تولیدی) ۳. گروه شغلی شاغلین آزاد (بخش بازرگانی و خدمات) ۴. غیر شاغلین صاحب نقدینگی.

از هر کدام از این گروه‌های چهارگانه شغلی، نمونه‌ای انتخاب و پرسشنامه تحقیق از آنها نظر سنجی شده و به این وسیله انتظارات مشتریان از سیستم بانکی مشخص گردیده است. سپس کارکنان شهر اصفهان به دو گروه مسئولین و کارمندان تقسیم و از هر کدام

نمونه‌ای انتخاب شده است. پس از آن به کمک پرسشنامه تحقیق از کارکنان سیستم بانکی خواسته شد تصور خود را از خواسته‌ها و انتظارات مشتریان بیان کنند. پس از جمع آوری نظریات مردم و کارکنان، این نظریات با یکدیگر مقایسه و به کمک تجزیه و تحلیل آماری، اختلافات معنادار میان دو گروه مورد مقایسه و مشخص گردیدند. نتایج حاصله از این تحقیق حاکی از آن است که مشتریان و کارکنان عوامل یکسانی را مؤثر بر افزایش حجم سپرده‌های بانکی می‌دانند، ولی در تعیین برخی اولویت، کارکنان تصور غلطی از انتظارات مشتریان دارند. طبق نتایج این تحقیق مشخص گردید عوامل ذیل به ترتیب اولویت بر افزایش حجم سپرده‌های بانکی مؤثر می‌باشند:

۱. کوتاه شدن زمان انجام عملیات بانکی؛
۲. نحوه برخورد کارکنان بانک با مشتریان؛
۳. نوع نگرش مردم نسبت به عملکرد بانک. (راز نگهداری، توان بازپرداخت مطالبات مشتریان، دقت کارمندان بانک و دیدگاه‌های مثبت اعتقادی و مذهبی مشتریان نسبت به عملکرد بانک)؛
۴. بازاریابی و تبلیغات؛
۵. میزان مزایای مالی ارائه شده به مشتریان؛
۶. تغییرات محیط اقتصادی رقابتی.

مقدمه

آنچه مسلم است تنها سازمان مشتری محور می‌توانند با موفقیت وارد قرن بیست و یکم شوند؛ زیرا امروزه مشتریان کیفیت را تحسین نمی‌کنند، بلکه آن را حق خود می‌دانند. در نتیجه پویایی هر سازمان که خدماتی را ارائه می‌دهد بستگی به توانایی‌های آن سازمان در خصوص تأمین خواسته‌ها و برآورده نمودن نیازهای همیشه در حال تغییر مشتریان دارد^۱ مشتری محور بودن، یعنی ایجاد انطباق بین عملکرد سازمان با مشتریان. اجرای این امر به دو طریق میسر می‌شود:^۲

۱. تطبیق عملکرد سازمان با خواست مشتریان؛

۱. نوماس پیترز، به سوی بهترین‌ها، ترجمه مهدی فراجهداغی.

۲. عبدالرضا، رضایی‌نژاد، بازاریابی خدمات، ماهنامه تدبیر، شماره ۶۶، ۱۳۷۵.

۲. تطبیق خواست مشتریان با عملکرد سازمان.

باید تحت هر شرایطی توجه خاصی را به مشتریان معطوف دارند و در این راستا به سه نکته اساسی ذیل توجه کنند:

۱. مشتری مدار^۱ بودن؛ یعنی کلیه فعالیت‌ها و عملکردها چه داخلی (درون سازمانی) و چه خارجی (برون سازمانی) بر مشتریان تأکید داشته باشند.

۲. توجه به بهبود مستمر؛ یعنی توسعه مشتریان را به طور مستمر در همه زمینه‌ها طلب نمایند. در واقع شناخت و رفع نیاز مشتریان یک فرآیند^۲ به حساب می‌آید نه یک برنامه.^۳ برنامه پس از مدت معینی خاتمه می‌یابد، ولی فرآیند همیشگی است. دانشمندان ژاپنی در این خصوص واژه‌ای به نام کایزن^۴ را وارد فرهنگ خود نموده‌اند که مترادف با واژه بهبود مستمر می‌باشد.

۳. توجه به درگیری همه‌جانبه، یعنی همه کارکنان بانک درگیر توجه به خواسته‌ها و نیازهای مشتریان شوند. در واقع این تفکر تبدیل به یک سیستم ارزشی و یک فرهنگ مشارکتی شود و همه کارکنان از رده‌های مدیریتی تا پایین‌ترین رده‌های سازمانی در امر توجه به مشتریان مشارکت نمایند.

با عنایت به مطالب فوق، لزوم انجام تحقیقی که خواسته‌ها و نیازهای مشتریان را از سیستم بانکی شناسایی نماید ضروری به نظر می‌رسد. به همین لحاظ محقق درصدد برآمد به منظور بررسی خواسته‌های مشتریان بانک، تحقیقی تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر بهبود مدیریت جذب و حفظ سپرده‌های بانکی (مورد شهر اصفهان) انجام دهد.

این تحقیق دارای یک فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی می‌باشد که به شرح زیر است:

الف) فرضیه اصلی

بین نظریات مدیران و کارکنان با نظریات سپرده‌گذاران در مورد عوامل مؤثر بر جذب و حفظ سپرده‌های بانکی اختلاف وجود دارد.

1. customer driven.

2. process.

3. program.

4. kizen.

ب) فرضیات فرعی

۱. میزان مزایای مالی ارائه شده به مشتریان ارتباط مستقیمی با جذب و حفظ سپرده‌های بانکی دارد.
۲. کوتاه شدن زمان انجام عملیات بانکی با جذب و حفظ سپرده‌های بانکی ارتباط مستقیم دارد.
۳. نوع نگرش مردم نسبت به عملکرد بانک با جذب و حفظ سپرده‌های بانکی ارتباط مستقیم دارد.
۴. بازاریابی و تبلیغات ارتباط مستقیمی با جذب و حفظ سپرده‌های بانکی دارد.
۵. نحوه برخورد کارکنان بانک با جذب مشتریان و حفظ سپرده‌های بانکی ارتباط دارد.
۶. تغییرات محیط اقتصادی، رقابتی با تغییر در جذب و حفظ سپرده‌های بانکی ارتباط دارد.

مواد و روش‌ها

این تحقیق از نوع کاربردی بوده و به روش توصیفی - پیمایشی انجام شده است. به منظور انجام تحقیق در ابتدا مطالعات کتابخانه‌ای در خصوص موضوع انجام شد. پس از آن به منظور اطمینان از صحت حیطه‌های تحقیق، مصاحبه اولیه‌ای با مسئولان و تعدادی از مشتریان به عمل آمد. سپس پرسشنامه‌ای که بتواند میزان صحت فرضیات تحقیق را روشن سازد تهیه شد. این پرسشنامه عوامل مؤثر بر میزان جذب و حفظ سپرده‌های بانکی را توصیف نموده که به واسطه نظرخواهی از نمونه آماری تحقیق و با تبدیل آمارهای کیفی به کمی، میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل مشخص شده است.

جامعه آماری این تحقیق را مردم شهر اصفهان تشکیل داده‌اند. این جامعه به چهار گروه شغلی تقسیم شده است. گروه چهارگانه شغلی عبارتند از:

۱. افراد حقوق بگیر؛
۲. شاغلین آزاد در بخش تولیدی؛
۳. شاغلین آزاد در بخش بازرگانی و خدمات؛
۴. غیر شاغلین صاحب نقدینگی.

از گروه چهارگانه یاد شده به روش سیستماتیک نمونه‌گیری شده و در کل تعداد دویست پرسشنامه میان این افراد توزیع گردیده است. شیوه جمع آوری اطلاعات این تحقیق بر دو نوع است:

۱. روش کتابخانه‌ای که مربوط به ادبیات تحقیق می‌باشد. ۲. روش تحقیق میدانی که به جمع آوری اطلاعات برای آزمون فرضیات تحقیق مربوط می‌شود. در این تحقیق برای جمع آوری اطلاعات از ابزاری همچون پرسشنامه، مصاحبه و مطالعه اسناد و مدارک استفاده شده است. منظور از مطالعه اسناد و مدارک عبارت است از مدارکی همچون بخشنامه، دستورالعمل، نشریات، نامه‌ها و فرم چاپ شده. روش آماری استفاده شده برای تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق عبارتند از: ۱. روش مقایسه میانگین‌ها با استفاده از آزمون «من وایت نی» و آزمون فرض. ۲. محاسبه ضرایب به روش پیرسون. ۳. محاسبه آمارهای توصیفی مثل میانگین، انحراف معیار، واریانس و فراوانی.

گفتنی است پس از محاسبه آمارهای توصیفی مشخص گردید داده‌های این تحقیق غیر نرمال بوده و دارای کشیدگی به سمت راست می‌باشند و به لحاظ اینکه ایندکس پژوهش رتبه‌ای هستند، تحقیق حاضر از نوع تحقیقات ناپارامتری محسوب می‌شود.^۱ برای برآورد ضریب پایایی تحقیق از روش کودر ریچاردسون^۲ استفاده گردید و نتیجه محاسبات آن برابر با ۰/۸۹۷ شد که این عدد ضریب بالایی برای پایایی تحقیق محسوب می‌شود.

تعیین اعتبار پرسشنامه تحقیق براساس آزمون آلفا کرون باخ^۳ و به وسیله نرم‌افزار spss صورت گرفت. برای تعیین قدرت پیش بینی آزمون در مرحله مقدماتی تعداد ۴۰ پرسشنامه میان مردم شهر اصفهان توزیع گردید و مقدار آنها برابر با ۰/۹۳۰ دست آمده است، سپس در مرحله اصلی تعداد ۲۰۰ پرسشنامه توزیع شد و نتیجه ارزیابی آنها در این مرحله برابر با ۰/۹۱۹ گردید. به لحاظ اینکه نتایج به دست آمده در مراحل مقدماتی و اصلی نزدیک می‌باشند، می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه این پژوهش از اعتبار پیش‌بینی قابل قبولی برخوردار است.

۱. کریم منصورفر. روش‌های آماری.

۲. جان بست. روش تحقیق در علوم رفتاری و تربیتی، ترجمه شریفی.

۳. سید احمد احمدی، مقدمه‌ای بر مشاوره و روان‌درمانی.

یافته‌های تحقیق

همان‌گونه که قبلاً ذکر شد این تحقیق دارای یک فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی می‌باشد که هر کدام از فرضیات فرعی به چند حیطه تقسیم می‌شوند و مجموع آنها بالغ بر ۲۵ حیطه می‌باشد.

برای آزمون فرضیات و حیطه‌های این پژوهش پرسشنامه‌ای تهیه شد که به واسطه آن از مشتریان بانک نظرخواهی شد. به واسطه اطلاعات مستخرج از پرسشنامه‌ها؛ حیطه‌های تحقیق آزمون شده‌اند و به وسیله جمع بندی امتیازات حیطه‌ها و محاسبه میانگین آنها، فرضیات فرعی آزمون شده‌اند و نهایتاً با مقایسه نظریات مردم و کارکنان بانک به وسیله مقایسه میانگین امتیازات داده شده است. این تحقیق در مرحله نخست به دنبال آن بود که مشخص کند آیا بین نظریات مردم و کارکنان بانک‌ها در مورد عوامل مؤثر بر افزایش حجم سپرده‌های بانکی تفاوت معنا داری وجود دارد یا خیر، که مشخص شد در این زمینه تفاوتی وجود ندارد و در مرحله دوم درصدد شناسایی این بود که آیا بین عوامل ذکر شده در حیطه‌ها و فرضیات فرعی تحقیق با افزایش حجم سپرده‌های بانکی رابطه مستقیمی وجود دارد یا خیر، که طبق نتایج حاصل از تحقیق مشخص گردید کلیه عوامل ذکر شده در حیطه‌ها و فرضیات فرعی، رابطه مستقیمی با افزایش حجم سپرده‌های بانکی دارند و در مرحله سوم درصدد بود تا میزان تأثیرگذاری فرضیات فرعی و سپس حیطه‌های تحقیق آورده شده است.

ب) اولویت شش فرضیه فرعی تحقیق

- اولویت اول: کوتاه شدن زمان انجام عملیات بانکی؛
- اولویت دوم: نحوه برخورد کارکنان بانک با مشتریان؛
- اولویت سوم: نوع نگرش مردم نسبت به عملکرد بانک؛
- اولویت چهارم: بازاریابی و تبلیغات؛
- اولویت پنجم: میزان مزایای مالی ارائه شده به مشتریان؛
- اولویت ششم: تغییرات محیط اقتصادی - رقابتی.

ب) اولویت حیطه‌های تحقیق

۱. افزایش سرعت انجام کار مشتری.
۲. احترام گذاشتن به مشتری.
۳. میزان رازنگهداری بانک.
۴. میزان توان بانک در پرداخت مطالبات مشتریان.
۵. میزان دقت کارکنان بانک.
- ۶-۱. صمیمیت کارکنان بانک با مشتریان.
- ۶-۲. تغییر در خدمات سایر بانک‌ها.
۷. تبلیغات مبتنی بر آموزش خدمات بانکی.
۸. افزایش جایگزین‌های اسکناس.
۹. افزایش تعداد شعبه‌های بانک.
۱۰. نحوه انجام قرعه کشی حساب‌های پس‌انداز.
۱۱. مقدار سود پرداختی به حساب‌های سرمایه‌گذاری.
۱۲. در دسترس بودن شعب.
۱۳. اولویت اعطای تسهیلات.
۱۴. رعایت اصول انسانی در برخورد‌های کارکنان بانک با مشتریان.
۱۵. اولویت بندی مشتریان.
۱۶. مقدار جوایز اعطایی به حساب‌های پس‌انداز.
۱۷. امتیاز دادن به حساب جاری.
۱۸. لزوم تغییر سودهای بانکی توأم با تغییرات نرخ تورم.
۱۹. درصد احتمال ورشکستگی بانک.
۲۰. میزان شناخت مردم نسبت به عملکرد سازمان بورس اوراق بهادار.
۲۱. تبلیغات مبتنی بر بزرگ‌نمایی ظاهری (ساختمان و اثاثیه زیبای بانک، کارمندان آراسته و غیره).
۲۲. بالا بودن ارزش جوایز، مهم‌تر از بالا بودن احتمال دریافت جایزه است.
۲۳. دیدگاه‌های مثبت اعتقادی و مذهبی مردم نسبت به مشروعیت عملکرد بانک.
۲۴. آگاهی مشتریان از نحوه محاسبه سود حساب‌های سرمایه‌گذاری.

در خاتمه یادآور می‌شود همان‌گونه که مشاهده می‌گردد مهم‌ترین خواسته مردم از بانک؛ افزایش سرعت انجام کار مشتری است. برای رسیدن به این هدف پیشنهاد می‌شود بانک‌ها خدماتی مانند کارت‌های هوشمند، کارت‌های اعتباری همچون ویزا^۱ ماستر^۲ کردیت کارت^۳ و اتوماسیون نمودن خدمات بانکی را در دستور کار خود قرار دهند تا سرعت انجام خدمات بانکی افزایش یابد.

هم چنین لازم است به منظور جلب رضایت هر چه بیشتر سپرده‌گذاران، بانک‌ها به اموری مانند احترام گذاشتن به مشتریان، آن‌لاین نمودن خدمات بانکی به واسطه استفاده از سیستم وی است، افزایش تعداد شعبه‌های بانک، افزایش تبلیغات بانکی و نیز محرمانه ساختن اطلاعات موجودی حساب مشتریان توجه خاصی را معطوف دارند.

جدول شماره (۱)

میانگین امتیازات داده‌شده به فرضیات فرعی

گروه‌های شغلی	حقوق‌بگیران	شاغلین آزاد بخش تولیدی	شاغلین آزاد بخش بازرگانی و خدمات	غیرشاغلین	مردم شهر (متوسط چهار گروه شغلی)
فرضیه اول	۷۱/۷۷	۷۸/۳	۷۸/۴۷	۷۴/۹	۷۵/۸۶
فرضیه دوم	۸۲/۶	۸۳/۶۸	۸۵/۴۴	۸۲/۷۶	۸۳/۶۲
فرضیه سوم	۷۹/۹۵	۸۲/۵	۸۲/۳۵	۸۱/۳	۸۱/۵۲
فرضیه چهارم	۷۴/۵۳	۷۹/۵۳	۷۹/۲	۷۸/۲۷	۷۷/۹
فرضیه پنجم	۷۹/۹۵	۸۶/۳۱	۸۴/۷۵	۸۱/۳۸	۸۳/۱۱
فرضیه ششم	۷۳/۶۴	۷۷/۳۱	۷۶/۳۶	۷۴/۳۳	۷۵/۴۲

1. visa.

2. master.

3. creditcard.

جدول شماره (۲)

میانگین امتیازات داده شده به حیطه های فرضیات یک و دو و سه

گروه های شغلی حیطه ها	حقوق بگیران	شاغلین آزاد بخش تولیدی	شاغلین آزاد بخش بازرگانی و خدمات	غیر شاغلین	تعداد شهر (متوسط چهار گروه شغلی)
اولین حیطه فرضیه یک	۷۷/۲	۷۸/۲۷	۸۲	۷۷/۰۷	۷۸/۶۷
دومین حیطه فرضیه یک	۷۳/۶	۷۸/۸	۷۹/۳۳	۷۸	۷۷/۴۷
سومین حیطه فرضیه یک	۷۲/۶	۸۰/۶	۸۰/۶	۷۸/۴	۷۸/۱
چهارمین حیطه فرضیه یک	۸۰/۴	۷۸/۸	۷۸/۰۴	۷۹	۷۹/۱
پنجمین حیطه فرضیه یک	۶۰/۶	۷۵/۲	۷۲/۲	۶۱	۶۷/۳
ششمین حیطه فرضیه یک	۶۳	۷۷/۴	۷۴/۶	۷۳/۴	۷۲/۱
هفتمین حیطه فرضیه یک	۷۱/۴	۷۸/۸	۸۰	۷۴/۸	۷۶/۳
اولین حیطه فرضیه دو	۷۴/۶۷	۸۰/۶۷	۸۱/۶	۷۷/۳۳	۷۸/۵۳
دومین حیطه فرضیه دو	۸۴/۱۳	۸۴	۸۲/۸	۸۱/۴۷	۸۳/۰۷
سومین حیطه فرضیه دو	۹۲	۹۲/۴	۹۵	۹۴/۲	۹۳/۴
چهارمین حیطه فرضیه دو	۸۲/۸	۷۹	۸۵/۶	۸۱/۴	۸۲/۳
اولین حیطه فرضیه سه	۸۵/۶	۸۹/۴۷	۹۲/۹۳	۷۱/۴۷	۶۹
دومین حیطه فرضیه سه	۸۵/۶	۸۹/۴۷	۹۲/۹۳	۸۷/۴۷	۸۸/۸۷
سومین حیطه فرضیه سه	۹۱/۶	۹۰/۸	۸۸/۸	۸۵/۲	۸۹/۲
چهارمین حیطه فرضیه سه	۸۸/۸	۹۰/۸	۹۰	۸۸/۴	۸۹/۶

جدول شماره (۳)

میانگین امتیازات داده شده به حیظه‌های فرضیات چهار و پنج و شش

گروه‌های شغلی حیظه‌ها	حقوق بگیران	شاغلین آزاد بخش تولیدی	شاغلین آزاد بخش بازرگانی و خدمات	غیر شاغلین	مردم شهر (متوسط چهار گروه شغلی)
اولین حیظه فرضیه چهار	۷۸/۸	۸۴/۸	۸۶	۸۴/۴	۸۳/۵۳
دومین حیظه فرضیه چهار	۷۰/۲۷	۷۴/۲۷	۷۲/۴	۷۲/۱۳	۷۲/۲۷
اولین حیظه فرضیه پنج	۸۷/۸	۹۶	۹۳/۶	۹۲/۸	۹۲/۶
دومین حیظه فرضیه پنج	۸۴/۴	۹۱/۲	۸۹	۸۵/۲	۸۷/۴
سومین حیظه فرضیه پنج	۷۵/۰۷	۸۲/۲۷	۸۰/۶۷	۷۲/۶۷	۷۷/۶۷
چهارمین حیظه فرضیه پنج	۷۵	۷۷/۸	۷۷/۸	۷۹/۲	۷۷/۵
اولین حیظه فرضیه شش	۷۰	۷۸/۴	۷۱/۸۷	۷۲/۲۷	۷۳/۱۳
دومین حیظه فرضیه شش	۷۰/۱۳	۷۳/۳۳	۷۶/۹۳	۷۰	۷۲/۶
سومین حیظه فرضیه شش	۸۴/۶	۸۹/۴	۹۰/۶	۸۴/۸	۸۷/۴
چهارمین حیظه فرضیه شش	۷۳/۴۷	۷۲/۱۳	۷۰/۸	۷۳/۷۳	۷۲/۵۳

فهرست منابع و مآخذ

۱. احمدی، سید احمد، مقدمه‌ای بر مشاوره و روان‌درمانی، چاپ دوم، اصفهان، انتشارات دانشگاه اصفهان، ۱۳۶۸.
۲. بست، جان، روش تحقیق در علوم رفتاری و تربیتی، ترجمه شریفی و طالقانی، تهران، انتشارات بعثت، ۱۳۷۱.
۳. پیترز، توماس و واترمن، رابرت اچ، به سوی بهترینها، ترجمه مهدی قراچه‌داغی، تهران، انتشارات هم آگه، ۱۳۷۲.
۴. رضایی نژاد، عبدالرضا، بازیابی خدمات (فروش نادیدنیها)، ماهنامه تدبیر، شماره ۶۶، مهرماه ۱۳۷۵.
۵. منصورفر، کریم، روشهای آماری، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۴.

