

شناسایی و بررسی عوامل مؤثر بر افزایش سهم بازار بانک صادرات استان گیلان در بازارهای پولی و مالی

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۴/۰۴

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۵/۲۷

کد مقاله: ۱۴۵۵۸

موسی نصوری گزنی^۱

چکیده

امروز، در جهان کلیه مسائل اعم از سیاسی، نظامی، به خصوص در زمینه‌های اقتصادی و تجاری جنبه رقابتی به خود گرفته است که بالطبع بانک‌ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند؛ بنابراین موسسه یا بانکی می‌تواند در بازار رقابت ماندگار باشد که عوامل دخیل در رابطه با این موضوع را تشخیص و پرورش دهد، مزیت رقابتی ایجاد و متعاقب آن حضور بیشتر در عرصه رقابت در بازار داشته باشد. از این جهت رساله حاضر دو هدف شناسایی عوامل مؤثر بر سهم بازار پول و سرمایه و ارائه استراتژی مناسب با آن در بانک صادرات گیلان را دنبال کرده است و برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه و برای آزمون فرضیات برای پاسخدهی به سؤالات تحقیق از آزمون‌های فریدمن و آزمون نسبت P استفاده شده است. عوامل نوآوری و صدور گواهی سپرده و اعتبار اسنادی به عنوان عوامل داخلی و شناخت نیاز مشتریان و بازاریابی از طریق کارت‌های بانکی به عنوان عوامل خارجی از لحاظ برخورداری بانک صادرات از آنان در مقایسه با اهمیت آنان در بازار سرمایه و پول فاصله وجود دارد که باید برای رسیدن به سهم بیشتر بازار مورد نظر روی آن‌ها بیشتر کار شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: رقابت، ماندگار، سهم، شناسایی، استراتژی

۱- دکتری مدیریت استراتژیک با گرایش کسب و کار؛ Mousa.nasouri@yahoo.com

۱- مقدمه

امروز در جهان مبنای کلیه مسائل اعم از سیاسی، نظامی - به خصوص در زمینه اقتصادی و تجارت بر اساس رقابت بنا نهاده شده است و هر طرف که از میدان رقابت شکست خورده و کنار گذاشته شود محکوم به فنا و نابودی است، بنابراین مانند در بازار رقابت نیاز به شناختن عوامل مؤثر در این زمینه دارد و این مسئله در مورد بنگاه ها و موسسات خصوصی از جمله بانکها بیشتر عینیت دارد. اصولاً هدف هر شرکت یا سازمان بالاخص خصوصی ایجاد ارزش برای سهامداران آن است. اگر چه سایر ذی نفعان نیز مهم هستند ولی سهامدار اصلی ترین ذی نفع بوده و ایجاد ارزش برای مهم ترین هدف به شمار می رود (کیت وارد - ۱۳۸۸) بنابراین برای ایجاد این ارزش شرکت و یا هر سازمانی مثل بانک باید مزیت رقابتی ایجاد کند. از وجود عدم ثبات در بازاری که در آن فعالیت می کند استفاده کند هم در محیط تجاری و هم در محیط مالی خود؛ بنابراین شناسایی عوامل مؤثر بر رقابت و مزیت رقابتی را می طلبد و بهترین روش این کارها هم توسط استراتژی کلی سازمان یا بانک و هم توسط ترکیب موزون نیازهای ذی نفعان اصلی آن تعیین می شود که هدف اصلی استراتژی مدنظر ایجاد ارزش افزوده، کند، بنابراین پژوهش حاضر بر آن است. علاوه بر تکمیل یافته ها و نظریات قبلی به شناسایی عوامل مؤثر بر سهم بازار های پول و سرمایه و ارایه استراتژی رقابتی مناسب با آن برای بانک صادرات گیلان پردازد.

۲- بیان مسئله

بازار پول، بازاری است که ابزارهای مالی با سر رسید کوتاه مدت (یک سال و کمتر) در آن مبادله می گردند. این باز را در حالت کلی دارای ویژگی های زیر می باشد.

- ۱- سر رسید ابزارهای آن کوتاه مدت است.
- ۲- گردش پول نقد ینگی در این بازار سریع است
- ۳- درجه نقد شونوگی ابزارهای آن بالا می باشد.
- ۴- ریسک سوخت اصل سرمایه در آن پایین است.
- ۵- در این بازار ابزارهای بدهی (مانند سپرده ها، اسناد خزانه و ...) که بدون حق مالکیت و و حق شریک شدن در دارایی های بنگاه ها می باشند، مبادله می گردند.

این بازار شامل تمام بنگاه ها و موسسات و بانکهایی است که برای نیازهای کوتاه مدت شرکت ها و صنایع سرمایه جاری (working capital) فراهم می کنند. در بسیاری از کشورها بانکهای تجاری نقش مهمی در بازار پول ایفا می کنند.

۲-۱- بازار سرمایه

بازار سرمایه بازاری است که در آن منابع مالی مورد نیاز بنگاه های اقتصادی در دوره های زمانی بلند مدت بیشتر از یک سال تامین می گردد. عمده ترین ویژگیهای این بازار موارد زیر می باشند.

- ۱- سر رسید بزارهای رایج در آن بلند مدت می باشد.
- ۲- درجه نقد شوندگی ابزار های آن نسبت به بازار پول پایین است.
- ۳- ریسک نرخ بهره و ریسک معاملات و سوخت اصل سرمایه در آن نسبت به بازار پول بالا است.
- ۴- ابزارهای مورد معامله در آن، هم به صورت بدهی که بدون حق شریک شدن در دارایی بنگاه ها هستند، می باشد و هم بصورت سهام که دارای حق شریک شدن در دارایی های بنگاه است.
- ۵- عمده ترین نهاد های فعال در این بازار بانک های تخصصی، شرکت های بیمه شرکت های سرمایه گذاری صندوق های بازنشستگی، موسسات پس انداز و سایر موسسات واسطه سرمایه گذاری مثل کارگزاری ها، بانک های سرمایه گذاری و معامله گران می باشد

جدول ۱- حجم تسهیلات اعطایی نظام بانکی به تفکیک انواع عقدها

سال	قرض الحسنه		عقدهای مبادله ای		عقدهای مشارکتی		سرمایه گذاری مستقیم		سایر		کل
	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد	
۱۳۷۰	۶۸۲	۴	۹۷۳۸	۶۰	۸۵۲۶	۳۲	۲۲۱	۱	۴۱۱	۳	۱۶۳۱۱
۱۳۷۱	۷۷۶	۴	۱۲۷۷۴	۶۰	۶۶۶۷	۳۱	۴۰۹	۲	۲۷۷	۴	۷۲۱۴۰
۱۳۷۲	۱۲۸۹	۵	۱۶۲۶۸	۵۹	۸۲۴۵	۳۰	۷۲۶	۳	۳۰۱۲	۴	۲۷۷۵۸
۱۳۷۳	۱۵۶۲	۴	۲۱۱۸۱	۵۹	۱۰۳۱۱	۲۹	۸۴۲	۲	۱۷۰۳	۵	۹۳۵۵۹
۱۳۷۴	۲۰۴۸	۵	۲۵۵۳۲	۵۸	۶۱۲۶۰	۲۹	۴۷۶	۲	۳۲۷۰	۶	۴۳۴۵۱
۱۳۷۵	۲۶۰۳	۴	۳۲۵۰۷	۵۶	۱۷۴۸۲	۳۰	۵۱۶۱	۳	۶۳۸۰	۷	۵۸۰۱۳
۱۳۷۶	۳۲۷۲	۵	۴۵۲۲۶	۶۴	۱۶۱۷۱	۲۳	۱۸۰۹	۳	۴۵۹۲	۶	۷۰۷۱۰
۱۳۷۷	۵۴۳۰	۶	۶۱۳۶۳	۶۶	۱۷۵۱۵	۱۹	۱۶۴۵	۲	۶۸۳۴	۷	۹۲۷۸۷
۱۳۷۸	۶۱۰۰	۵	۴۹۹۵۴	۳۷	۲۵۷۴۵	۱۹	۲۰۰۹	۱	۵۰۲۴۰	۳۷	۱۳۴۰۴۸
۱۳۷۹	۷۵۰۸	۴	۶۷۱۷۸	۳۸	۳۲۲۹۷	۱۸	۴۲۱۰	۱	۱۶۷۸۲	۳۸	۸۱۷۶۹۰
۱۳۸۰	۱۰۶۴۴	۴	۹۷۷۱۸	۴۱	۳۷۳۵۸	۱۶	۲۲۲۸	۱	۲۸۹۵۰	۳۸	۲۳۷۴۵۰
۱۳۸۱	۲۳۰۰۲	۷	۱۳۵۴۹۷	۴۲	۱۴۲۹۶	۱۳	۲۵۹۴	۱	۳۱۱۶۷۴	۳۶	۷۳۲۰۷۹
۱۳۸۲	۲۵۷۹۵	۶	۷۱۹۵۹۲	۴۴	۶۴۳۴۵	۱۵	۵۳۷۸	۱	۶۱۵۲۵۴	۳۴	۸۴۴۲۳۹
۱۳۸۳	۲۸۸۰۳	۵	۸۲۸۱۸۵	۴۶	۹۴۷۸۳	۱۶	۰۵۸۶	۱	۴۱۹۷۱۰	۳۲	۸۶۰۸۴۰
۱۳۸۴	۳۶۵۸۱	۴	۹۰۳۵۷۲	۴۳	۸۱۴۰۵۱	۱۷	۲۸۰۴	۱	۲۲۹۰۴۰	۳۵	۲۸۳۲۸۳
۱۳۸۵	۴۰۰۸۳	۳	۱۴۶۳۴۱	۳۹	۵۲۳۷۸۲	۲۰	۱۱۴۸۳	۱	۲۴۲۶۹۲	۳۶	۳۱۱۷۹۷۲
۱۳۸۶	۵۰۱۹۵	۳	۶۴۱۰۶۱	۴۰	۲۳۵۴۴۹	۲۲	۱۴۱۸۱	۱	۶۵۵۵۷۹	۳۴	۱۶۱۵۷۲۴
۱۳۸۷	۶۳۶۹۰	۴	۶۹۷۸۹۶	۵۴	۵۴۵۶۶۸	۲۵	۳۱۳۱۲	۱	۳۰۰۷۸۷	۱۷	۱۸۱۳۲۵۰
تا پایان بهمن ۸۸	۹۱۶۹۷	۴	۳۸۶۲۹۷	۴۲	۶۲۶۲۰۵	۳۱	۱۱۳۳۳	۱	۹۴۵۰۱۰	۲۲	۲۰۴۴۲۱۴

(منبع: آمار سری های زمانی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ارقام به میلیارد ریال، ۱۳۹۰)

با ورود بانکهای خصوصی و موسسات در عرصه بازار پولی و مالی کشور و هم زمان با آن توسعه بازار سرمایه بویژه بازار بورس اوراق بهادار، وظیفه بانکها جهت تداوم یک فعالیت پویا و رو به رشد به همراه افزایش سهم از بازار مشکل تر گردیده و لازم است جهت حضور فعالیت در این بازار نسبت به شناخت هر چه بیشتر نیازها و خواسته های کلیه ذینفعان و مشتریان اقدام نمایند، در طرحهای خود خلاقیت و نوآوری ایجاد نمایند، خدمات خود را بهبود بخشند و با کاهش هزینه های خود، خدمات ارزاتری ارائه نمایند. در این بازار رقابتی که توسعه فناوری و استفاده از تکنولوژی پیشرفته در عرصه خدمات بانکی سبب شده هر روز محصولات و خدمات جدیدی ارائه شود، شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقای سهم بازارهای پولی و مالی بانک صادرات مثل خلاقیت و نوآوری، ارتقای تکنولوژی و سطح دانش، جلوگیری ائتلاف منابع، کاهش هزینه ها در ارائه خدمات مالی، استراتژی های مناسب توسعه بانک را در مقابل رقبا ایجاد می نماید. در محیط پویا و رقابتی کنونی، اهمیت به کارگیری استراتژی مناسب در برابر رقبا بر هیچ مدیر دانایی پوشیده نیست. پیروی از استراتژی درست رقابت در چنین بازاری منجر به تثبیت موقعیت بانک در عرصه پول و سرمایه است.

موقعیت یک بانک نسبت به دیگر بازیگران صنعت بانکداری، تعیین کننده سود آن بوده و بانکی که بتواند خود را در موقعیتی مناسب نسبت به رقبای خود قرار دهد، سودی بالاتر از میانگین آن صنعت را کسب خواهد نمود. پایه اساسی ماندگاری چنین موقعیتی میان رقبا حفظ مزیت رقابتی خود در صنعت بانکداری است. بسته به ساختار هر بانک، مزیت های رقابتی در مواجهه با یکدیگر ابعاد بسیار وسیعی به خود می گیرد. همچنین بسته به اینکه محدوده فعالیت بانک کل بازار را تحت پوشش خود قرار می دهد یا برای بخش یا بخش هایی از بازار فعالیت می کند نیز استراتژی های متفاوتی میان بانک ها دیده می شود. صنعت بانکداری سه استراتژی عمومی را پیش روی مدیران قرار می دهد که عبارتند از:

عرصه ارزان ترین خدمات به بازار یا همان رهبری در قیمت (Cost leadership)

عرضه خدمات متفاوت به بازار یا استراتژی تمایز (differentiation)

تمرکز روی بخشی از بازار با رویکرد قیمت با تمایز (Focus)

بررسیها نشانگر آن است که عواملی همچون شناخت نیاز مشتریان، سرمایه گذاری بر روی نیروی انسانی، نوآوری در خدمات بانکی، زمینه های ایجاد اعتماد عمومی به بانک و ... می تواند بر افزایش سهم بانک صادرات از بازار پول و سرمایه مؤثر باشد. پژوهش حاضر بر آن است، عواملی که بر موفقیت بانک صادرات در کسب سهم بیشتر بازار پول و سرمایه مؤثرند را شناسایی نماید

و بر اساس این عوامل استراتژی های مناسب برای بانک صادرات استان گیلان ارایه نماید. که معاقب آن در کل شبکه بانک صادرات ایران کاربردی شود.

۳- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در این بخش مسائل مورد نظر در دو بخش بررسی مفاهیم نظری، پیشینه تحقیق و جمع بندی مطرح می شود. در بخش مفاهیم نظری موضوعاتی نظیر بازار، بازار سرمایه، بازار پول، بازار بین المللی، سهم بازار، سهم بازار پولی، سهم بازار سرمایه، کارکنان، گواهی سپرده، حساب جاری از لحاظ اخذ اعتبار، خدمات نوین بانکی، مکان یابی، تسهیلات، سود سپرده بانکی، اعتبار اسنادی، مزیت رقابتی در بانکها، مطالعات تطبیقی بانکهای چندکشور، مفاهیم استراتژی، ارزیابی استراتژی مورد بررسی و مذاقه قرار می گیرند. بطور کلی ذینفعان را در هر سازمانی از جمله بانکها می توان به دو دسته ذینفعان داخلی (کارکنان و سهامداران) و ذینفعان خارجی (مشتریان، بازار و غیره) تقسیم بندی کرد.

۳-۱- بازار

بازار به مجموعه ای از خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا یا خدمت اطلاق می شود. از نظر تاریخی، بازار به محلی اطلاق می شود که خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا یا خدمات به آن مراجع می کنند. (هنریچ، ۲۰۱۴)

۳-۱-۱- بازار سرمایه

بازار سرمایه، بازاری است که ابزارهای مالی بلند مدت با هر رسید بیش از یکسال در آن مورد معامله قرار می گیرد. که وظایف آن: ۱- تشکیل سرمایه در اقتصاد ملی، ۲- مسئله تامین سرمایه بنگاه ها، ۳- تعیین ارزش و قیمت های ذاتی ابزارهای مالی، ۴- تامین منابع کافی برای شرکت ها و بنگاه های تجاری فاقد توان مالی (آناتولیا و همکاران، ۲۰۱۴).

۳-۱-۲- بازار پول

بنا به تعریف بازار پول، بازاری برای داد و ستد پول و دیگر داراییهای مالی جانشین نزدیک پول است که سر رسید کمتر از یکسال دارند. بعبارت صحیح تر بازار پول به عنوان بازار ابزارهای مالی کوتاه مدت با ویژگی اندک بودن ریسک عدم پرداخت، نقدشوندگی و ارزش اسمی زیاد نام برد ویژگیهای این بازار استفاده از ابزارهایی است که امکان سرعت نقدینگی را به وضع مطلوب می رساند ابزارها محل جغرافیایی خاص نداشته و مشارکت کنندگان دارای مزاد منابع نقدی بوده که بطور مستقیم و غیر مستقیم در ایجاد تسهیلات برای واحدهای اقتصادی به منظور تامین نقدینگی و سرمایه در گردش واحدهای اقتصادی مشارکت دارند که اسناد خزانه، پذیرش بانکی، اوراق تجاری، گواهی سپرده و غیره از ابزارهای بازار پول هستند. (جن تیل و همکاران، ۲۰۱۴).

۳-۱-۳- بازار بین المللی

صادرات، واردات افزایش سهم جهانی کشورها از تجارت و درآمد سازی به منظور تعدیل تراز پرداخت های کشورها یا به عبارتی موازنه صادرات و واردات که مکان مناسبی برای ایجاد مزیت رقابتی و افزایش سهم بازار پولی و سرمایه ای بالاخص در مورد بانکها در عرصه بین المللی خواهد شد. (فیلیپس و همکاران، ۲۰۱۴)

۳-۲- سهم بازار

سهم بازار چیز بسیار مهمی است و با توجه به درصد کل فروش یک شرکت در یک دوره زمانی خاص به کل کالای فروش رفته در بازار اندازه گیری میشود در نظر داشته باشیم که قبل از مشخص کردن نقش اول بازار محدوده بازار را باید مشخص کنیم. مشخص است که سهم بازار یک کالای خاص در محدوده ای که شرکت در آن فعالیت دارد مفهوم پیدا می کند. سهم شرکت با توجه به اینکه در چه بازاری فعالیت میکند (منطقه ای، محلی و جهانی و ...) میتواند به صورت پویا تغییر کند و معمولاً ۳ شاخص سهم ذهنی و سهم آوایی و سهم تحقیق و توسعه بعنوان شاخص های برتر اندازه گیری تغییر احتمالی در آینده فروش و سهم بازار هستند. (دیوید، سولومون - مارس ۲۰۱۴)

۳-۲-۱- سهم بازار پولی

نسبت سپرده های مردم در یک بانک به سپرده های آنان در همه بانکها سهم پولی است. (لو، وانگ، ۲۰۱۴) سهم چیست؟ سرمایه هر شرکت سهامی، به قسمت های مساوی تقسیم می شود که به هر یک از این قسمت ها یک سهم گفته می شود. معمولاً قیمت اسمی سهام در ایران ۱۰۰۰ ریال است. هر فرد پس از خرید سهام مالک جزئی از دارایی شرکت می شود. به یاد داشته باشید که وقتی اقدام به خرید سهام می کنید، در بازار سرمایه شروع به فعالیت کرده اید بورس اوراق بهادار به معنای یک بازار متشکل و رسمی سرمایه است که در آن سهام بطور مساوی تقسیم می شوند که به هر یک از این قسمت ها، یک سهم گفته می شود که هدف مزیت رقابتی افزایش در انواع سهم ها بخصوص در مورد بانکها در بازار است. (بریکر، ۲۰۱۴)

۳-۳- کارکنان

کارکنان یا پرسنل یک موسسه یا شرکت به گروه و یا افرادی گویند که در استخدام آن موسسه بوده و می توانند به ازای کار خود دستمزد دریافت کرده یا نکنند و ارتباط کارکنان یا پرسنل با محل کارشان انواع مختلفی دارد مانند استخدام رسمی، پیمانی، قرارداد، ساعتی، قرار داد، پیمانکاری، روزمزد، مشارکتی و درصدی (زنگ، ۲۰۱۳). نیروی انسانی موثرترین و مهمترین رکن تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مدیریت با کاهش هزینه در مصرف منابع ارتباط می یابد. نیروی انسانی مهمترین و حیاتی ترین دارایی هر سازمان و کیفیت و مهمتريت عامل بقا و حیات سازمان به شمار می رود. منابع انسانی سرمایه های بنیادی سازمان ها و منشاء هر گونه پایداری در مقابل تحولات محیطی یا ضعف، شکست، مرگ و حیات سازمان هاست. (گولد، ۲۰۱۴).

۳-۴- گواهی سپرده

گواهی سپرده سرمایه گذاری یک از ابزارهای مالی جهت جذب منابع کوتاه مدت سرمایه گذاران به ویژه اشخاص حقوقی و شرکت های سرمایه گذاری بوده و به دو صورت گواهی سپرده سرمایه گذاری عام و خاص تقسیم می شود. گواهی سپرده مدت دار ویژه سرمایه گذاری عام، به سپرده ای اطلاق میشود که نزد بانک تا سر رسید مشخص افتتاح می شود و بانک درازای آن اقدام به صدور گواهی به همین نام می نماید. گواهی سپرده مدت دار ویژه سرمایه گذاری خاص نیز سپرده ای است که بانک به منظور تجهیز منابع برای تامین مالی طرح های مشخص جدید سودآور تولیدی و ساختمانی و خدماتی و نیز توسعه و تکمیل طرح های سودآور موجود با سر رسید مشخص افتتاح نموده و سرمایه گذاری خاص صادر می نماید. (شاه، ۲۰۱۳)

۳-۵- بررسی حساب جاری از لحاظ اخذ اعتبار

حساب جاری قرض الحسنه در شعب بانک به تقاضای اشخاص حقیقی یا حقوقی و به موجب قرداد فی مابین بانک و متقاضی افتتاح میگردد. وپس از بررسی های لازم برای صاحب یا صاحبان آن دسته چک صادر می شود و راهنمای افتتاح حساب جاری قرض الحسنه شامل ضوابط ذیل است:

سن متقاضی از ۱۸ سال کمتر نباشد مگر اینکه حکم رشد متقاضی از دادگاه صالحه صادر شده باشد.

متقاضی دارای سواد خواندن و نوشتن باشد.

حداقل یکی از مشتریان که نزد بانک یکی (از شعب بانک مربوط) حساب قرض الحسنه داشته ویا برای رئیس شعبه شناخته شده باشد معرف متقاضی جهت افتتاح حساب جاری قرض الحسنه باشد. اشخاص حقیقی و حقوقی که به افتتاح حساب جاری قرض الحسنه اقدام می نمایند در صورتیکه مایل به اخذ سود از وجوه خود می باشند، لازم است مطابق با دستور العمل مربوط اقدام به افتتاح حساب سپرده سرمایه گذاری کوتاه مدت در بانک نمایند (حساب دو منظوره که در صورت داشتن چک از حساب جاری مربوط بصورت سیستمی و اتوماتیک واریه اندازه وجه چک از حساب کوتاه مدت برداشت و واریز به حساب جاری مورد نظر شده و چک مربوط پاس میگردد. (کو و همکاران ۲۰۱۴) مکانیزم اجرایی اعتبار در حساب جاری به صورت مضاربه با اولویت دادن به تعاونی های قانونی می تواند در اختیار مشتریان قرار دهند و بازنگری قانون بانکداری بدون ربا در حال انجام است که می تواند قائل شدن معدل موجودی را برای اخذ تسهیلات در مورد حسابهای جاری مشوقی برای تقویت حسابهای جاری و افزایش منابع ارزان قیمت و در نتیجه کسب مزیت رقابتی و افزایش سهم بازار پولی و سرمایه ای بانکها شود. (کوبی، ۲۰۱۴)

۳-۶- خدمات نوین بانکی

توسعه شگفت انگیز فن اوری اطلاعات و ارتباطات، جهان و به تبع آن دنیای بانکداری را به سرعت دگرگون ساخته است خدمات نوین بانکی در جذب مشتری و بهبود کارایی بانکها مورد بررسی قرار گرفت و در راستای افزایش کارایی کارکنان و افزایش حساب مشتریان خدمات نوین بانک صادرات عبارتند از: سپهر (سیستم پردازش همزمان رایانه ای) سیستم آنلاین و متمرکز است که بستری گسترده را برای ارایه کلیه خدمات نوین بانکی (خود پرداز، سپهر کارت، کارت های اعتباری، تلفن بانک، بانکداری اینترنتی، همراه بانکو غیره را فراهم می آورد که امروزه حرف اصلی را برای کسب مزیت رقابتی خدمات نوین بانکی و بهبود مستمر در کیفیت آن ها می زند که افزایش سهم بازار پول و سرمایه را در پی خواهد داشت. (بانکداری الکترونیک بانک صادرات، سیستم های نوین بانکداری الکترونیک (مروان. عزالدین، ۲۰۱۴)

۳-۷- مکان یابی در رشد و افزایش سهم بازار

موضع یابی تلاشی است برای متمایز ساختن سازمان از سایر رقبا تا از سوی مشتریان نسبت به سایر رقبا ترجیح داده شود. موضع یابی تلاشی است برای داشتن یک جایگاه روشن یا منحصر به فرد در یک بازار، مکانیابی بهینه، شعب دستگاه های عابر بانک و پایانه های فروش با توجه به تحولات الکترونیکی و نظام نوین خدمت مؤثر بر رشد شاخص های بانک و انگیزش کارکنان و در بهبود عملکرد بانک نقش مؤثر دارد. (متیوز و تان، ۲۰۱۴)

۳-۸- تسهیلات

تسهیلات بانکی همان خروجی های اصلی بانک ها هستند که از طریق آن ها نقدینگی های سرگردان جامعه، به مبادی تعریف شده و هدفمند اقتصادی تزریق می شوند. بدین معنی که یک بانک با تجهیز منابع (شامل سرمایه و حقوقی صاحبان سهام و انواع سپرده ها و سپرد ها و یا سایر بدهی ها) آن ها را در راستای اهداف از قبل تعیین شده به مصرف می رساند. این تسهیلات در اصول حسابداری در بخش دارایی های بانک ها طبقه بندی شده و از نوع دارایی های درآمد زا میباشند. (ای سوئیت، ۲۰۱۴)

۳-۹- مفهوم سود (بهره) سپرده بانکی

وقتی شما پولی را در بانک به امانت می گذارید به این عمل شما سپرده گذاری گفته می شود. بانک یک سودی را بابت این پول به صورت ماهیانه را (اخیرا سود در سر رسید هم خیلی مد شده) پرداخت می کند به این سود پرداختی سود سپرده گذاری گفته می شود. سپرده ها انواع مختلف دارند که می توانند کوتاه مدت، یک ساله، دو ساله تا پنج ساله باشند. (لاندهلم و همکاران، ۲۰۱۴)

۳-۱۰- اعتبار اسنادی

یک اعتبار اسنادی (Letter of Credit) یک سند مالی صادره از یک نهاد مالی و عمدتاً توسط یک بانک، در درجه اول اعتبار در امور مالی بازرگانی استفاده می شود که معمولاً تعهد پرداخت قطعی را فراهم می کند. اسناد اعتباری همچنین می تواند تضمین پرداخت برای یک معامله باشد، به این معنی که باز خرید نامه اعتبار صادر کننده است. ال سی در درجه اول اولویت در معاملات تجاری بین المللی از ارزش قابل توجهی استفاده می شود. برای معاملات بین یک فروشنده در یک کشور و یک مشتری در کشور دیگری درچنین مواردی، اتاق بین المللی بازرگانی تمهیداتی را اندیشیده است.

اعتبار اسنادی قرار دادی است که به موجب آن بانک کارگزار خریدار بنابه درخواست و دستور خریدار دیگری که بانک کارگزار فروشنده نام دارد را مجاز می نماید تا در صورتی که طی مدت قید شده در اعتبار اسنادی، فروشنده پس از حمل کالای مورد سفارش خریدار اسناد حمل را طبق شرایط مندرج در اعتبار اسنادی به آن بانک ارائه نماید، بانک پس از بررسی اسناد، حداکثر تا میزان ارزش قید شده در اعتبار اسنادی، نسبت به پرداخت وجه به فروشنده (در صورت عدم مغایرت و دیداری بودن شرایط پرداخت) اقدام کرده سپس اسناد مزبور را جهت واگذاری به خریدار برای بانک گشایش کننده اعتبار ارسال نماید اعتبار اسنادی از نقطه نظر خریدار و فروشنده را می توان به دو دسته

الف - اعتبار اسنادی وارداتی (import L,C) و ب - اعتبار اسنادی صادراتی (Export L,C) تقسیم کرد

۳-۱۱- مزیت رقابتی در بانکها

بانکها با توجه به سرمایه می توانند وارد بازار شوند و از طریق نو آوری و کیفیت محصولات و همچنین تکنولوژی ارتباطات و حضور در نمایشگاه های فرهنگی و تئاتر به مزیت رقابتی و کسب بیشتر سهم بازار دست یابند. (سعید، ۲۰۱۴). مزیت رقابتی و مزیت رقابتی پایدار یک ارزش استراتژی هست که توسط رقبای بالقوه قابل اجراست که به سختی توسط رقبا نسخه برداری می شود. مزیت رقابتی پایدار نیازمند گذشت دوره زمانی قابل توجه هست. رقبا در هر دو جبهه مسائل رایج عملیات شرکت و شرکت های بالقوه که برنامه ریزی ورود به بازار در آینده نزدیک را دارند در گیر هستند. تلاش برای نسخه برداری از مزیت رقابتی نیاز به گذشتن تمام و کمال یک دوره زمانی در زمینه توجه به پایداری دارد اگرچه یک منبع مزیت رقابتی را تامین می کند نیاز به افزایش ارزش برای سازمان یا بانک نیز دارد. (منور و جالا، ۲۰۱۴).

امروزه در بازار رقابت، بانکی موفق است که عاقلانه حرکت کرده و تصمیم گیری هوشمندانه داشته باشد؛ بنابراین بانکها با هوشمندی در کفایت در سرمایه گذاری ها بدون در نظر گرفتن عملیات بانکی نیز می توانند به مزیت رقابتی دست یابند (سمیر، ۲۰۱۴)

۳-۱۲- مطالعات تطبیقی بانکها در زمینه کسب مزیت رقابتی

در این رابطه بانکهای چند کشور از لحاظ عوامل تاثیر گذار در افزایش سهم بازار پول و سرمایه و در نهایت رشد بانکها مورد بررسی قرار گرفته که به شرح ذیل می باشد.

بانکهای سوئیس در ارائه برنامه و طرح های خاص به منظور مدیریت امور مالی مشتریان خود حس سابقه تاریخی و اعتبار جهانی دارند اما پرسشی که مطرح می شود این است که اعتبار جهانی بانک های سوئیس از چه راهی به دست آمده است در پاسخ باید گفت که در سوئیس سیستم بانکداری محرمانه (Secret Banking) وجود دارد. که همین امر علت سرازیر شدن این حجم عظیم پول به بانکها و موسسات مالی سوئیس است و باید اذعان کرد که سیستم تجاری جامع و سیستم بانکی از سوئیس مکانی ساخت که همه آن را مطمئن ترین مکان برای سرمایه گذاری می دانند و در کشور به خاطر رعایت استانداردهای بالای بانکداری و خدمات مالی الگویی برای دیگر کشورها شده است. دیدگاه کارشناسی بزرگترین و اصلی ترین سرمایه هر بانک در حدود میزان

اعتمادی است که جامعه نسبت به بانک دارد. درخشش بانک جهانی کشور کوچک سوئیس در اروپا نیز شاهد گویایی برای اثبات این مدعاست. در کشور استرالیا چهار بانک ملی اصلی و بسیاری بانک های محلی، دولتی و منطقه ای فعال هستند؛ و همه آنها برای جذب مشتریانی از بین مهاجران مشتاقند. باید اطمینان حاصل کرد که بانک، عضو انجمن بانکداران استرالیا ABA و تابع قوانین شیوه بانکداری است. اگر چه پیروی از این قانون به معنای تضمین سپرده نیست، سیستم بانکی الکترونیکی برای اکثر معاملات مورد استفاده قرار می گیرد و استفاده از سیستم بانکی تلفنی نیز روبه افزایش است. (پیری و همکاران ۲۰۱۴).

در کشور کانادا شش بانک بزرگ از طریق تشکیل اتحادیه از طریق خدمات بانکداری اینترنتی و تلفنی نود درصد سرمایه کل بانکها را تحت نظارت دارند لازم به ذکر است که در دهه های اخیر بانکداری الکترونیک پیشرفت قابل ملاحظه ای داشته است. (چته لات و آمیوت، ۲۰۱۴) اقتصاد در آمریکا در دستان بانکداری الکترونیکی است. بانکداری الکترونیکی را می توان استفاده از فناوری پیشرفته شبکه مخابرات برای انتقال پول در سیستم بانکداری تعریف کرد یکی از مهمترین زیر ساخت های بانکداری الکترونیکی و بانکداری اینترنتی وجود مراکز نگهداری داده ها یا همان data center هاست. در این مکان ها امکانات حفاظتی و امنیتی و همچنین سرورهای بسیار قوی که توسط خطوط پر سرعت مخابراتی یا اینترنت در ارتباط هستند، وجود دارد دولت آمریکا به منظور ارتقای ضریب ایمنی مراکز اطلاعاتی، بانک های اطلاعاتی و کارگزاران شبکه خود را در مکان هایی با امنیت بالا نگهداری می کند. (استوفنز ۲۰۱۴) و در بانکداری کشور انگلستان از طریق مدیریت ریسک بانکها به مزیت رقابتی دست می یابند. آنها از طریق جذب تعداد زیادی مشتری اعم از سپرده گذار و وام گیرنده، می توانند بر این ریسک ها فائق آیند. این به معنی آن است که تا وقتی بانکها در توانایی شان به بازپرداخت سپرده ها در صورت مطالبه سپرده گذاران مطمئن باشند، احتمال اینکه تعداد زیادی از سپرده گذاران بخواهند پول های شان را از حساب هایشان خارج کنند و نوع دیگر از مدیریت ریسک نگهداری دارایی های نقدی یا سیدی از اوراق بهادار است که نرخ تبدیل سر رسید شدن بطنی دارند و طریقه دیگر از مدیریت مذکور شیوه نگهداری اوراق بهادار دولتی انگلستان است که از طروق مذکور بانکها جهت حفظ منافع مردم کنترل شوند. (وارن. گروپ، ۲۰۱۴).

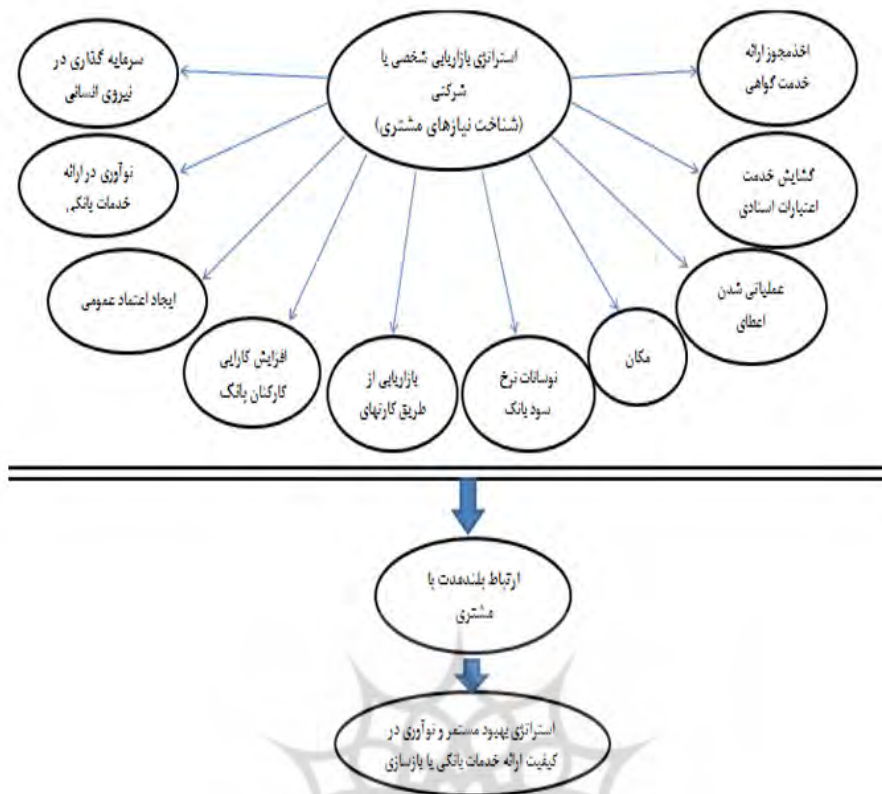
۳-۱۳- تعریف و بررسی مفاهیم استراتژی

واژه استراتژی که اکنون در زبان فارسی تعبیر می شود مفهومی که از عرصه نظامی نشات گرفته است که همکنون در عرصه های از جمله اقتصاد، تجارت و بویژه عرصه سازمانی از کاربرد زیادی برخوردار شده است. برای استراتژی تعاریف متعددی ارائه شده است. این تعاریف هر چند ممکن است در ظاهر با هم متفاوت باشند ولیکن در مفهوم به ابعاد گوناگون استراتژی ناظر هستند. کنت اندروز: الگویی از تصمیمات بیان کرده است هنری مینتبرگ: استراتژی را به عنوان یک طرح، یک الگو، یک جایگاه، یک دیدگاه و یک تمهید تعریف کرده است و غیره. (سیدمحمد اعرابی)

۴- پیشینه تحقیق

در مورد موضوع تحقیق، تحقیقات مشابه ای در گذشته انجام شده است. اردکانی و همکاران (۱۳۸۸) در مقاله ای تحت عنوان بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر رقابت پذیر شدن بانک مطالعه موردی بانک کشاورزی استان گلستان در زمینه موضوع تحقیق مورد نظر تحقیقاتی را انجام دادند و نتایج به دست آمده بیانگر آن بود که بین دیدگاه کارکنان و مشتریان درباره کیفیت خدمات عرضه شده در بانک تفاوت معنا داری وجود دارد. آنها با توجه به نتایج پژوهش عامل (سرعت در ارائه خدمات مورد نیاز مشتریان) را اولویت دارترین مولفه برای اقدامات اصلاحی برشمردند.

در مقاله ای که توسط (محمودی و همکاران، ۱۳۸۷) تحت عنوان نقش بانکهای خصوصی بر تحولات سیستم بانکداری ایران در مورد شناسایی عوامل مؤثر بر افزایش سهم بازار پول و سرمایه در سیستم بانک ارائه گردیده است، دلایل کاهش سهم بانک های خصوصی از بازار پول را حمایت بانک مرکزی از بانکهای دولتی دانسته و به این نتایج رسیده اند که توسعه بانک های خصوصی می تواند موجب تحولات بیشتری بر سیستم بانکی کشور شود.



مدل ۱- بررسی عوامل مؤثر در افزایش سهم بازار پولی و سرمایه ای بانک صادرات گیلان و تدوین استراتژی

۵- روش تحقیق

واژه پژوهش و روش پژوهش بسیاری از اوقات نا بجا به کار می رود زیرا غالباً در متونی به کار گرفته می شود که به ندرت به پژوهش واقعی مربوط است. و روش تحقیق شامل قسمت های ذیل است:

۱-۵- جامعه آماری

در این تحقیق جامعه آماری شعب بانک صادرات استان گیلان است. در حال حاضر تعداد ۹۱ شعبه بانک در سراسر استان مشغول فعالیت هستند که ۲۷ شعبه در شهر رشت مستقرند.

جدول ۲- اسامی شعب بانک صادرات استان گیلان

نام شعبه	کدشعبه	نام شعبه	کدشعبه
۱ لاهیجان	۱۱	۱۲۰۶ کدشعبه	
۲ لنگرود	۱۹	۱۳۳۷ قایقران	
۳ فومن	۳۴	۱۶۷۰ سردار جنگل	
۴ بندر انزلی	۳۷	۱۶۸۰ سرچشمه	
۵ رودسر	۲۹	۱۶۹۵ خیابان تختی	
۶ آستانه اشرفیه	۴۲	۱۹۶۶ لاکانی	
۷ خیابان شریعتی رشت	۴۹	۱۹۶۷ بلوار شهید انصاری	
۸ سیاهکل	۷۰	۱۹۶۸ آیت الله العظمی بهجت	
۹ کلاچای	۷۵	۱۹۶۹ بلوار امام خمینی	
۱۰ آستارا	۷۷	۱۹۷۰ مهدیه رشت	
۱۱ صومعه سرا	۱۰۶	۲۰۰۹ شهید بازاریار	
۱۲ هشترطوالش	۱۱۶	۲۱۰۶ بلوار استاد معین	
۱۳ خمام	۱۸۱	۲۱۲۶ لیجارکی	
۱۴ غازیان	۲۲۳	۲۱۲۸ خلیفه آباد	

۲۱۶۸	شاقاجی	۶۱	۲۳۶	رودبار	۱۵
۲۲۷۱	آیت اله وحید	۶۲	۲۵۶	املش	۱۶
۲۲۴۷	چاف	۶۳	۲۵۹	کوچصفهان	۱۷
۲۸۲۹	سردار جنگل (فومن)	۶۴	۳۴۶	سنگر	۱۸
۲۸۹۳	شبخوسلات	۶۵	۳۶۹	رحیم آباد	۱۹
۲۹۰۸	خیابان مطهری رشت	۶۶	۴۳۸	چابکسر	۲۰
۳۰۰۵	بنادر و دریانوردی انزلی	۶۷	۴۸۵	کارگزار	۲۱
۳۱۱۵	میدان کوچک	۶۸	۵۰۴	شلمان	۲۲
۳۱۴۴	بازار رشت	۶۹	۵۰۶	امام خمینی لنگرود	۲۳
۳۵۴۵	لوندویل	۷۰	۵۴۱	رضوانشهر	۲۴
۳۵۴۶	بلوار امام هشتم	۷۱	۵۴۸	سبزه میدان	۲۵
۳۵۴۸	سلیمانداراب	۷۲	۵۴۹	مرکزی رشت	۲۶
۳۵۴۹	علی آباد	۷۳	۵۹۶	خطبه سرا	۲۷
۳۵۵۰	پیر بازار	۷۴	۶۷۷	لیسار	۲۸
۳۵۵۱	امامزاده هاشم	۷۵	۶۸۱	لوشان	۲۹
۳۵۹۴	دستک	۷۶	۷۱۲	خیابان سپه انزلی	۳۰
۳۵۹۵	گلزار	۷۷	۷۱۳	کپورچال	۳۱
۳۶۰۵	کوی شهید رجایی رشت	۷۸	۷۱۴	ماسال	۳۲
۴۱۴۳	میدان تره بار لنگرود	۷۹	۷۱۵	خشکبیجار	۳۳
۴۱۴۵	بلوار شهید بهشتی	۸۰	۷۱۶	لشت نشاء	۳۴
۴۱۴۶	میرزا کوچک خان	۸۱	۷۲۲	رستم آباد	۳۵
۴۳۲۱	بازارچه ساحلی استارا	۸۲	۷۶۰	سعدی	۳۶
۴۳۵۴	نامجو رشت	۸۳	۸۵۲	حافظ جنوبی لاهیجان	۳۷
۴۳۵۶	بلوار کشاورز لاهیجان	۸۴	۸۷۵	طالقانی	۳۸
۴۳۶۶	آب منطقه ای رشت	۸۵	۸۹۲	بندر کیاشهر	۳۹
۴۵۲۵	اطباء	۸۶	۹۱۳	کسماء	۴۰
۴۵۳۸	بلوار گیلان	۸۷	۱۰۱۳	سیاهکلرود	۴۱
۱۶۹۴	پل عراق	۸۸	۱۰۱۷	انقلاب رودسر	۴۲
۴۵۴۰	شهر صنعتی رشت	۸۹	۱۰۴۴	ضیابر	۴۳
۴۵۵۹	ونوس	۹۰	۱۰۸۸	شاندرمن	۴۴
۳۵۹۲	زیباکنار	۹۱	۱۱۰۳	حویق	۴۵
			۱۱۴۹	بازار جمعه	۴۶

۵-۲- نمونه آماری و حجم نمونه

در پژوهش حاضر، تعداد ۴۵ شعبه یعنی حدود ۵۰ درصد شعب بانک صادرات استان گیلان به عنوان نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. در هر شعبه رئیس شعبه و معاون شعبه و رئیس دایره تسهیلات شعبه اعضای نمونه پژوهش حاضر هستند. بدین ترتیب حجم نمونه تعداد ۴۵ ضربدر ۳ یعنی ۱۳۵ نفرند.

جدول ۳- شعب انتخاب شده بانک صادرات استان گیلان (حجم نمونه)

ردیف	نام شعبه کد شعبه	ردیف	نام شعبه کد شعبه
۱	کلاچای ۷۵	۲۳	شفت ۱۲۰۶
۲	خلیفه آباد ۲۱۲۸	۲۴	بندر کیاشهر ۸۹۲
۳	فومن ۲۴	۲۵	انقلاب رودسر ۱۰۱۷
۴	امامزاده هاشم ۳۵۵۱	۲۶	آیت اله وحید ۲۲۷۱
۵	لیجارکی ۲۱۲۶	۲۷	دستک ۳۵۹۴
۶	خشکبیجار ۷۱۵	۲۸	امام خمینی لنگرود ۵۰۶
۷	شاقاجی ۲۱۶۸	۲۹	لاکانی ۱۹۶۶
۸	سردار جنگل ۱۶۷۰	۳۰	شهید بازاریار ۲۰۰۹
۹	خیابان سپه انزلی ۷۱۲	۳۱	سلیمانداراب ۳۵۴۸
۱۰	بندر انزلی ۲۷	۳۲	پل عراق ۱۶۹۴
۱۱	رودسر ۲۹	۳۳	صومعه سرا ۱۰۶

ردیف	نام شعبه کد شعبه	ردیف	نام شعبه کد شعبه
۱۲	رستم آباد ۷۲۲	۳۴	پیر بازار ۳۵۵۰
۱۳	شاندرمن ۱۰۸۸	۳۵	خیابان تختی ۱۶۹۵
۱۴	لوشان ۶۸۱	۳۶	آستارا ۷۷
۱۵	طلقانی ۸۷۵	۳۷	حویق ۱۱۰۳
۱۶	آیت الله العظمی بهجت ۱۹۶۸	۳۸	سیاهکل ۷۰
۱۷	رحیم آباد ۳۶۹	۳۹	بازارجمعه ۱۱۴۹
۱۸	بلوار امام خمینی ۱۹۶۹	۴۰	رودبار ۲۳۶
۱۹	هشتیر طوالش ۱۱۶	۴۱	بازاررشت ۳۱۴۴
۲۰	سیاهکلرود ۱۰۱۳	۴۲	زیباکنار ۳۵۹۲
۲۱	لوندویل ۳۵۴۵	۴۳	لاهیجان ۱۱
۲۲	چاف ۲۷۴۷	۴۴	قایقران ۱۳۳۷
		۴۵	بنادر و دریانوردی انزلی ۳۰۰۵

۵-۳- متغیرها

نقاط قوت و ضعف و عوامل مؤثر بر کسب سهم بازار پول و سرمایه بانک صادرات استان گیلان بعنوان متغیرهای مستقل و سهم بازار پول و سرمایه استان گیلان بعنوان متغیر وابسته می باشد.

۵-۴- ابزارسنجش

برای جمع آوری داده‌های مربوط به شناسایی عوامل مؤثر بر سهم بازار پول و سرمایه بانک صادرات استان گیلان از پرسشنامه ای که به شرح زیر تهیه و تدوین می‌شود استفاده خواهد شد:

ابتدا با مراجعه به متون مربوطه شاخص‌های مختلفی که به نوعی بر سهم بازار پول و سرمایه مؤثر است استخراج می‌شود. شاخص‌های استخراج شده، در بین ۵ نفر خبره که در زمینه بانکداری حرفه‌ای هستند توزیع شده و از آنان خواسته می‌شود تا این شاخص‌ها را مورد ارزیابی قرار دهند و در صورتی که شاخصی بی ارتباط با موضوع مشاهده شد، حذف و یا اینکه شاخص دیگری به نظرشان رسید اضافه نمایند.

۳- در مرحله سوم شاخص‌ها با توجه به نظرات خبرگان تعدیل شده و به صورت پرسشنامه تدوین می‌یابد و به‌عنوان ابزار سنجش شناسایی عوامل مؤثر بر سهم بازار پول و سرمایه برای بانک صادرات استان گیلان مورد استفاده قرار می‌گیرد. برای پاسخ سوالات تحقیق از سوالات مذکور به شرح زیر استفاده شده است.

جهت تجزیه و تحلیل پرسشنامه ابتدا سوالات کد گذاری خواهند شد. بدین صورت که گزینه بسیار بی اهمیت با عدد ۱، گزینه بی اهمیت با عدد ۲ و گزینه مهم با عدد ۳ و گزینه بسیار مهم با عدد ۴ در مورد عوامل مؤثر بر کسب سهم بازار و همچنین در مورد عوامل داخلی گزینه بسیار ضعیف با عدد ۱، گزینه ضعیف با عدد ۲ و گزینه قوی با عدد ۳ و گزینه بسیار قوی با عدد ۴ برای وضعیت بانک صادرات گیلان نسبت به عوامل مذکور بر کسب سهم بازار و همچنین در مورد عوامل خارجی برای گزینه تهدید جدی عدد ۱، تهدید معمولی عدد ۲، گزینه فرصت معمولی عدد ۳، فرصت استثنایی عدد ۴، نشان داده می‌شوند.

جدول ۴- پرسشنامه بررسی عوامل داخلی

میزان اهمیت عامل فوق بر کسب سهم بازار بسیار مهم مهم بی اهمیت بسیار بی اهمیت	وضعیت بانک صادرات استان گیلان نسبت به این عامل بسیار قوی قوی ضعیف بسیار ضعیف
جدول ۵- پرسشنامه بررسی عوامل خارجی	
میزان اهمیت عامل فوق بر کسب سهم بازار بسیار مهم مهم بی اهمیت بسیار بی اهمیت	تاثیر این عامل بر کسب سهم بازار توسط بانک صادرات گیلان فرصت استثنایی فرصت معمولی تهدید معمولی تهدید جدی

۵-۴-۱- روایی و اعتبار پرسشنامه (credibility, validity)

در این تحقیق برای بررسی روایی، ابتدا ابزار تحقیق (پرسشنامه) به تعدادی صاحب نظر و متخصص در حوزه برنامه ریزی و مدیریت داده شد تا داوری و قضاوت کنند در مورد اینکه اولاً آیا ابزار تحقیق به موضوع تحقیق مربوط است و آن را اندازه گیری می‌کند و ثانیاً آیا ابزار تحقیق تمام ابعاد ممکن موضوع تحقیق را پوشش می‌دهد. در مرحله بعد ابزار تحقیق در جریان تحقیق مقدماتی به لحاظ همبستگی درونی بین معرف‌های هر یک از مفاهیم مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت؛ بنابراین برای بررسی اعتبار ابزار تحقیق از شیوه‌ی اعتبار صوری استفاده شد. منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با

یک شاخص یا معیار است (ساروخانی، ۱۳۸۱). سؤالات اولیه توسط چند تن از اساتید دانشگاه مورد بررسی قرار گرفت، جرح و تعدیل شد و در ادامه به چند نفر از کارشناسان مدیریت کسب و کار و خبرگان بانکداری در بانک صادرات استان گیلان ارائه گشت و مورد توافق قرار گرفت و در نهایت پرسشنامه ی نهایی نیز به تایید اساتید راهنما و مشاور رسید.

۵-۴-۲- پایایی پرسشنامه (Reliability)

در این تحقیق برای سنجش میزان اعتبار مقیاس ها، بعد از انجام دادن پیش آزمون، از آلفای کرونباخ استفاده شده است. جدول زیر ضریب آلفای کرونباخ تست و پاره تست را نشان می دهد.

جدول شماره ۵- کرونباخ

ابعاد	تعداد گویه	پاسخگویان	ضریب آلفای کرونباخ
۱ نوآوری در ارائه خدمات بانکی	۸	۳۰	۰.۸۷
۲ سرمایه گذاری در نیروی انسانی	۴	۳۰	۰.۸۳
۳ کارایی کارکنان	۵	۳۰	۰.۸۸
۴ مکان	۵	۳۰	۰.۹۱
۵ نوسان نرخ سود	۵	۳۰	۰.۷۹۵
۶ اعطای اعتبار در حساب جاری	۳	۳۰	۰.۸۲
۷ اعتبار اسنادی	۳	۳۰	۰.۸۰
۸ اخذ مجوز ارائه خدمت گواهی سپرده	۳	۳۰	۰.۸۴
۹ مشتریان	۱۷	۳۰	۰.۸۸
۱۰ اعتماد	۶	۳۰	۰.۸۱
۱۱ بازاریابی از طریق کارتهای بانکی	۶	۳۰	۰.۸۳

۶- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این قسمت پژوهش حاضر از دو قسمت آمار توصیفی و آمار استنباطی (وضعیت بانک صادرات استان گیلان تشکیل یافته است). در قسمت آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی نمونه آماری شامل سن، جنسیت، میزان تحصیلات، وضعیت تاهل و سابقه شغلی پاسخگویان و در قسمت آمار استنباطی فرضیه های پژوهش مطابق با سطح سنجش آن‌ها با آزمون های آماری مرتبط با مقایسه وضعیت فعلی بانک صادرات استان گیلان از لحاظ برخورداری فاکتورهایی که جهت کسب سهم بازار پول و سرمایه استان گیلان مهم هستند نیازهای بازار پول و سرمایه استان گیلان به این فاکتور ها که مورد بررسی قرار می گیرد.

۴-۱- آزمون های بکاررفته در پژوهش

۱- آزمون آلفای کرونباخ:

مربوط به همگونی گویه های (سؤالات) پژوهش است. فرض اصلی این آزمون بر همگونی درونی داده‌هاست.

۲- آزمون کولموگروف اسمیرنوف و شاپیروویلیک

این آزمون به بررسی توزیع نرمال داده‌ها در داده‌های به دست آمده از پژوهش می پردازد.

۳- آزمون chi-square (مجذور مربع)

مشهور ترین آزمون های آمار غیر پارامتریک، آزمون خی دو یا کای اسکوار می باشد که در تحلیل های آماری، بسیار از آن استفاده می شود. فرآیند آزمون با دسته بندی یک متغیر در تعدادی طبقات، به محاسبه آماره کای اسکوار می پردازد.

۴- آزمون فریدمن

در تحقیق حاضر عواملی مانند شناخت نیاز مشتریان و نوآوری و صدور اعتبارات اسنادی توسط آزمون فریدمن رتبه بندی گردید که به ترتیب نوآوری رتبه ۶/۱۹ و صدور اعتبارات اسنادی رتبه ۶/۱۵ و شناخت نیاز مشتریان رتبه ۵/۵۰ را در سطح معناداری ۰/۴۳۱ کسب کرده اند.

نتیجه گیری

با توجه به مسئله روز دنیا که رقابت است و در مورد بانک‌ها نمود بیشتری یافته است شناخت نیاز مشتریان از اهمیت ویژه ای برخوردار است و در عین حال باید از سرمایه گذاری در نیروی انسانی غافل بود. نوآوری و کیفیت می توانند پاسخ مناسب بعد از شناخت نیاز مشتریان باشد. اعتماد نیز علاوه بر ابعاد اجتماعی بر ابعاد ساختار فنی و تکنولوژی نیز دلالت دارد که باید مورد توجه باشد. باید همواره کارکنان را سرمایه اصلی بانک صادرات بدانیم و بر خلاقیت، نوآوری آنان ارزش قائل شویم که می تواند فرهنگ سازمانی را به نوعی تقویت کند. با توجه به نیاز روز مشتریان و عدم وقت کافی برای حضور در شعب باید بازاریابی برای کسب

سهم بیشتر بازار برای پاسخدهی به صرفه جویی در وقت مشتریان سعی فراوان نمود. با توجه به نرخ توافقی سود و نرخ ارزان سود تسهیلات بانک صادرات نسبت به بانک و موسسات خصوصی شرکتی و شخصی را لحاظ کرد و سپس به توزیع کارت های سپهری به خصوص واریزی های گروهی را مد نظر دارد و در نهایت برای حفظ مشتریان و تشخیص و درک نیازهای آنان ارتباط بلند مدت با آنان را در دستور کار قرار داد.

-پیشنهادهای تحقیق

الف-پیشنهادهای کاربردی

۱- سه استراتژی مذکور در این تحقیق به عنوان پیشنهادهای اصلی تحقیق به مدیران ذی ربط در بانک صادرات گیلان ارائه می گردد. علاوه بر آن می توان موارد دیگری را بر گرفته از نتایج تحقیق حاضر به عنوان راهکارهای عملیاتی و کاربردی به شرح ذیل پیشنهاد داد:

شناخت نیاز مشتریان از طریق تشکیل گروهی متشکل از مدیران عالی بانک صادرات گیلان با مشتریان سر شناس و معتبر اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی و تشریح مساعی با آنان به صورت سالانه
نظر سنجی از کلیه مشتریان اعم از حقیقی و حقوقی طی برگه های نظر سنجی از طریق شعب به صورت سالانه
ایجاد سامانه ارتباط با مشتریان

تداوم افتتاح حساب دانش آموزی برای دانش آموزان سال اول ابتدایی و اهداء هدایای غیر نقدی به دانش آموزان برای شکل گیری سهم ذهنی و عاطفی آنان به عنوان مشتریان بالقوه بانک صادرات گیلان
شرکت در طرح های عمرانی نظیر ساخت زیر ساخت ها از قبیل اتوبان ها، پل ها همراه با نشان دادن آرم بانک صادرات در کنار مشخصات پروژه در دست احداث و تبلیغات آن از طریق رسانه های گروهی
بها دادن به همکاران نخبه و ایده پرداز و ایده های جدید و استفاده از نظرات آن ها نه فقط از طریق درج در هفته نامه سپهر، بلکه دعوت حضوری از آن ها در قالب جلسات هم اندیشی و تشکیل اتاق فکر و استفاده و مورد تجزیه و تحلیل قرار افکار و نظرات آنان توسط مدیران عالی بانک صادرات گیلان

حضور بیشتر در کارهای فرهنگی (فیلم و تئاتر و نقاشی) و نمایشگاه ها و بها دادن به کارهای برتر به خصوص از جانب کودکان به عنوان مشتریان بالقوه بانک

حضور بیشتر در کارهای عام المنفعه از جمله ساختن مدارس و ورزشگاه ها برای ساختن یک جامعه سالم و فعال و به وجود آمدن سهم ذهنی خوب از بانک صادرات گیلان

غافل نشدن مدیران عالی بانک صادرات گیلان از اهمیت قائل شدن برای آموزش و مدیریت و تسهیم دانش و تربیت نیروی متخصص با توجه به مقوله های کیفیت و نوآوری و مزیت رقابتی در بازار رقابتی پول و سرمایه
غافل نبودن از تشکیل بودن شعب که نماینده بانک صادرات گیلان هستند، چه از لحاظ محیط داخلی و نصب دستگاه های تهویه با شمیم معطر و چه از لحاظ محیط خارجی که برای مشتریان و احساس و ذهنیت خوبی از بانک صادرات گیلان ایجاد کند.
اگر قرار است شعبی به صورت اجاره و یا احداثی برای بانک صادرات گیلان ایجاد شود، در مراحل کارشناسی مکان، به مسئله پارکینگ اتومبیل مشتری و یا دست کم نزدیکی به پارکینگ عمومی توجه شود.

به مدیران بانک صادرات گیلان توصیه می شود که مقوله شایسته سالاری را در انتصابات کارکنان مد نظر قرار دهند که سبب ایجاد انگیزه و دلگرمی بیشتر و به تبع آن کارایی و بهره وری بیشتر در کارکنان (سرمایه اصلی بانک صادرات گیلان) شده و مزیت رقابتی را در بازار پول و سرمایه استان رقم خواهد زد که قابل تقلید توسط رقبا نخواهد بود.

مسئله متحدالشکل بودن لباس کارکنان و وضع ظاهری آنان از طرف مدیران عالی و میانی بانک صادرات گیلان در بازدیدها جدی گرفته شود چونکه از لحاظ روحی و روانی در کارکنان بانک نوعی اعتماد به نفس و تعلق خاطر سازمانی ایجاد و مروج تقویت فرهنگ سازمانی و بهره وری بالا و مزیت رقابتی را در پی خواهد داشت.

به مدیران عالی بانک صادرات گیلان توصیه می شود تا نسبت به ترویج خدمت اعتبارات اسنادی (L.C) ارزی و ریالی و همچنین ضمانت نامه های ارزی و ریالی که باعث جذب منابع ارزان قیمت و کسب کارمزد قابل توجه برای بانک و مهم ترین منبع درآمد بعد از سرمایه بانک و یکی از عوامل افزایشی سهم بازار پول و سرمایه برای بانک صادرات گیلان در بازار پولی و سرمایه ای استان هستند توجه و حساسیت ویژه داشته باشند.

مجوز اخذ گواهی سپرده نیز در جذب منابع از طریق ارگان ها و دستگاه های دولتی و غیردولتی برای تأمین مالی اجرای طرح ها و پروژه ها برای این سازمان ها، برای بانک صادرات گیلان کمک شایانی است و به مدیران عالی بانک صادرات گیلان توصیه می شود که در این مهم بکوشند.

غافل نشدن مدیران عالی از بهبود مستمر برای زیرساخت های فنی و خدمات برای ارتقای کیفیت خدمات و محصولات بانکی و به تبع آن ایجاد مزیت رقابتی.

جدی گرفتن مدیران بانک صادرات گیلان در رابطه با فناوری اطلاعات و بانک اطلاعاتی در مورد مشتریان و صدور پیامک برای مشتریان مناسبت‌های مختلف و ایجاد کردن احساس کرامت و شخصیت در مشتریان از این طریق.

ب) پیشنهادهای پژوهشی

۱- پیشنهاد می‌شود روی موضوع خدمت اعتبار اسنادی (L.C) که انواع مختلف را شامل می‌شود و با توجه به اینکه جنبه بین‌المللی دارد و هم اینکه قسمت اعظم درآمد بانک‌ها به‌خصوص شعب خارج کشور می‌تواند از محل ارائه خدمت اعتبار اسنادی به دست آید در قالب یک طرح پژوهشی موردعنايت قرار گیرد.

۲- ضمانت‌نامه‌ها چه ارزی، چه ریالی نیز در بازار رقابت امروز در بانک‌ها به خاطر ایجاد منابع ارزان قیمت و کسب کارمزد قابل توجه موردعنايت هست، لذا شایسته است به‌عنوان موضوع تحقیق پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشگاهی موردتحقیق و پژوهش قرار گیرند.

پیشنهاد می‌شود که استراتژی‌های مستخرج از این تحقیق برای کسب سهم بیشتر بازار پول و سرمایه بانک صادرات گیلان در قالب طرح‌های پژوهشی و رساله‌های تحصیلی جهت ارائه برنامه‌های عملیاتی مناسب انجام گیرند.

منابع

۱. ادریسی، احمد ۱۳۹۳، مدیریت دانش مشتری در بازاریابی و مدیریت زنجیره تأمین با نگاه داده‌کاوی " نشریه منابع انسانی "
۲. آذر، عادل، مؤمنی، منصور، آمار و کاربرد آن در مدیریت، تحلیل آماری، جلد دوم، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی)
۳. اردکانی، سعید، (۱۳۸۸)، ترکیب الگوریتم ژنتیک و مدل معادله ساختاری به منظور بررسی رویه های منابع انسانی بر عملکرد سازمانی جهت ایجاد مزیت رقابتی پایدار برای بانک‌ها و موسسات مالی ف مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنجند فرودین ۹۳
۴. اسماعیل نیا، مصطفی، ۱۳۹۱، بانکداری اختصاصی و شرکتها روزنامه دنیای اقتصاد، شماره ۲۶۷۶.
۵. اعرابی، سید محمد، (۱۳۸۸)، مدیریت و برنامه ریزی استراتژیک دفتر پژوهش های فرهنگی، پژوهشکده مدیریت سما، مهکامه
۶. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰ اداره بررسها و سیاست های اقتصادی، دایره پولی.
۷. حق دوست، علی اکبر، ۱۳۹۲، آیا می خواهید مفهوم حجم نمونه و توان آزمون ها یاماری را عمیق تر درک نمائید. مجله اپیدمیولوژی ایران - مرکز تحقیقات فیزیولوژی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان - ایران
۸. حقیقت، سید صادق، ۱۳۸۲، بر حاشیه روش تحقیق در علوم سیاسی، نشریه دانش پژوهان
۹. دلاور، ع و نقش بندی، ۱۳۸۸، تحلیل آماریدر روانشناسی و علوم تربیتی، تهران، انتشارات ارسباران
۱۰. ساروخانی، باقر (۱۳۸۸) روش های تحقیق در علوم اجتماعی (۳جلد)، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران
۱۱. شهبازی - مهری، ۱۳۸۵، نیازهای اطلاعاتی، رفتار و الگوی اطلاع یابی، بانک مقالات جهانی، فصل نامه کتابداری و اطلاع رسانی، شماره ۳۳
۱۲. صادقی راد، حمید، (۱۳۹۱)، حسابداری منابع انسانی نیاز امروز، مجله آموزشی و پژوهشی
۱۳. قهرمانی اقدم، غلامحسین، کهن، مهدی، ۱۳۹۱ سرمایه های فکری و مدیریت منابع انسانی، مجله آموزشی و پژوهشی
۱۴. کیت وارد، روشنايدر، ۱۳۸۸، مدیریت استراتژی مالی - ترجمه دکر سید محمد اعرابی، دکتر محرم از مجویی، پژوهشکده مدیریت سما، مهکامه، بهار ۱۳۸۸.
۱۵. معروفی، محسن، (۲۰۱۱)، بررسی مقایسه ای روش های کمی و کیفی و تحقیقات اجتماعی و رفتاری، نشریه serches
۱۶. ملک محمودی، فرشته، گلناز قهرمان، ۱۳۸۷، نقش بانک‌های خصوصی بر تحولات سیستم بانکداری ایران، دانشگاه اصفهان.

17. Anan M. Rawashdeh TQM As a Source of bank performance and competitive advantage empirical study in Jordanian banking sector European scientific institute, 2014.
18. Aghatahir.I Jaz, Asghar. Ali Measuring Bank s Service Attitude:An approach to employee and customer acuties, principal pun Job Go up of colleges - Lahore, Pakistan, IOSR Journal of Business and Management -Jun - feb,2013.
19. Alexander. Evseevich karlik and Anatolienna. Iakov leva" Review of economic efficiency idices form enterprises innovative activities, Petersburg state university of economics, life science Journal 2014.
20. Ama, GoID, IAURENCE N. GOID ' American Marketing Association, TOP50 - Report, Marketing News.Jornal, 1JUNE,2014.
21. Anne, Gentil, Becott, Anne. Mansus, Salvatore. Mele, Martin. uesper. " in the dissemination of science " scoap3 Journals, 27. August, 2014.

22. Anup. shah, " Golobal Financial Crisis " Global issues Jornal, 24 March, 2013
23. Central Bank Islamic Republic Iran " Iran financial services fore cast, Economist intelligence unit August 1, 2008, Iran and in Islamic Banking Assets Zawya – 2009/12/11, retrieved 2012.1.8
24. Scientific Exploration, Submitted 2/2/2013.
25. David. Solomon, Bo. christer. B- Jork " Developing an effective Market open Access Article Processing Charges, Hanken School of economics, Hel sinki, Finland, international Journal of Project of management, March 2014.
26. Jesse. Bricker and Coaporators " Changes in u.s Family finances form 2010 to 2013: Evidence form the survey of consumer finances, Federal
27. John. Chetelat, Marc, Amyot " Climate impacts on Northern Canada: Regional Back ground, Ambio: A Journal of the Human Environment, Published by Royal Swedish Acodemy of sciences, 2014.
28. Johna. Mathews and Hao. Tan " Economics Mechanics and Mininig Scienes October 31, 2014.
29. Khaled. Asaeed " Communication Technology on the performance of Libyan Banks school of Accounting and finance leeds Metropolitan University,2014.
30. kobi, anon linear inverstigation of the twin deficits hypothesis over the bvsiness cycle, 2014
31. Koch, Aresearch on the customer relation ship manage meno (CRM) Based on the communication Approach, Islamic Azad university (IAV), Tehran, Iran, life science journal, 2014.
32. Parviz. Piry, Maryam, Yokhan: Al Khiyani, Sammane. Barzegary sadekhiyani, Syad Ahmad. Hassan Nejad " A Study on the effects of intellectual capital efficiency on economic performance, Growing science Journal, 2014.
33. Samir. Suyator and Aliya,Nurgaliyeva " Modernization of the system of Credit risk manegment in the second tier banks of the Republic of Kazakhstan, Life science Journal, 2014..
34. Stephania. A Sweat, Eric. Estrada, Julie. Anich, Julian. Elis, Carol. okada, MD. Pete averson " What business does LoDo need ? Al pine Bank introduces itself with loan Contest, " DENVER Business Journal, April 25,2014.
35. Waren. Group " Banking New England " Bank of England quartretrty Bulletin 2014. July – August 2014.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی