

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانک‌ها (مطالعه موردی، بانک تجارت استان زنجان)

نوع مقاله: پژوهشی

یوسف ابراهیمی^۱

یعقوب علوی متین^۲

سحر خوش فطرت^۳

حسن رفاقت^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۶/۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۱۴

چکیده

بانک‌ها ضمن همراهی با برنامه‌های اقتصادی کشورها، به دنبال کسب منفعت برای ذینفعان خود نیز هستند. برای تحقق این اهداف، نیازمند تجهیز و تخصیص بهینه منابع می‌باشند که یکی از مسائل مهم در این زمینه، شناخت عوامل مؤثر در جذب منابع است. هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار بر تأمین منابع بانکی است. برای رسیدن به هدف تحقیق، با مرور پیشینه تحقیق، رسالت بانک و نظرات کارشناسان بانکی، ۶۲ عامل در قالب پرسشنامه‌ای ارائه شد. پایایی پرسشنامه پس از تأیید خبرگان بانکی و انجام پیش‌آزمون، با آلفای کرنباخ آزمون و تأیید گردید. بعد از جمع‌آوری داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه، شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر روش‌های جذب منابع با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (مدل حداقل مربعات جزئی) و انجام تحلیل عاملی، استخراج شد. بر اساس مقادیر t -value به دست آمده که بالاتر از عدد ۱/۹۶ گردید، تأثیر مجموعه عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی بر تجهیز منابع، به‌طور کلی تأیید شد. این ارتباط در بخش ابعاد عوامل درون‌سازمانی نیز تأیید گردید. با توجه به ضرایب مسیر به دست آمده در مدل نهایی پژوهش، میزان تأثیرگذاری عوامل درون‌سازمانی (۰/۸۶۳) نسبت به عوامل

۱ دانشجوی دکتری مالی (گرایش مهندسی مالی)، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
Ebrahimi_yousef1357@yahoo.com

۲ استادیار، گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران (نویسنده مسئول)
Alavimatin@iaut.ac.ir

۳ استادیار، گروه ریاضی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
saharkhoshfetrat@iaut.ac.ir

۴ استادیار، گروه ریاضی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران
H.refaghat@iaut.ac.ir

۱۵۶ شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر ... / یوسف ابراهیمی، یعقوب علوی متین، سحر خوش فطرت، حسن رفاقت

برون‌سازمانی (0/192) در تجهیز منابع بیشتر است. در بررسی تأثیرگذاری ابعاد عوامل درون‌سازمانی؛ عوامل ارتباطی و انسانی، خدماتی، فیزیکی و مالی به ترتیب در اولویت ۱ تا ۴ قرار گرفتند.

کلمات کلیدی: تحلیل عاملی؛ حداقل مربعات جزئی؛ عوامل برون‌سازمانی؛ عوامل درون‌سازمانی.

طبقه‌بندی JEL: G2, G3, C



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

یکی از بخش‌های مهم اقتصاد هر کشور نظام مالی هست که تأثیر بالایی در رشد و شکوفایی اقتصاد دارد. بانک‌ها و مؤسسات مالی از جمله نهادهای مالی هستند که به‌عنوان واسطه، نقش مؤثری در تجهیز و تخصیص منابع مالی ایفا می‌کنند. وجود سیستم مالی پیشرفته منجر به ایجاد ثبات مالی در سطح ملی و بین‌المللی می‌گردد. در کشورهای توسعه‌یافته، همسو بودن رشد نظام مالی و رشد اقتصادی قابل‌توجه بوده است (محسنی، ۱۳۹۵).

در اقتصاد تمام کشورها برای اعمال سیاست‌های پولی، بانک‌ها نقش اصلی را ایفا می‌کنند. رسالت بانک‌ها عمدتاً بر این اصل استوار است که از یک‌سو وجوه سرگردان جامعه را در قالب سپرده‌ها جمع‌آوری و از سوی دیگر تلاش کنند که منابع را به بخش‌های گوناگون اقتصادی در قالب تسهیلات به صورت بهینه تخصیص دهند تا بتوانند مطابق با اهداف دولت در راستای تحقق توسعه پایدار از منابع جمع‌آوری‌شده به‌صورت هدفمند استفاده کنند (اختیاری و همکاران، ۱۳۹۴).

بانک‌ها در کنار کمک به اجرای برنامه‌های مصوب اقتصادی و تأثیرگذاری در رشد اقتصادی کشورها، باید برای ذینفعان خود؛ یعنی سپرده‌گذاران و سهامداران هم‌سود به دست بیاورند. تجهیز و تخصیص بهینه منابع مالی یکی از مهم‌ترین عواملی است که بانک‌ها را در رسیدن به اهداف ذکرشده، توانمند خواهد ساخت (جمشیدی و علیزاده، ۱۳۹۴).

با توجه به تأثیرگذاری سیستم بانکی در شرایط مختلف اقتصادی، این سیستم همیشه موردتوجه دولتمردان و اقتصاددانان بوده و همیشه بخشی از مشکلات اقتصادی از دیدگاه آنان ریشه در ضعف سیستم بانکی دارد. چگونگی اجرای وظایف اصلی نظام بانکی (تجهیز و تخصیص منابع) منجر به ضعف یا قوت این نظام خواهد شد؛ همان‌طور که مصارف نامطلوب سپرده‌ها باعث ایجاد مشکلات اقتصادی می‌شود، بهینه نبودن تأمین مالی نیز مشکلات زیادی برای سیستم بانکی ایجاد کرده و در اقتصاد و جامعه اثرات نامطلوبی خواهد داشت (محمدزاده و همکاران، ۲۰۱۰).

با توجه به مقررات، ابزارهای موجود، شرایط اجتماعی و اقتصادی، تأمین مالی در بانک‌های کشورهای مختلف به طرق مختلف انجام می‌شود؛ برای مثال در آمریکا و برخی کشورهای اروپایی، بانک‌ها منابع مالی خود را از سه طریق: (۱) سپرده، (۲) وام غیر سپرده و (۳) سهام و عایدات تقسیم‌نشده به دست می‌آورند. در این کشورها بر اساس روش‌های تأمین مالی؛ بانک‌ها در دو گروه قرار می‌گیرند؛ (۱) بانک‌هایی که در تأمین وجوه، اتکای کمتری به سپرده‌گذاران دارند و بیشتر وجوه خود را از بازارهای پول داخلی و بین‌المللی تأمین می‌کنند و بانک‌های مرکز پول شناخته می‌

شوند. ۲) در مقابل بانک‌های منطقه‌ای وجود دارند که بیش از هر چیز در تأمین وجوه، به سپرده‌ها وابسته هستند (فبوزی و همکاران، ۲۰۰۹).

سپرده‌های مردم در ایران، بیشترین سهم را در تأمین منابع بانک‌ها دارند. باوجود شرایط رقابتی بالا بین بانک‌های خصوصی، دولتی و برخی مؤسسات مالی و شرایط اقتصادی حاکم بر کشور، بانک‌ها در تجهیز منابع با محدودیت‌هایی روبرو هستند. در رقابت بین مؤسسات مالی، وجود نرخ‌های سپرده و تسهیلات نامتعارف و ناهمسان باعث کاهش سپرده‌ها در برخی بانک‌ها و افزایش آن در برخی مؤسسات مالی می‌گردد. شرایط اقتصادی (تورم و رکود) نیز منجر به خروج سپرده‌ها و انتقال آن‌ها به سایر حوزه‌های سرمایه‌گذاری (ارز، طلا، مسکن و ...) می‌شود؛ بنابراین شناخت عوامل تأثیرگذار در جذب منابع بانکی از مسائل مهم و تأثیرگذار در عملیات سیستم بانکی بوده که این عوامل در دو گروه عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی قابل تفکیک می‌باشند (ابراهیمی، ۱۳۸۹).

نرخ تورم، عرضه پول، درآمد ملی، رشد اقتصادی، تولید ناخالص داخلی و سیاست‌های بانک مرکزی، بخشی از عوامل برون‌سازمانی هستند که غیرقابل کنترل و مدیریت هستند. عوامل خدماتی، مالی، ارتباطی و انسانی، فیزیکی به‌عنوان ابعاد عوامل درون‌سازمانی بوده که قابل کنترل و مدیریت هستند (نوری، ۱۳۵).

تحقیقات مختلفی در زمینه تجهیز و تخصیص منابع بانکی به روش‌های مختلف انجام گرفته است. از جمله این روش‌ها می‌توان به مدل‌های خطی و خطی تعمیم‌یافته، مدل پویاسازی تصادفی و روش‌های دیگر اشاره کرد. در این تحقیق تلاش می‌شود با استفاده از رویکرد حداقل مربعات جزئی (از روش‌های مدل‌سازی معادلات ساختاری) عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانک تجارت منطقه زنجان شناسایی و رتبه‌بندی شود و به پرسش اصلی این تحقیق، یعنی اولویت عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی با مدل‌سازی معادلات ساختاری چگونه هست؟ پاسخ داده شود. در ادامه ابتدا مبانی نظری و پیشینه پژوهش و سپس روش و یافته‌های پژوهش ارائه می‌شوند و در نهایت پیشنهادها و پژوهش مبتنی یافته‌ها و جهت پژوهش‌های آتی ارائه خواهد شد که انتظار می‌رود راهگشای چالش‌های پیش روی این حوزه علمی گردد.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۱. مبانی نظری

با توجه به مقررات، شرایط اقتصادی و اجتماعی و ابزارهای موجود، تأمین مالی بانکها در کشورها به طرق مختلف انجام می‌گیرد. تأمین مالی در ایران از طریق بدهی‌ها و سرمایه انجام می‌شود که بیشترین سهم از منابع بانک را بدهی‌ها دارند. بدهی‌ها شامل سپرده‌های مردم و استقراض از سایر بانکها است و مهم‌ترین سپرده‌ها را؛ سپرده‌های دیداری، غیر دیداری و سایر سپرده‌ها تشکیل می‌دهند. سپرده‌های دیداری یا جاری همانند وجه نقد قابلیت نقل و انتقال داشته و بدون اطلاع قبلی و به محض مطالبه آن از بانک، قابل پرداخت هستند. این گروه از سپرده‌ها سودی به آن‌ها تعلق نمی‌گیرد، در قالب قرض در اختیار بانک قرار می‌گیرد و مشتری هرزمانی که نیاز به آن داشته باشد می‌تواند مستقیماً آن را برداشت نماید و یا از طریق صدور چک به دیگری انتقال دهد. در مقابل، سپرده‌های غیر دیداری با توافق بین بانک و مشتری در اختیار بانک قرار داده شده و بازپرداخت آن در سررسید یعنی با اخطار قبلی مشتری و یا با شرایط دیگر و بدون اخطار قبلی از طریق بانک امکان‌پذیر است. استفاده از این سپرده‌ها که شامل سپرده‌های پس‌انداز و سپرده‌های مدت‌دار هست به‌طور مستقیم بوده و قابلیت نقل و انتقال نداشته است (جمشیدی و علیزاده، ۱۳۹۴).

بخش سوم سپرده‌ها شامل سایر سپرده‌ها می‌گردد که مهم‌ترین آن‌ها؛ سپرده نقدی ضمانت‌نامه‌های صادره و پیش دریافت اعتبارات اسنادی هست. در روش استقراض از سایر بانکها، برای جبران کسری ذخیره قانونی، از بانک مرکزی و سایر بانکها وام گرفته می‌شود. تنزیل مجدد اسناد، یکی از روش‌های گرفتن وام از بانک مرکزی است. سرمایه به‌عنوان دومین روش تجهیز منابع بانکی بوده و مقصود از آن، ارزش ویژه بانک است و مقدار آن برابر با تفاوت بین کل دارایی‌ها و بدهی‌ها است. بانک این وجوه را می‌تواند با انتشار سهام جدید یا از محل سود انباشته، تأمین کند. سرمایه بانک به‌عنوان سپر در مقابل ورشکستگی استفاده می‌شود و اگر ارزش دارایی‌های بانک از بدهی‌هایش کمتر باشد، ورشکست خواهد شد.

عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی شامل دو گروه؛ عوامل قابل کنترل مدیریت یا درون‌سازمانی و عوامل غیرقابل کنترل مدیریت یا برون‌سازمانی می‌باشند. عوامل درون‌سازمانی را می‌توان در چهار گروه کلی؛ عوامل خدماتی، مالی، ارتباطی و انسانی و فیزیکی قرارداد که البته هرکدام دارای زیرشاخه‌هایی می‌باشند. عوامل برون‌سازمانی شامل عواملی از قبیل نرخ تورم، درآمد ملی، سیاست‌های بانک مرکزی، فعالیت رقبا و فعالیت سایر بازارها هستند. (فدائی و اسماعیلی، ۱۳۹۵). در ادامه به تشریح هرکدام از عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی پرداخته می‌شود:

عوامل خدماتی: از جمله شاخص‌های تشکیل‌دهنده عوامل خدماتی می‌توان به تنوع خدمات بانکی، کیفیت خدمات بانکی، خدمات بانکداری الکترونیک و مهارت تخصصی کارکنان اشاره نمود. بهبود و متنوع سازی خدمات در سیستم بانکی می‌تواند هم باعث سودآوری و بهره‌وری بانک‌ها شده و هم باعث جذب منابع بیشتر شود؛ بنابراین باید خدمات بانکی را بهبود بخشید و این راهی است که تمام بانک‌های موفق دنیا آن را آزموده و نتیجه گرفته‌اند (نوری، ۱۳۹۵).

عوامل مالی: در بخش عوامل مالی؛ نرخ سود پرداختی به سپرده‌ها، نرخ سود و میزان تسهیلات پرداختی از مهم‌ترین شاخص‌ها می‌باشند. همان‌طور که می‌دانیم مشتریان بانک ترجیح می‌دهند پس‌اندازهای خود را در سپرده‌های بلندمدت بانکی سرمایه‌گذاری کنند. از طرف دیگر مشتریان انتظار دارند که با توجه به سپرده خود، تسهیلات لازم را با کمترین نرخ سود در زمان موردنیاز دریافت کنند. درواقع سرمایه‌گذاران و وام‌گیرندگان جهت سرمایه‌گذاری و اخذ وام به سمت بانکی می‌روند که سود سپرده بالا و نرخ بهره پایین داشته باشد. (درستکار و رنجبر، ۱۳۹۸).

عوامل فیزیکی: از دیگر عوامل درون‌سازمانی تأثیرگذار در تجهیز منابع بانکی عوامل فیزیکی است که محل استقرار شعب، امکانات فیزیکی شعب و طراحی و زیبایی داخلی و خارجی فضای شعب از شاخص‌های مهم آن می‌باشند. ایجاد شعب در مناطق مختلف، ضمن ارائه خدمات بهتر، حوزه وسیع‌تری را مورد پوشش قرار می‌دهد (قره داغی قهرمانلوئی، ۱۳۹۳).

عوامل ارتباطی و انسانی: یکی دیگر از عوامل تأثیرگذار در تجهیز منابع، عوامل ارتباطی و انسانی است که؛ تبلیغات، نحوه برخورد کارکنان با مشتریان و ویژگی‌های فردی کارکنان از شاخص‌های مهم این بخش می‌باشند. تبلیغات یکی از فاکتورهای مهم عوامل ارتباطی و انسانی است. هدف تبلیغات در یک بانک، عبارتست از معرفی جایگاه و توانمندی‌های یک بانک و ایجاد روشننگری‌های لازم در مورد شرایط و موقعیت منحصر به فرد آن بانک در زمینه ارائه خدمات به مشتریان. در عین حال تبلیغ خدمات بانکی باید به نحو موفق و درستی آن را معرفی کند (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۴).

سیاست‌های بانک مرکزی: یکی از متغیرهای اساسی در فعالیت‌های بانکی، تصمیم‌گیری برای نرخ‌های سود سپرده‌ها و تسهیلات بانکی است که بانک مرکزی نرخ سود تسهیلات و نرخ سود سپرده را به‌عنوان مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر فعالیت‌های اقتصادی، تعیین و بر آن‌ها نظارت می‌کند. باوجود نظارت بانک مرکزی، برخی بانک‌ها به اشکال مختلف، در قالب طرح‌های خاص سود بالاتری را پرداخت می‌کنند. (درستکار و رنجبر، ۱۳۹۸).

فعالیت رقبا: یکی از فاکتورهای مؤثر در تجهیز منابع، میزان فعالیت رقبا است. بانک‌ها و مؤسسات مالی رقیب با ارائه خدمات بهتر و تبلیغات مناسب‌تر سعی در جذب منابع بانک را دارند.

فعالیت برخی رقبا به‌ویژه در زمان‌هایی که دستورالعمل‌های بانک مرکزی در حوزه تخصیص و تجهیز منابع، به‌درستی انجام نمی‌دهند، تهدیدی برای کاهش منابع بانک می‌باشند. برای مثال در زمان صدور ضمانت‌نامه با اخذ سپرده نقدی به میزان کمتر از حداقل درصد تعیین‌شده توسط بانک مرکزی باعث خروج منابع بانک‌های دیگر می‌شوند (ابراهیمی، ۱۳۸۹).

نواسانات سایر بازارها: بازارهای مختلفی به‌عنوان رقیب صنعت بانکداری عمل نموده و نواسانات آن‌ها در خروج منابع بانک‌ها تأثیرگذار است. از جمله این بازارها می‌توان به بازارهای بورس، طلا و ارز اشاره نمود (قره داغی قهرمانلوئی، ۱۳۹۳).

نرخ تورم: بالا بودن نرخ تورم یکی از موانع موفقیت بانک‌ها در جذب پس‌اندازهای مردم است. البته نرخ تورم بالا ناشی از افزایش نقدینگی حاصل از تأمین کسری بودجه از طریق نظام بانکی است. از لحاظ نظری ثابت‌شده است که چنانچه سود سپرده‌های بانکی در پی کاهش نرخ سود تسهیلات کاسته شود و این قضیه باعث جبران کاهش ارزش پول سپرده‌گذار نشود، یعنی پایین‌تر از نرخ تورم باشد، منطقاً سبب خروج سپرده‌ها از بانک‌ها و انتقال آن‌ها به سایر بازارها همچون؛ بازار سرمایه، ارز، طلا، مسکن و ... می‌گردد (صفری و رأفتی، ۱۳۹۸).

۲-۱. پیشینه پژوهش

۱-۲-۱. تحقیقات داخلی

جوان امانی و اکبری (۱۴۰۱) تأثیر کیفیت خدمات بانکداری بر رضایت مندی مشتریان بانک مسکن تهران را با استفاده از مدل سروکوال بررسی کردند. براساس نتایج بدست آمده؛ عوامل محسوس بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات در بانک مسکن شهر تهران تأثیر گذار است، همدلی بین کارکنان بانک و مشتریان، ضمانت و تضمین بانک و مسئولیت‌پذیری بانک بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات در بانک مسکن تأثیر گذار است، ابعاد ظاهری و فیزیکی تأثیر مثبتی در رضایت مشتریان از کیفیت خدمات بانک مسکن شهر تهران دارد. همچنین نتایج حکایت از لزوم توجه هر چه بیشتر به عوامل محسوس در بانک مسکن و قوت این بانک در جلب اعتماد عمومی دارد.

تهرانی و بیگدلو (۱۳۹۹) به بررسی نقش واسطه‌گری مالی بانک‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران و عوامل مؤثر بر آن پرداختند. نتایج پژوهش نمایانگر عملکرد ضعیف در ایجاد نقدینگی و وجود ارتباط معنادار و مستقیم بین متغیرهای اندازه بانک، نسبت کل وام به کل سپرده‌ها و نسبت آبی با شاخص ایجاد نقدینگی بانک‌های عضو نمونه آماری است و در ارزیابی رابطه بین تغییرات شاخص بازار سهام و ایجاد نقدینگی بانک‌ها، این رابطه معکوس شد و می‌توان بیان کرد که بارونق بازار

سرمایه، نرخ‌های سپرده بانکی جذابیت خود را نزد سرمایه‌گذاران از دست می‌دهند که به کاهش سپرده‌ها نزد بانک منجر می‌شود و در نتیجه ایجاد نقدینگی بانک‌ها به علت کاهش منابع در دسترس کاهش می‌یابد.

آهنج و همکاران (۱۳۹۸) عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار در بانک پاسارگاد استان قم را بررسی کردند. شناسایی اولیه عوامل مؤثر با بررسی پیشینه موضوع و استفاده از نظرات خبرگان انجام شده است که این عوامل عبارت‌اند از: تبلیغات، سود پرداختی، تعدد شعب، تنوع خدمات، مهارت کارکنان. داده‌های لازم با استفاده از پرسش‌نامه از نمونه آماری که شامل ۲۰۴ نفر از مشتریان بانک پاسارگاد استان قم بود، گردآوری شد. بعد از جمع‌آوری داده‌ها برای تحلیل آن‌ها از آزمون‌های کولموگروف اسمیرنوف و فریدمن استفاده شد. تحلیل داده‌ها نشان داد همه عوامل شناسایی‌شده، در جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار، اهمیت دارند و ترتیب اولویت آن‌ها به ترتیب با سود پرداختی، تنوع خدمات، مهارت کارکنان، تبلیغات و تعدد شعب است.

پارسا نژاد گوهری (۱۳۹۶) تأثیر عوامل درون‌سازمانی بر جذب منابع بانکی در بانک ملی شهر اصفهان را مورد بررسی قرار داد. بررسی و تحلیل عوامل با استفاده از دیدگاه مشتریان انجام گرفته، و از نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، استفاده شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، اولویت ابعاد عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب سپرده‌های بانکی در جامعه آماری پژوهش به ترتیب با عوامل خدماتی، عوامل مالی، عوامل ارتباطی و انسانی و عوامل فیزیکی است. بر این اساس عوامل خدماتی بیشترین و عوامل فیزیکی کمترین تأثیر را در جذب منابع بانکی دارند.

پاسپان و روحی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر حجم سپرده‌ها در سیستم بانکی در سال‌های ۱۳۶۳ تا ۱۳۸۹ با روش خود رگرسیون برداری به بررسی رابطه میان منابع سیستم بانکی و عواملی نظیر نرخ تورم، درآمد سرانه ملی، نرخ ارز در بازار آزاد، قیمت سکه، شاخص مسکن اجاره‌ای و میزان جمعیت پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهند تمام متغیرها تأثیر معنادار بر حجم سپرده‌های بانکی داشته و الویت تأثیرگذاری به ترتیب مربوط به نرخ ارز، سکه، درآمد سرانه، جمعیت و نرخ تورم است.

۱-۲-۲. تحقیقات خارجی

نات وونگ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی عوامل اصلی مؤثر بر تصمیمات مشتریان برای سپرده‌گذاری پس‌انداز در بانک‌های تجاری ویتنام را مورد مطالعه قرار دادند. داده‌های نظرسنجی از

۴۰۳ مشتری جمع‌آوری و روش رگرسیون چندگانه و نرم‌افزار SPSS برای تجزیه و تحلیل آن‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج نشان داد که تمام مقیاس‌های این مطالعه قابل اعتماد بوده و از نظر تأثیرگذاری بر تصمیم سپرده پس‌انداز مشتریان از قوی‌ترین تا ضعیف‌ترین به ترتیب عبارت‌اند از؛ شکل ارتقاء، نام تجاری بانک، کیفیت خدمات، سیاست نرخ بهره و دانش و نگرش کارکنان. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد مشتریانی که درآمد بالایی دارند تمایل بیشتری نسبت به سپرده‌های پس‌انداز در بانک‌های تجاری دارند.

یوشنگ و ابراهیم^۱ (۲۰۱۹) به تحقیقی تحت عنوان نوآوری خدمات، ارائه خدمات و رضایت مشتری و وفاداری در بخش بانکی غنا پرداخته‌اند؛ هدف از این مقاله یافتن نقش نوآوری خدمات در ارتباط بین ارائه خدمات، رضایت مشتری و وفاداری در بخش بانکی کشور غنا است. با استفاده از ادبیات بانکی و بازاریابی، یک چارچوب مفهومی توسعه داده شد و داده‌ها از ۴۵۰ مشتری نمونه‌گیری شده از بانک‌های تجاری در غنا مورد آزمایش قرار گرفت. داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری تجزیه و تحلیل شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که نوآوری خدمات تأثیر مستقیمی بر ارائه خدمات و رضایت مشتری دارد و رابطه مثبت بین ارائه خدمات و رضایت مشتری و وفاداری مشتریان وجود دارد.

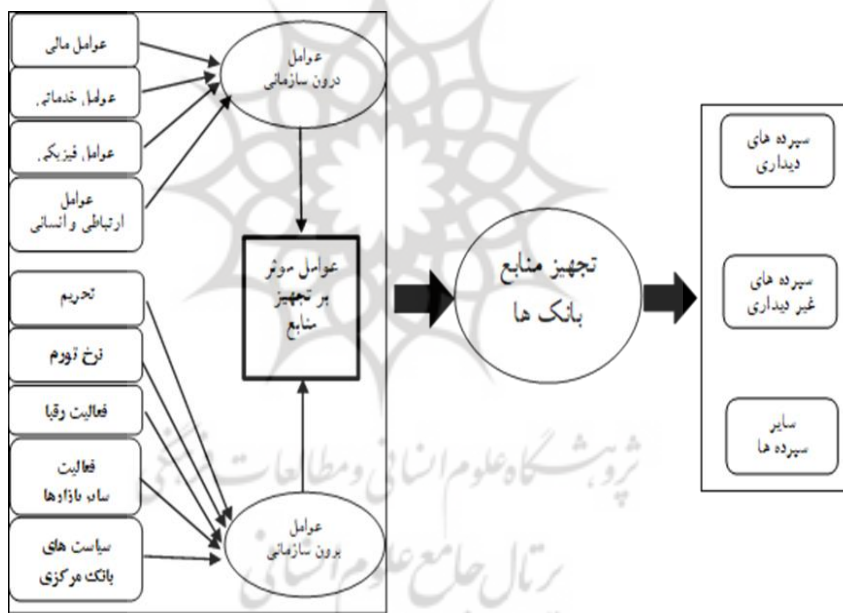
تنا و همکاران^۲ (۲۰۱۹) تحقیقی را تحت عنوان مشارکت مشتری، رفتارهای غیرمستقیم و تجربه در خدمات را در دو بانک اسپانیا انجام دادند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بانک‌ها باید فضاهای فیزیکی را به شکلی طراحی کنند که تأثیر مثبتی بر مشتریان داشته باشد و با آینده‌نگری مکان شعبه را تبدیل به مکانی برای مشارکت و مشاوره به مشتریان برای تشویق و تسهیل روابط شخصی و پایدار بکنند. این تحول شامل ساعت‌های باز بودن بیشتر، در دسترس بودن، چابکی بیشتر، استقبال و خدمات دیجیتال بیشتر برای جلب توجه مشتری از لحظه اول ورود آن بوده و به‌طور خلاصه مفهوم جدیدی است که ظاهراً به مدل فروشگاهی معروف است. همچنین توجه ویژه‌ای به تعامل کارکنان و مشتریانی که حضور دارند بشود.

مقومی و همکاران^۳ (۲۰۱۸) کیفیت خدمات عمومی و رضایت مشتری از بانک‌های محلی و خارجی در مالزی را به‌صورت مقایسه‌ای بررسی کردند. بانک‌های محلی و خارجی در مالزی با توجه به کارکنان ماهر، محصولات و خدمات نوین، ارائه خدمات با کیفیت و رضایت مشتری، با یکدیگر رقابت می‌کنند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده که بر اساس نتایج آن؛ صلاحیت‌های دانش کارکنان و همچنین راحتی بانک برای مشتریان بانک‌های

1. YuSheng & Ibrahim
2. Tena & et al.
3. Moghavvemi & et al.

محلی مهم است؛ اما برای مشتریان بانک‌های خارجی، تصویر بانکی و بانکداری اینترنتی جزء مهمی به شمار می‌روند. همچنین بر اساس نتایج؛ رضایتمندی مشتریان بانک‌های خارجی نسبت به مشتریان بانک محلی بیشتری است.

در تحقیقات انجام‌شده داخلی و خارجی که قابل توجه و بااهمیت هستند، مجموعه عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی مؤثر بر جذب منابع بانکی در جوامع آماری مختلف و به روش‌های متفاوت احصاء و اولویت‌بندی شدند. در این پژوهش سعی می‌گردد در جامعه آماری موردنظر یعنی بانک تجارت استان زنجان، تأثیرگذاری عوامل مختلف بر تجهیز منابع بانکی به تفکیک هر یک از روش‌های تأمین مالی موردبررسی قرار گیرد و با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، عوامل مؤثر بر تأمین منابع، شناسایی و اولویت‌بندی گردند. باوجود محدودیت‌های موجود در تأمین مالی، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل می‌تواند چهارچوبی برای فعالیت شعب بانک در جهت حرکت به سمت بهینه‌سازی تأمین مالی باشد. با مطالعه مبانی نظری و پیشینه پژوهش، شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد:



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

منبع: پیشینه پژوهش

۲. روش‌شناسی پژوهش

روش این تحقیق از نوع توصیفی-پیمایشی بوده که جزء تحقیقات کاربردی است و با توجه به اینکه اقدام به شناسایی و تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر با روش‌های آماری (تحلیل عاملی) می‌گردد، نوع پژوهش تحلیلی نیز به حساب می‌آید. جمع‌آوری داده‌ها در بخش نظری با استفاده از کتب، پایان‌نامه‌ها، مقالات داخلی و خارجی و پایگاه اینترنتی انجام شد. برای جمع‌آوری داده‌ها در بخش میدانی؛ از ابزارهای مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. در گام اول، عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی با مطالعه مبانی نظری، پیشینه تحقیق، مأموریت‌ها، اهداف استراتژیک و مصاحبه‌های انجام‌گرفته با دوازده نفر از کارشناسان بانکی، استخراج شد. سپس عوامل نهایی در قالب پرسشنامه‌ای با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت از کاملاً موافقم (۹) تا کاملاً مخالفم (۱) تنظیم گردید که شامل ۶۲ سازه است. این سازه‌ها مربوط به مجموعه عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار در تجهیز منابع بوده که به تفکیک در هر یک از روش‌های تأمین مالی آورده شده‌اند و مختص این تحقیق می‌باشند. برای سنجش روایی پرسشنامه، ابتدا بین ۱۰ نفر از خبرگان بانکی توزیع و عوامل مورد تأیید قرار گرفت. ارزیابی پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کرنباخ با استفاده از ابزار SPSS محاسبه شد. با توجه به اینکه ضریب آلفای کرنباخ محاسبه‌شده بالای ۰/۷ شد، پایایی پرسشنامه مذکور خوب ارزیابی گردید.

مجموع کارکنان شاغل در بانک تجارت منطقه زنجان ۲۸۵ نفر می‌باشند که از این تعداد، ۵۳ نفر در بخش‌های خدماتی و نگهداری مشغول به کار هستند. جامعه آماری این پژوهش را کارکنان رسمی و قراردادی شاغل در منطقه زنجان به جز کارکنان بخش‌های خدماتی و نگهداری تشکیل می‌دهند. تعداد ۲۳۲ نفری افراد جامعه این تحقیق در ۲۱ شعبه، ۶ باجه و بخش‌های مختلف واحد اداری تا پایان سال ۱۴۰۰ مشغول به کار بودند. تعداد نمونه آماری این پژوهش بر اساس قواعد مربوط به مدل پژوهش (PLS) به دست آمد. روش نمونه‌گیری به صورت قضاوتی بوده و افراد نمونه در شعب بر اساس بیشترین سابقه کار و در دواير ستادی بر اساس سابقه و ارتباطی که این بخش‌ها به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم با مشتریان دارند، انتخاب شدند.

برای تبیین حداقل نمونه لازم در الگوریتم PLS از قاعده‌ای که توسط بارکلای و همکاران (۱۹۹۵) ارائه شده استفاده گردید. بر این اساس تعداد نمونه برابر با بزرگ‌ترین مقدار حاصل از دو قاعده است؛ (۱) ده ضربدر تعداد شاخص‌های مدل اندازه‌گیری (مدل اندازه‌گیری که بیشترین شاخص را در بین مدل‌های اندازه‌گیری دارد). (۲) ده ضربدر بیشترین روابط موجود در بخش ساختاری مدل اصلی پژوهش؛ که به یک متغیر مربوط می‌شوند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶).

طبق سازه‌های طراحی شده برای هرکدام از متغیرهای این پژوهش که بیشترین شاخص مربوط به عوامل مالی سپرده‌های دیداری است، برابر ۱۴ شاخص بوده که بر این اساس تعداد نمونه ۱۴۰ خواهد بود. بر اساس بیشترین روابط موجود در بخش ساختاری که دو رابطه هست، نمونه برابر ۲۰ خواهد شد؛ بنابراین تعداد نمونه پژوهش برابر ۱۴۰ خواهد بود.

متغیر وابسته این تحقیق، تجهیز منابع بوده و متغیرهای مستقل، مجموعه عوامل برون‌سازمانی و درون‌سازمانی مؤثر بر روش‌های تأمین منابع بانکی هستند. نرخ تورم، تحریم، فعالیت رقبا، نوسان سایر بازارها و سیاست‌های بانک مرکزی به‌عنوان عوامل برون‌سازمانی و عوامل خدماتی، مالی، فیزیکی و ارتباطی و انسانی به‌عنوان عوامل درون‌سازمانی می‌باشند. این متغیرها که دارای زیر سازه‌هایی نیز می‌باشند، بر اساس مبانی نظری، پیشینه تحقیق، اهداف استراتژیک و مصاحبه انجام‌گرفته با کارشناسان بانکی استخراج و در جدول ۱ ارائه شده‌اند:

جدول ۱. متغیرهای مستقل و زیر سازه‌ها

زیر سازه‌ها و منابع	نشانگر	ابعاد	متغیرها
ارائه خدمات ویژه برای مشتریان خاص (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q1	عوامل مالی سپرده‌های دیداری	عوامل دیداری
کاهش نرخ سود تسهیلات بعد از اعطای تسهیلات (بر اساس میانگین)	q2		
(بر اساس مصاحبه با کارشناسان)			
تسهیلات با نرخ‌های پایین در قالب طرح‌های مختلف	q3		
(بر اساس اهداف استراتژیک بانک)			
افزایش میزان تسهیلات اعطایی به نسبت میانگین حساب جاری	q4		
(مصاحبه با کارشناسان)			
تسهیل مراحل انجام حواله ارزی مشتریان (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q5		
میزان جوایز قرض‌الحسنه (نوری، ۱۳۹۵)		عوامل مالی سپرده‌های غیر دیداری	عوامل مالی سپرده‌های غیر دیداری
توجه به منابع خرد به‌اندازه منابع کلان (بر اساس اهداف استراتژیک بانک)	q6		
پشتوانه تسهیلات قرار دادن سپرده‌های بلندمدت (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q7		
نرخ سود سپرده‌های سرمایه‌گذاری (آهنچ و همکاران، ۱۳۹۸)	q8		
طرح‌های سرمایه‌گذاری خاص با سودهای بالاتر (با لحاظ ترکیب سپرده)	q9		
(بر اساس اهداف استراتژیک بانک)	q10		

کاهش درصد سپرده نقدی ضمانت‌نامه (بر اساس مصاحبه با کارشناسان) کاهش درصد پیش دریافت اعتبارات اسنادی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان) اعطای تخفیف در کارمزد صدور ضمانت‌نامه (بر اساس مصاحبه با کارشناسان) اعطای تخفیف در کارمزد صدور اعتبارات اسنادی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q11 q12 q13 q14	عوامل مالی سایر سپرده‌ها	
تناسب بین فضای بانک و تعداد باجه‌ها و تعداد مراجعین (نوری، ۱۳۹۵) طراحی، آراستگی و زیبایی فضای داخلی و خارجی شعب (جوان امانی و اکبری، ۱۴۰۱) امکانات فیزیکی شعب (دستگاه‌های سرمایشی و گرمایشی مناسب و...) (قره داغی قهرمانلویی، ۱۳۹۳) افزایش تعداد پایانه‌های فروشگاهی (قره داغی قهرمانلویی، ۱۳۹۳) محل استقرار شعب (در دسترس بودن) (تنا و همکاران، ۲۰۱۹)	q15 q16 q17 q18 q19	عوامل فیزیکی همه سپرده‌ها	
پرداخت تسهیلات در قالب طرح‌های خاص (بر اساس اهداف استراتژیک بانک) جذاب و به‌روز بودن خدمات ارائه‌شده (مقومی و همکاران، ۲۰۱۹) خدمات نوین (فدائی و اسماعیلی، ۱۳۹۵)	q20 q21 q22	عوامل خدماتی سپرده‌های دیداری	
کیفیت، سرعت و نحوه ارائه خدمات (جوان امانی و اکبری، ۱۴۰۱)	q23		
آموزش‌های لازم کارکنان قبل از ارائه خدمات جدید (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q24		
مناسب بودن زمان انتظار دریافت تسهیلات (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q25		
ارائه خدمات متناسب با نیاز مشتری (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q26	عوامل خدماتی سپرده‌های غیر دیداری	
جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری از طریق طرح‌های خاص (مانند طرح آبی) (بر اساس اهداف استراتژیک بانک)	q27		
داشتن فرایند تحویل خدمت استاندارد و ساده‌شده (مصاحبه با کارشناسان)	q28		
ارائه مشاوره به مشتری درباره تفاوت‌های اعتبارات اسنادی و ضمانت‌نامه (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q29		
سرعت صدور ضمانت‌نامه و اعتبارات اسنادی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q30	عوامل خدماتی سایر سپرده‌ها	
حدود و اختیارات شعب و منطقه در صدور ضمانت‌نامه و اعتبارات (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q31		
گسترش بانکداری شرکتی منجر به افزایش صدور ضمانت‌نامه و اعتبارات اسنادی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q32		
تسلط کارکنان بر مباحث رفتار سازمانی و روانشناسی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q33	عوامل ارتباطی و انسانی سپرده‌های دیداری	عوامل درون‌سازمانی
مدیریت منابع انسانی در جهت افزایش کارایی شعب (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q34		
رفتار حرفه‌ای مسئولین و کارکنان شعب (تنا و همکاران، ۲۰۱۹)	q35		
شناسایی بازار هدف، نیاز مشتریان آن و ارائه خدمات متناسب هر بازار (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q36		

دادن هدایای تبلیغاتی در مناسبت‌های مختلف (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q37	عوامل ارتباطی و انسانی سپرده‌های غیر دیداری	
پشتیبانی شعب منطقه از طرف دواپر ستادی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q38		
افزایش امنیت استفاده از عوامل فناورانه و اطمینان بخشی به مردم (مصاحبه با کارشناسان)	q39		
ایجاد انگیزه در کارکنان با ارتقای شغلی بر اساس میزان منابع جذب‌شده (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q40		
ارتباط با مشتریانی که بخشی از زنجیره‌ی تولید کالا یا خدمات می‌باشند (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q41		
بی‌نقص بودن دستگاه‌های خودپرداز و پایانه‌های فروش به‌عنوان ابزارهای تبلیغاتی (نوری، ۱۳۹۵)	q42		
تبلیغات جذاب و مستمر قبل و هنگام ارائه هر یک از طرح‌های جدید (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q43		
ویژگی‌های رفتار فردی کارکنان (داشتن رفتار دوستانه و مؤدبانه، صبور بودن و...) (نوری، ۱۳۹۵)	q44		
شناسایی افراد تأثیرگذار در سازمان‌ها (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q45		
داشتن زمان و انگیزه واقعی برای تعامل با مشتری (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q46		
نوآوری در خدمات (یوشنگ و ابراهیم، ۲۰۱۹)	q47		
گردش شغلی بین همکاران شعبه و بین همکاران شعب و ستاد (مصاحبه با کارشناسان)	q48		
ارتباط با افراد سرشناس در هر منطقه جهت تبلیغات عمومی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q49		
انجام مسئولیت‌های اجتماعی (ساخت مدرسه، خانه بهداشت و...) (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q50		
مهارت فنی و تخصصی کارکنان در ارائه بهتر خدمات (مقومی و همکاران، ۲۰۱۹)	q51	عوامل ارتباطی و انسانی	
ارائه مشاوره و هدایت درست مشتری در جهت برطرف شدن نیاز وی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q52		
توجه به پذیرش مشتری (اهمیت برخورد اولیه) (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q53		
داشتن دانش بانکی، معلومات و اطلاعات به‌روز کارکنان (پارسائزاد گوهری، ۱۳۹۶)	q54		
بومی بودن مدیران و معاونین ارشد (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q55		
تحریم (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q56		
میزان فعالیت رقبا (سایر بانک‌ها) (قره داغی قهرمانلویی، ۱۳۹۳)	q57		
اخبار منتشره مثبت و منفی در درباره سیستم بانکی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q58		
نوسانات سایر بازارها (بورس، ارز، طلا و مسکن) (تهرانی و بیگدلو، ۱۳۹۹)	q59		
رقابت ناسالم برخی بانک‌ها و مؤسسات مالی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q60		

سیاست‌های پولی و مالی بانک مرکزی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q61		
تورم (پاسبان و روحی، ۱۳۹۶)	q62		

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM)، استفاده شده است. این مدل یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل ساختار داده‌های پیچیده است و یکی از دو نسل مدل‌سازی معادلات ساختاری است. روش PLS به جای بازتولید ماتریس کواریانس تجربی، بر بیشترین واریانس متغیرهای وابسته به وسیله متغیرهای مستقل تمرکز دارد و برخلاف روش‌های نسل اول، برای نمونه‌هایی با حجم پایین و داده‌های غیر نرمال قابل استفاده است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶).

روش PLS دارای سه بخش مدل اندازه‌گیری^۱، مدل ساختاری^۲ و در نهایت بررسی کلی مدل پژوهش هست و متغیرهای مدل به دودسته متغیرهای آشکار و پنهان تقسیم‌بندی می‌شوند. بخش مدل اندازه‌گیری شامل سؤال‌های (شاخص‌ها) هر بعد و خود بعد است که روابط بین آن‌ها در این بخش مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. بخش ساختاری مدل حاوی تمامی سازه‌های مطرح در مدل اصلی پژوهش بوده و میزان همبستگی سازه‌ها و روابط میان آن‌ها، در این مرحله ارزیابی می‌شود (رئسی نافچی و دستگیر، ۱۳۸).

روش PLS از دو مرحله اصلی تشکیل شده است: ۱) برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی، ۲) آزمودن روابط میان سازه‌ها. معیارهای به کاررفته برای برازش بخش‌های مختلف مدل عبارت‌اند از: ۱) آلفای کرنباخ^۳ و پایایی ترکیبی^۴ (CV) برای برازش بخش مدل‌های اندازه‌گیری در حوزه پایایی، روایی همگرا با میانگین واریانس استخراجی^۵ (AVE) برای برازش روایی مدل‌های اندازه‌گیری. ۲) محاسبه ضرایب معناداری Z (مقادیر t-values)، معیارهای R Squares و Q2 برای برازش بخش ساختاری مدل. ۳) در نهایت معیار GOF برای برازش بخش کلی مدل (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

1. Measurement Model
2. Structural Model
3. Cornbachs alpha
4. Composite Reliability
5. Average Variance Extracted
6. Goodness of Fit

۳. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

تعداد مصاحبه‌شوندگان ۱۲ نفر و تکمیل‌کنندگان پرسشنامه‌ها ۱۴۰ نفر هست که ویژگی‌های مختلف این افراد از جمله سابقه کاری، مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی و سمت شغلی طی جداول ۳ و ۴ آورده شده است:

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان

مصاحبه‌شونده	سابقه (سال)	مدرک تحصیلی	سمت شغلی
۱	۲۵	کارشناسی	معاونت اجرایی منطقه
۲	۲۵	کارشناسی	معاونت اداری و پشتیبانی منطقه
۳	۲۲	کارشناسی ارشد	بازرس منطقه
۴	۲۲	کارشناسی ارشد	مسئول اعتبارات منطقه
۵	۲۵	کارشناسی ارشد	کارشناس خیره اعتباری
۶	۲۷	کارشناسی	مسئول شعبه ممتاز الف
۷	۲۷	کارشناسی	مسئول شعبه ممتاز الف
۸	۱۷	کارشناسی ارشد	مسئول شعبه درجه ۳
۹	۲۲	کارشناسی	مسئول اعتبارات شعبه
۱۰	۱۶	کارشناسی ارشد	مسئول اعتبارات شعبه
۱۱	۱۶	کارشناسی ارشد	مسئول صندوق شعبه
۱۲	۲۷	کارشناسی ارشد	بانکدار ارشد

منبع: یافته‌های پژوهش

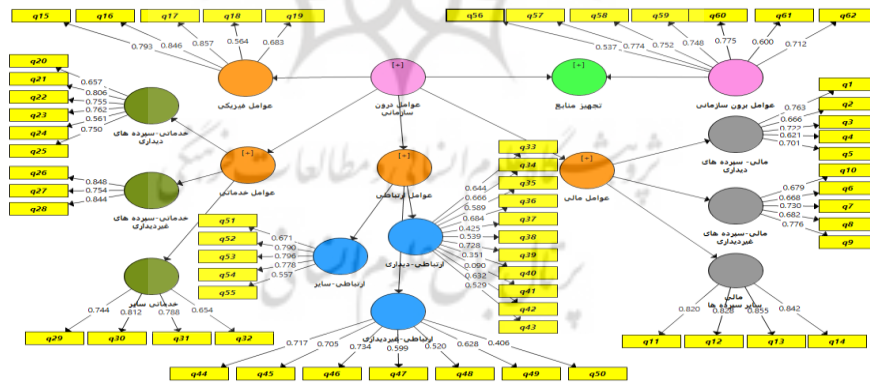
جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی تکمیل‌کنندگان پرسشنامه‌ها

متغیرها	تعداد	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۱۵
	مرد	۱۲۵
سابقه (سال)	کمتر از ۵ سال	۶
	۶ تا ۱۰ سال	۴
	۱۱ تا ۱۵ سال	۲۳
	۱۵ سال به بالا	۱۰۷

۵/۷	۸	دیپلم	مدرک تحصیلی
۴/۶	۹	فوق دیپلم	
۴۳/۶	۶۱	کارشناسی	
۴۴/۳	۶۲	کارشناسی ارشد و بالاتر	رشته تحصیلی
۲۳/۶	۳۳	حسابداری	
۴۸/۶	۶۸	مدیریت	
۲۷/۹	۳۹	سایر	پست سازمانی
۱/۴	۲	معاون منطقه	
۴/۳	۶	بازرس	
۲/۱	۳	کارشناس اعتباری	
۳/۶	۵	مسئول دواير ستادی	
۱۷/۹	۲۵	مسئول شعبه	
۱۶/۴	۲۳	معاون شعبه	
۱۸/۶	۲۶	مسئول دواير شعبه	
۳۵/۷	۵۰	بانکدار	

منبع: یافته های پژوهش

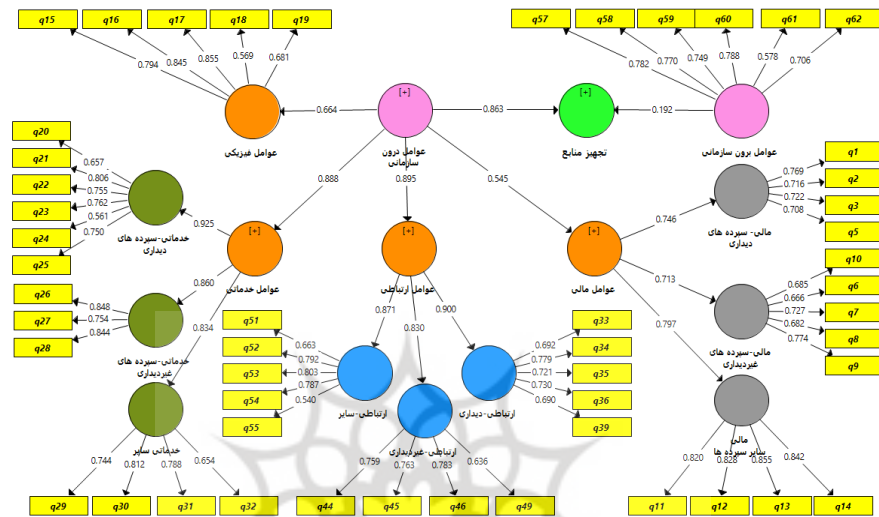
الگوی پژوهش با استفاده از نرم افزار Smart PLS در هر دو بخش مدل اندازه گیری و مدل ساختاری اجرا شد. بخش مدل اندازه گیری طی دو مرحله انجام گرفت؛ در مرحله اول، مدل اولیه پژوهش طی شکل ۲ با تمام سازه ها (۶۲ سازه) ایجاد شد:



شکل ۲. مدل اولیه پژوهش - بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل اندازه گیری

منبع: یافته های پژوهش

در مرحله دوم ابتدا متغیرهایی که دارای بار عاملی پایین‌تر از ۰/۵ بودند (q37, q40, q41, q50)، حذف شدند و سپس برای دستیابی به مدل نهایی، هفت متغیر دیگر (q38, q42, q43, q47, q48, q56)، که کمترین بار عاملی را داشتند طی چند مرحله تحلیل عاملی، حذف شده و مدل نهایی تحقیق در بخش اندازه‌گیری استخراج شد که در شکل ۳ ارائه شده است:

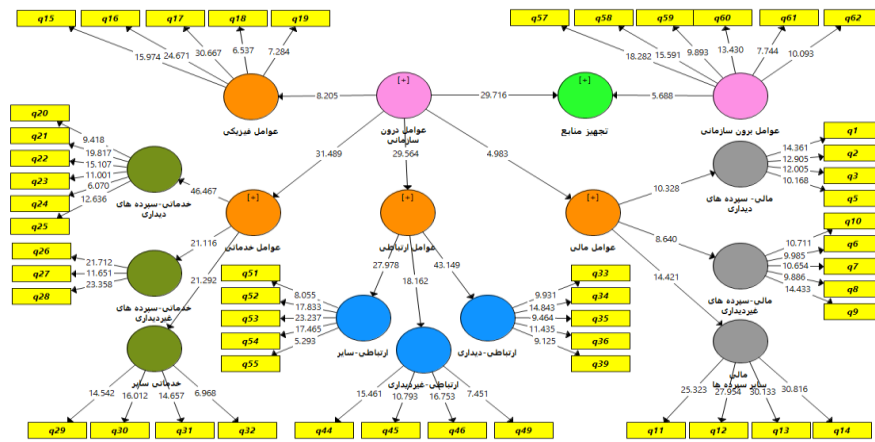


شکل ۳. مدل نهایی پژوهش - بارهای عاملی و ضرایب مسیر مدل اندازه‌گیری

منبع: یافته‌های پژوهش

در شکل ۳؛ ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل (برون‌زا) بر متغیرهای وابسته (درون‌زا) در سطح ابعاد و شاخص‌ها نشان داده شده است. برای مثال ضریب خدمات نوین (q22) (متغیرهای جدول ۲) بر عوامل خدماتی سپرده‌های دیداری برابر ۰/۷۵۵ نشان داده شده است. برای نشان دادن معناداری روابط بین متغیرها، مدل ساختاری استخراج شد که در شکل ۴ آورده شده است:

پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۴. ضرایب معناداری مدل ساختاری

منبع: یافته های پژوهش

آماره‌های t مربوط به روابط ساختاری در سه سطح روابط بین متغیرها، ابعاد و شاخص‌ها نشان داده شده است. از آماره‌های نشان داده شده در مسیره‌های الگو برای تأیید معناداری ارتباط ساختاری بین سازه‌های الگو استفاده شده است. اگر آماره‌های t بزرگ‌تر از عدد $1/96$ باشد در سطح اطمینان 95% روابط بین سازه‌ها مورد تأیید است. با توجه به شکل ۴، ارتباط ذکر شده در تمام بخش‌های الگو وجود دارد. برای مثال مقدار آماره $8/205$ که در رابطه بین عوامل فیزیکی و عوامل درون سازمانی نشان داده شده است، رابطه معناداری این دو متغیر را تأیید می‌کند. در ادامه به برازش الگوهای ارائه شده مدل پرداخته می‌شود.

هدف از برازش مدل این است که مشخص شود مدل بکار رفته با داده‌های تجربی مورد استفاده چقدر سازگاری و توافق دارد. این تطبیق در سه بخش اندازه‌گیری، ساختاری و بخش کلی مدل با روش‌های مختلف انجام شده است (رحمتی و همکاران، ۱۳۹۹).

۳-۱. برازش مدل اندازه‌گیری

برای برازش بخش اندازه‌گیری مدل سه آزمون آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا اجرا شد

جدول ۴. نتایج معیارهای آلفای کرنباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا

عوامل	ابعاد	سازه‌ها	آلفای کرنباخ	پایایی ترکیبی	روایی همگرا
عوامل برون‌سازمانی					
عوامل درون‌سازمانی					
عوامل درون‌سازمانی	عوامل فیزیکی		۰/۸۱	۰/۸۷	۰/۵۷
	عوامل خدماتی		۰/۸۹	۰/۹۱	۰/۷۶
	عوامل خدماتی	سپرده‌های دیداری	۰/۸۱	۰/۸۶	۰/۵۲
		سپرده‌های غیر دیداری	۰/۷۵	۰/۸۶	۰/۶۷
		سایر سپرده‌ها	۰/۷۴	۰/۸۴	۰/۵۷
	عوامل ارتباطی و انسانی		۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۷۲
	عوامل ارتباطی و انسانی	سپرده‌های دیداری	۰/۷۷	۰/۸۵	۰/۵۲
		سپرده‌های غیر دیداری	۰/۷۲	۰/۸۳	۰/۵۴
		سایر سپرده‌ها	۰/۷۷	۰/۸۴	۰/۵۲
	عوامل مالی		۰/۸۲	۰/۸۰	۰/۵۷
	عوامل مالی	سپرده‌های دیداری	۰/۷۱	۰/۸۲	۰/۵۳
		سپرده‌های غیر دیداری	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۵۰
سایر سپرده‌ها		۰/۸۶	۰/۹۰	۰/۷۰	

منبع: یافته‌های پژوهش

آلفای کرنباخ که میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مربوط به آن را نشان می‌دهد، یکی از مناسب‌ترین معیارهای ارزیابی پایداری درونی هست و مقدار آلفای کرنباخ قابل قبول برای نشان دادن پایایی، بالاتر از ۰/۷ هست (محسنین و اسفندیانی، ۱۳۹۶). نتایج آزمون آلفای کرنباخ الگوی این پژوهش در جدول ۳ نشان می‌دهد که ضرایب آن بالاتر از ۰/۷ می‌باشند، بنابراین پایایی آلفای کرنباخ مورد تأیید قرار می‌گیرد.

یکی دیگر از آزمون‌های پایایی، آزمون پایایی ترکیبی است؛ معیاری مدرن‌تری نسبت به آلفای کرنباخ برای تعیین پایایی سازه‌ها هست. این آزمون که بر اساس همبستگی سازه‌ها با یکدیگر محاسبه می‌شود، در مدل تازه کشف‌شده، اگر بالای ۰/۶ باشد کافی است؛ اما اگر الگو در سطح بلوغ

باشد؛ یعنی الگویی که بارها بررسی شده است (مانند الگوی پژوهش حاضر)، دامنه مورد تأیید آن بالاتر از ۰/۷ و کمتر از ۰/۹۵ است (تفتیان و همکاران، ۱۳۹۹).

نتایج آزمون پایایی ترکیبی در جدول ۳ نشان می‌دهد که همه ضرایب پایایی ترکیبی مابین ۰/۷ و ۰/۹۵ قرار دارند، بنابراین پایایی بر اساس این آزمون نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. برای بررسی روایی الگوی پژوهش از معیار میانگین واریانس استخراجی (AVE) استفاده می‌شود. AVE که برابر میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص خود هست، میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود را نشان می‌دهد. طبق اظهار فورنل و لارکر (۱۹۸۱) مقدار بحرانی برای AVE عدد ۰/۵ بوده و مقادیر بالای ۰/۵ نشان‌دهنده روایی قابل قبول هست (محسنین و اسفندیانی، ۱۳۹۶).

نتایج محاسبات AVE در جدول ۳ نشان داده شده که بر اساس آن که همه مقادیر میانگین واریانس استخراجی بالاتر از ۰/۵ است؛ بنابراین روایی الگو مورد تأیید است.

۲-۳. برازش مدل ساختاری

از چندین معیار برای برازش مدل ساختاری استفاده می‌شود که معیار ضریب معناداری Z یا همان مقادیر t-values اولین و اساسی‌ترین روش است. این معیار در محیط نرم‌افزار Smart PLS قابل محاسبه بوده و حتی برای کنترل معناداری روابط میان هر سؤال و متغیر مربوطه (برازش مدل‌های اندازه‌گیری) نیز می‌توان استفاده کرد. در صورتی که مقادیر t در سطح اطمینان ۹۵ درصد، بالاتر از عدد ۱/۹۶ باشد، تأیید کننده مدل خواهد بود. مقادیر t فقط صحت رابطه را نشان می‌دهد و شدت آن را تعیین نمی‌کند (سپاسی و همکاران، ۱۳۹۵). مقادیر t-values که در مدل ساختاری پژوهش در شکل (۳) محاسبه شده، طی جدول ۴ ارائه شد. با توجه به مقادیر به دست آمده که همه آن‌ها بالاتر از عدد ۱/۹۶ است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تأیید کننده برازش مناسب مدل هست. دومین معیار برای برازش مدل ساختاری، معیار ضریب تعیین (R^2) است. این معیار که نشان‌دهنده تأثیر متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا بوده، برای متصل کردن بخش ساختاری و بخش اندازه‌گیری مدل بکار می‌رود. مقدار ۰/۱۹؛ حالت ضعیف، ۰/۳۳؛ حالت متوسط و ۰/۶۷؛ حالت قوی R^2 را نشان می‌دهند. بیشتر بودن مقدار R^2 سازه‌های درون‌زای یک مدل، نشان از برازش بهتر هست (هیر و همکاران، ۲۰۱۳). با توجه به نتایج مقادیر محاسبه شده R^2 که طی جدول ۴ آورده شده است، برازش بخش ساختاری مدل مناسب هست.

1. Fornell & Larcker
2. Hair & et al

معیار دیگر برای برازش بخش ساختاری مدل در معادلات ساختاری، معیار Q^2 است. این معیار که توسط استون و گیزرا (۱۹۷۵) معرفی شده، قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند و داشتن قدرت پیش‌بینی شاخص‌های مربوط به سازه‌های درون‌زا، نشان‌دهنده برازش قابل قبول بخش ساختاری مدل خواهد بود. درباره قدرت پیش‌بینی ضعیف متوسط و قوی سه مقدار $0/02$ ، $0/15$ ، $0/35$ تعیین شده است؛ و هرچه قدر مقدار Q^2 به عدد $0/02$ نزدیک باشد، قدرت پیش‌بینی مدل ضعیف هست. مقادیر Q^2 محاسبه و در جدول ۴ آورده شده است. با توجه به مقادیر جدول ۴، به جز عوامل مالی که Q^2 آن پایین‌تر از مقدار متوسط است، مقادیر همه عوامل از حد متوسط به بالا بوده و حتی هفت متغیر دارای مقادیر بالاتر از حد قوی می‌باشند. بنابراین مدل این تحقیق دارای قدرت پیش‌بینی خوب و برازش قابل قبولی است.

جدول ۵. مقادیر t -values، R^2 و Q^2 عوامل درون‌زای مدل

Q^2	R^2	t-values	عوامل
۰/۲۳	۰/۷۸	۶/۲۹	تجهیز منابع
۰/۳۳	۰/۷۹	۷/۵۰	عوامل خدماتی
۰/۴۳	۰/۸۶	۱۰/۶۱	خدماتی - سپرده‌های دیداری
۰/۴۷	۰/۷۴	۱۱/۷۸	خدماتی - سپرده‌های غیر دیداری
۰/۳۸	۰/۷۰	۱۰/۰۶	خدماتی - سایر سپرده‌ها
۰/۲۸	۰/۸۰	۸/۰۲	عوامل ارتباطی
۰/۴۰	۰/۸۱	۱۰/۶۴	ارتباطی-دیداری
۰/۳۵	۰/۶۹	۱۱/۴۳	ارتباطی-غیردیداری
۰/۳۶	۰/۷۶	۹/۹۳	ارتباطی-سایر
۰/۲۴	۰/۴۴	۱۶/۵۰	عوامل فیزیکی
۰/۰۹	۰/۳۰	۱۰/۱۲	عوامل مالی
۰/۲۸	۰/۵۶	۱۰/۷۹	مالی - سپرده‌های دیداری
۰/۲۳	۰/۵۱	۱۱/۳۴	مالی - سپرده‌های غیر دیداری
۰/۴۳	۰/۶۴	۲۰/۲۲	مالی-سایر سپرده‌ها
-	-	۸/۹۸	عوامل برون‌سازمانی
-	-	۶/۳۶	عوامل درون‌سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

۳-۳- آزمون کلی - نیکوئی برآزش

بعد از اجرای آزمون‌های مراحل اول و دوم برای برآزش بخش اندازه‌گیری و ساختاری مدل، نوبت به اجرای آزمون سوم برای برآزش کلی مدل از نظر روابط اندازه‌گیری و ساختاری می‌رسد. برای برآزش کلی، معیاری به نام نیکویی برآزش (GoF) وجود دارد که عبارت است از جذر حاصل ضرب میانگین مقادیر اشتراکی متغیرها (Communalities) در میانگین مقادیر ضریب تعیین (R^2) که سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۵ برای آن، به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای مقایسه استفاده می‌شوند (تفتیان و همکاران، ۱۴۰۰). با استفاده از فرمول ۶ مقدار آزمون کلی محاسبه شد.

$$GoF = \sqrt{Communalities \times R^2} \quad (۶)$$

مقادیر اشتراکی متغیرها که برابر AVE هرکدام از این متغیرها است قبلاً محاسبه و در جدول شماره سه آورده شده است. میانگین آن‌ها برابر ۰/۵۶ می‌شود و مقادیر ضریب تعیین نیز قبلاً محاسبه شده که در جدول ۴ نشان داده شده است و میانگین آن‌ها (R^2) برابر ۰/۶۷ می‌گردد؛ بنابراین مقدار معیار GoF به‌قرار زیر خواهد بود:

$$GoF = \sqrt{0/56 \times 0/67} = 0/61$$

با توجه به مقدار به‌دست‌آمده (۰/۶۱) و مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۵ که به‌عنوان معیارهای ضعیف، متوسط و قوی برای GoF معرفی شده‌اند، برآزش بسیار مناسب مدل کلی تأیید می‌گردد.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

بعد از برآزش مدل نهایی پژوهش و تأیید آن در سه بخش اندازه‌گیری، ساختاری و کلی، نتایج بر اساس ضرایب t-value و ضرایب مسیر محاسبه‌شده، در سه سطح سازه‌ها (پرسش‌ها) ابعاد و عوامل مؤثر بر تجهیز منابع ارائه شده است؛ در بخش سازه‌ها، ضمن انجام تحلیل عاملی و برآزش مدل، یازده سازه حذف شدند، این سازه‌ها در جدول ۵ آورده شده‌اند:

جدول ۶. متغیرهای حذف‌شده طی تحلیل عاملی

نشانه‌گر	سازه‌ها	ابعاد	عوامل مؤثر
q4	اعطای تسهیلات با نرخ پایین در قالب طرح‌های خاص	عوامل مالی سپرده‌های دیداری	
q37	دادن هدایای تبلیغاتی در مناسبت‌های مختلف	عوامل ارتباطی و انسانی سپرده‌های دیداری	عوامل درون‌سازمانی
q38	پشتیبانی شعب منطقه از طرف دوایر ستادی		
q40	ایجاد انگیزه در کارکنان با ارتقای شغلی به میزان منابع جذب‌شده		

		ارتباط با مشتریانی که بخشی از زنجیره‌ی تولید کالا یا خدمات می‌باشند	q41
		بی‌نقص بودن دستگاه‌های خودپرداز و پایانه‌های فروش	q42
		تبلیغات جذاب قبل و هنگام ارائه هر یک از طرح‌های جدید	q43
عوامل ارتباطی و انسانی سپرده‌های غیر دیداری	نوآوری در خدمات	q47	
	گردش شغلی بین همکاران شعبه و بین همکاران شعب و ستاد	q48	
	انجام مسئولیت‌های اجتماعی	q50	
عوامل برون‌سازمانی	تحریم	q56	

منبع: یافته‌های پژوهش

از سازه‌هایی که در جدول ۵ آورده شده؛ سازه‌های q37، q40، q41 و q50 دارای پایین‌ترین بار عاملی بوده و در جریان انجام تحلیل عاملی حذف شدند. در نتیجه عوامل مذکور برای بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع مناسب نمی‌باشند. الباقی سازه‌های جدول ۵ با وجود اینکه حداقل بار عاملی را داشتند، در جریان برازش مدل معادلات ساختاری حذف شدند.

در مدل‌های نهایی، بر اساس مقادیر t-value محاسبه‌شده برای هر یک از سازه‌ها که مقادیر آن بالاتر از ۱/۹۶ است، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سوالات هر سازه معرف ویژگی‌های آن سازه هستند. بر اساس ضرایب مسیر محاسبه‌شده، بیشترین مقدار را سازه q13 (اعطای تخفیف در کارمزد صدور ضمانت‌نامه) و کمترین مقدار را سازه q24 (آموزش کارکنان قبل از ارائه خدمات جدید) داشتند.

در سطح ابعاد عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی که به تفکیک هر یک از روش‌های تأمین مالی آورده شده است، مقادیر t-value به دست آمده بالای ۱/۹۶ گردید. بر این اساس ارتباط هر یک از این ابعاد با تجهیز منابع در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌گردد. با بررسی ضرایب مسیر ابعاد عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی، نتایج زیر حاصل شد:

با بررسی ضرایب مسیر ابعاد عوامل درون‌سازمانی به ترتیب عوامل ارتباطی و انسانی، خدماتی، فیزیکی و مالی به ترتیب با ضرایب ۰/۸۹۵، ۰/۸۸۸، ۰/۶۶۴ و ۰/۵۴۵ در اولویت ۱ تا ۴ قرار گرفتند که متفاوت از نتایج تحقیقات انجام‌شده است.

در تحقیقی که پارسا نژاد گوهری (۱۳۹۶)، عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب سپرده بانکی در شعب بانک ملی شهر اصفهان را از دیدگاه مشتریان بررسی کرده؛ عوامل خدماتی، مالی، ارتباطی و

انسانی و فیزیکی به ترتیب در اولویت یک تا چهار قرار گرفتند. در تحقیقی دیگر که نوری (۱۳۹۵) در بانک تجارت منطقه جنوب شرق تهران برای شناسایی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی انجام داده، اولویت متغیرهای مؤثر بر تجهیز منابع بانکی با توجه به میانگین پاسخ مشتریان، به ترتیب با عوامل مالی، فیزیکی، ارتباطی و انسانی و خدماتی است.

در پژوهش انجام شده توسط آهنج، محقق نیا و گندمی (۱۳۹۸) در بانک پاسارگاد استان قم، عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار (از سپرده‌های غیر دیداری) بررسی شد. این عوامل شامل سود پرداختی (از عوامل مالی)، تعدد شعب (از عوامل فیزیکی)، تنوع خدمات (از عوامل خدماتی)، تبلیغات و مهارت کارکنان (از عوامل ارتباطی و انسانی) بود که بر اساس نتایج، اولویت تأثیرگذاری آن‌ها به ترتیب با سود پرداختی، تنوع خدمات، مهارت کارکنان، تبلیغات و تعدد شعب است. با توجه به تحقیقات ذکر شده، عوامل مالی در همه این پژوهش‌ها دارای اولویت اول بوده اما در این پژوهش اولویت اول با عوامل ارتباطی و انسانی است.

در بررسی هریک از این ابعاد به تفکیک روش‌های تأمین مالی نتایج به‌قرار زیر به دست آمد: در عوامل خدماتی؛ عوامل مربوط به سپرده‌های دیداری، سپرده‌های غیر دیداری و سایر سپرده‌ها به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۹۲۵، ۰/۸۶۰ و ۰/۸۳۴ در اولویت ۱ تا ۳ قرار گرفتند. بر این اساس بالاترین تأثیرپذیری تجهیز منابع در این بخش مربوط به عوامل سپرده‌های دیداری است و بالاترین ضریب مسیر (۰/۸۰۶) در این گروه مربوط به ارائه خدمات جذاب و به‌روز است.

در عوامل ارتباطی و انسانی: عوامل مربوط به سپرده‌های دیداری، سایر سپرده‌ها و سپرده‌های غیر دیداری به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۹۰۰، ۰/۸۷۱ و ۰/۸۳۰، در اولویت ۱ تا ۳ قرار گرفتند. بر این اساس بالاترین تأثیرپذیری تجهیز منابع در این بخش مربوط به عوامل مربوط به سپرده‌های دیداری است و بالاترین ضریب مسیر (۰/۷۷۹) در این گروه مربوط به مدیریت منابع انسانی است. در عوامل مالی؛ عوامل مربوط به سایر سپرده‌ها، سپرده‌های دیداری و سپرده‌های غیر دیداری به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۷۹۷، ۰/۷۴۶ و ۰/۷۱۳ و در اولویت ۱ تا ۳ قرار گرفتند. بر این اساس بالاترین تأثیرپذیری تجهیز منابع در این بخش مربوط به عوامل مربوط به سایر سپرده‌ها است و بالاترین ضریب مسیر (۰/۸۵۵) در این گروه مربوط به اعطای تخفیف در کارمزد صدور ضمانت‌نامه است.

در عوامل فیزیکی؛ که برای همه روش‌ها باهم در نظر گرفته شده، متغیر Q_{17} مربوط به «امکانات فیزیکی شعبه» بیشترین بار عاملی (۰/۸۵۵) را نسبت به سایر متغیرهای موجود در این بخش دارد.

در بین متغیرهای عوامل برون‌سازمانی؛ که برای همه روش‌ها در نظر گرفته شده، رقابت ناسالم برخی بانک‌ها و مؤسسات مالی و سیاست‌های بانک مرکزی، به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۷۸۸ و ۰/۵۷۸، بیشترین و کمترین تأثیر در جذب منابع را دارند. در سطح عوامل پژوهش؛ با توجه به مقادیر t -value، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی در تجهیز منابع تأیید گردید.

با توجه به ضرایب مسیر، میزان تأثیرگذاری عوامل درون‌سازمانی (۰/۸۶۳) نسبت به عوامل برون‌سازمانی (۰/۱۹۲) در تجهیز منابع بیشتر است. بر این اساس اگر عوامل برون‌سازمانی یک واحد تغییر کند، تجهیز منابع ۰/۱۹۲ واحد تغییر خواهد کرد؛ اما اگر عوامل درون‌سازمانی یک واحد تغییر کند، تجهیز منابع ۰/۸۶۳ واحد تغییر خواهد داشت.

۵- پیشنهادها و محدودیت‌ها

پیشنهادهایی با توجه به نتایج پژوهش ارائه می‌گردد؛ در عوامل خدماتی پیشنهاد می‌گردد که با انجام مطالعات لازم، خدمات جذاب و به‌روز متناسب با نیاز بازارهای هدف طراحی و ارائه شود تا منجر به افزایش جذب منابع گردد.

در عوامل ارتباطی و انسانی؛ پیشنهاد می‌گردد؛ مدیریت منابع انسانی موردتوجه و تقویت مدیران ارشد قرار گیرد. در این راستا انتصابات بر اساس شایسته‌سالاری و توجه به بحث جانشین‌پروری، دو راهکار مهم در جهت ارتقای کارایی منابع انسانی است.

در عوامل مالی؛ پیشنهاد می‌گردد، ضمن بررسی اجرایی کردن عوامل این گروه، با انجام هزینه-فایده برای عایدی منابع جذب‌شده و هزینه تخفیف کارمزد- از این ابزار برای جذب منابع استفاده بیشتری شود. تخفیف کارمزد از جمله ابزارهایی است که موردتوجه و استفاده رقبا نیز است.

در عوامل فیزیکی، پیشنهاد می‌گردد؛ طراحی داخلی و خارجی مناسب برای شعب ایجاد شود تا ضمن ایجاد نمایی زیبا، فضایی راحت و مناسب برای مشتریان و کارمندان ایجاد شود.

با توجه به اینکه در بین متغیرهای عوامل برون‌سازمانی، رقابت ناسالم برخی بانک‌ها و مؤسسات مالی بیشترین تأثیر در تجهیز منابع داشته، پیشنهاد می‌گردد با رصد فعالیت این بانک‌ها و مؤسسات مالی، تصمیمات مقتضی در جهت جلوگیری از خروج منابع، گرفته شود.

برای تحقیقات آتی توصیه می‌شود که مؤلفه‌هایی ارائه‌شده در این تحقیق در مناطق دیگر و جامعه آماری بزرگ‌تر مورد آزمون قرار گیرد و از روش‌های دیگر برای اولویت‌بندی عوامل استفاده شود.

مهم‌ترین محدودیت این پژوهش این است که نمی‌توان یک نتیجه‌گیری عمومی برای مطالعه در مناطق دیگر که دارای پیشینه جمعیت شناختی متمایز هستند استنباط نمود. همچنین محدودیت‌های که در جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه است، در این پژوهش هم وجود دارد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. آهنج، هدی، محقق‌نیا، محمدجواد، گندمی، ابوالفضل (۱۳۹۸). شناسایی عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار و ارائه راهکارهای مناسب بانک پاسارگاد استان قم. مجله علمی مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۷(۱): ۶۵-۸۳.
doi: ۲۰۱۹, ۱۳۰۲۷۵, ۱۰۰۶۵۱۶jomc. / ۱۰, ۲۲۰۵۹
۲. ابراهیمی، یوسف. (۱۳۸۹). بررسی هزینه تأمین منابع بانک تجارت - استان زنجان به طرق مختلف و ارائه ترکیب بهینه آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.
۳. اختیاری، مصطفی، عالم تبریز، اکبر. (۱۳۹۴). بهینه‌سازی پرتفوی منابع و مصارف بانک‌ها با استفاده از برنامه‌ریزی خطی (مورد مطالعه: بانک صادرات ایران). چشم‌انداز مدیریت مالی، ۱۲(۱)، ۱۳۴-۱۵۸.
۴. پارساژاد گوهری، صاحبه (۱۳۹۶). تاثیر عوامل درون سازمانی بر جذب منابع بانکی در بانک ملی شهر اصفهان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد) دانشگاه شیخ بهایی، اصفهان.
۵. پاسبان، فاطمه و روحی، میلاد. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر حجم سپرده‌ها در سیستم بانکی در سال‌های (۱۳۸۹-۱۳۶۳). نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۶(۱۹): ۵۳-۶۸.
<https://mieaoi.ir/article-۱-۴۸۶-fa.pdf>
۶. تفتیان، اکرم، ناظمی اردکانی، مهدی، فتوحی خانکهدانی، محبوبه (۱۳۹۹). ارزیابی تاثیر مقوله‌های الگوی افشای اطلاعات آینده‌نگر، مجله علمی پژوهشی دانش حسابداری مالی، ۱(۲۸): ۶۵-۹۲.
doi: ۲۰۲۱, ۱۳۹۹۹, ۲۷۴۱/jfak. ۱۰, ۳۰۴۷۹
۷. تهرانی، رضا، بیگدلو، جمشید. (۱۳۹۹). بررسی نقش واسطه‌گری مالی بانک‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران و عوامل مؤثر بر آن. چشم‌انداز مدیریت مالی، ۳۹-۶۴ (۱۰) (۲۹).
doi: ۱۰, ۲۹, ۳۹jfm. / ۱۰, ۵۲۵۴۷
۸. جمشیدی، سعید، علیزاده، علی اصغر. (۱۳۹۴). بانکداری اسلامی (تجهیز منابع پولی و عملیات ریالی شعب). تهران: انتشارات گپ.
۹. جوان امانی ودود، اکبری حمید. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانکداری بر رضایت مندی مشتریان با استفاده از مدل سروکوال (مورد مطالعه: بانک مسکن شعب تهران). نشریه اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۱۱ (۴۰): ۴۳-۶۴.
۱۰. داوری، علی، و رضا زاده، آرش. (۱۳۹۶). مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

۱۱. درستکار، ملیحه و رنجبر، محمدحسین. (۱۳۹۸). ارائه مدل و شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک هدف و انجام سرمایه‌گذاری با رویکرد گزند ثنوری و معادلات ساختاری (مورد مطالعه: صنعت بانکداری ایران). دانش سرمایه‌گذاری، ۸ (۳۰)، ۳۵۵-۳۸۲.
۱۲. رحمتی وجیهه، پورزمانی زهرا، خسروی پور نگار. شناسایی عوامل مؤثر بر اجرای حسابداری دولتی نوین (مورد مطالعه: سازمان امور مالیاتی). فصلنامه حسابداری مالی. ۱۳۹۹؛ ۱۲ (۴۷): ۲۳-۵۸.
- URL: <http://qfaj.mobarakeh.iau.ir/article-۲۳۱۱-۱-fa.html>
۱۳. رئیسی نافچی، امیر سالار و دستگیر، محسن. (۱۳۹۸) ارائه الگویی برای شناسایی عوامل خطر مؤثر بر وقوع تقلب در بانکها (مطالعه موردی، بانک رسالت استان اصفهان)، فصلنامه حسابداری مالی، ۱۱ (۴۱): ۲۳-۴۵.
- URL: <http://qfaj.mobarakeh.iau.ir/article-۱-۱۵۷۲-fa.html>
۱۴. رحیم زاده، اشکان، و فضل الهی، احسان. (۱۳۹۵). پول، ارز و بانکداری. قم: انتشارات احسان فضل الهی.
۱۵. سپاسی، سحر؛ رجب زاده، علی؛ محیا، رضایت (۱۳۹۵). طراحی مدل حسابرسی اجتماعی با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری. فصلنامه دانش حسابرسی، ۱۶ (۴۵)، ۹۷-۱۱۹.
۱۶. صفری، سعیده و رأفتی، مریم (۱۳۹۸). بررسی تأثیر عوامل اقتصادی بر حجم سپرده‌های بانک‌های خصوصی منتخب در ایران. فصلنامه اقتصاد مالی، ۱۳ (۴۷)، ۲۱۶-۱۹۹.
۱۷. فبوزی، فرانک، مودیلیانی، فرانکو، و فری، مایکل. (۲۰۰۹). مبانی بازارها و نهادهای مالی (حسین عبده تبریزی، مترجم) (۱۳۹۸)، تهران: انتشارات نشر آگه.
۱۸. فدائی، مهدی و اسماعیلی، حجت اله. (۱۳۹۵). اولویت بندی عوامل مؤثر بر تامین مالی در بانک مهراققتصاد اصفهان به روش AHP. دو فصلنامه علمی تخصصی پژوهش های اقتصاد توسعه و برنامه ریزی، شماره چاپ ۱۰، ۷۵-۹۶.
۱۹. فرهنگی، علی اکبر، بهرامی، حمیدرضا و زارع علمی، حمزه. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر خدمات بانکداری الکترونیک در افزایش منابع بانک ملت استان لرستان. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول. سال ۱۳۹۴، شماره ۲۱، ۶۸-۶۱.
۲۰. قره داغی قهرمانلویی، فرشاد. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی بر تجهیز منابع مالی بانک های ایران بر اساس مدل رگرسیونی (مورد مطالعه: بانکهای که در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده اند) (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق، نراق

۲۱. محسنی، حسین. (۱۳۹۵). مبانی بانکداری با رویکرد مالی. تهران: انتشارات بورس.
۲۲. محسنین، شهریار، و اسفیدانی، محمد رحیم. (۱۳۹۶). معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart-PLS (آموزشی و کاربردی). تهران: انتشارات موسسه کتاب مهربان نشر.
۲۳. نوری، رسول (۱۳۹۵). بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی با مطالعه موردی بانک تجارت (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب، تهران.
۲۴. هیر، جوزف،. هالت، توماس،. رینگل، کریستین،. و سارستد، مارکو. (۲۰۱۳). مدل سازی معادلات ساختاری کمترین مربعات جزئی (PLS-SEM) (عادل آذر و رسول غلامزاده) (۱۳۹۸)، تهران: انتشارات نگاه دانش.
25. Kong YuSheng, Masud Ibrahim, (2019) "Service innovation, service delivery and customer satisfaction and loyalty in the banking sector of Ghana", *International Journal of Bank Marketing*. ISSN: 0265-2323
26. Miguel, A., Moliner, Tena, Diego Monferrer-Tirado, Marta Estrada-Guillén, (2019) "Customer engagement, non-transactional behaviors and experience in services: A study in the bank sector", *International Journal of Bank Marketing*, ISSN: 0265-2323
27. Mohammadzadeh, A, Hamidi, N., Nayebi, M. A., & Ebrahimi, Y. (2010). A Multi Objective Ootimization Approach for Resources Procurement of Bank., *Journal of Industrial Engineering Qazvin Islamic Azad University*, ۴(5) 55-66
28. Moghavvemi, S., Su Teng Lee, Siew Peng Lee, Perceived overall service quality and customer satisfaction: A comparative analysis between local and foreign banks in Malaysia *International Journal of Bank Marketing*, Volume: 36 Issue: 5, 2018
29. Nhat Vuong, B, Tung, D, Giao, H. Dat, N. & Quan, T. (۲۰۲۰). Factors Affecting Savings Deposit Decision of Individual Customers: Empirical Evidence from Vietnamese Commercial Banks. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*. ۷. ۲۹۳-۳۰۲
30. Yong-chin, L. & jung-Hue, H. (2006), Services and the longtermprofitability in Taiwans bank, *Global Finance Journal*, 17(2), 177-191