

ارزیابی عوامل موثر در جذب منابع بانکی کشور

(مطالعه موردی بانک سامان استان گیلان)

حمیدرضا علیپور شیرسوار* , سارا هدیه لمر**

TMBA چکیده

در قانون عملیات بانکی بدون ربا، تجهیز منابع پولی یک بخش از وظیفه اصلی سامانه بانکی اعلام شده است. بانک ها باید پیوسته خدمات جدیدی با توجه به نیاز متغیر جامعه ارائه دهند زیرا رشد و پیشرفت یک بانک در درجه اول بستگی به افزایش حجم منابع آن بانک دارد . هدف این تحقیق ارزیابی عوامل موثر بر تجهیز منابع بانک ها یا به عبارتی تعیین عوامل کلیدی موفقیت بانک سامان در جذب منابع می باشد . برای این منظور پرسشنامه در اختیار اعضای نمونه آماری (مشتریان و کارکنان شاغل در بانک سامان استان گیلان) قرار داده شده که در نتیجه بررسی آن ن نشان داده شده که میزان استفاده از فن آوری رایانه، رضایت مشتریان از کارکنان شعبه، مطلوبیت محیط داخلی شعبه، تنوع و کیفیت خدمات همگی بر جذب منابع مالی بانک موثر بوده است ولی به ترتیب اولویت کیفیت خدمات، رضایت مشتریان، فن آوری اطلاعات، تنوع خدمات و مطلوبیت محیط داخلی شعبه می باشد.

واژگان کلیدی

بانکداری، منابع بانکی بانک سامان، جذب منابع، عوامل کلیدی موفقیت، بانک سامان

¹ E-mail: drbehdad_66@yahoo.com

2. E-mail: hedyehsara@yahoo.com

استاد یار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت
دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی-گرایش مالی

- در بانکداری نوین مشتریان برای سپردن وجوه خود به بانک ها انگیزه های متفاوتی دارند .
- بنابراین شایسته است در بازار رقابت کنونی که ب ۱ خصوصی شدن تعداد زیادی از بانک های دولتی همراه است،بانک ها هر چه سریعتر برای جذب منابع از یک سو و حفظ مشتریان خویش از سوی دیگر چاره اندیشی نمایند .از سوی دیگر امروزه قضاوت مشتری در امور بانکی بر اساس میزان توانمندی بانک در کمک به حل معضلات و توسعه تجارت او استوار است .امنیت،سرعت تراکنش،دوستی با مصرف کننده و راحتی،سهولت استفاده،اعتماد و مسائل مربوط به حریم خصوصی،از مهمترین عوامل در انتخاب بانک توسط مشتری می باشند . (2004,Akinci)
- (Serka;2005,Sylvie Lafore) امروز شیوه های نوآورانه،مشتری مداری موثر،ارائه تکنولوژی های کارآمد،سرویس دهی و خدمات مورد نظر مشتری را طلب می کند که هر بانکی در این امور موفق تر عمل کند در بازار رقابتی نیز موفق به جذب منابع بیشتر و در نتیجه دوام، بقای دائمی و بهره وری بالاتر خواهد بود . پژوهش حاضر به شناسایی و ارزیابی عوامل درونی افزایش منابع بانکی که سبب افتراق بانک های تجاری از یکدیگر می شوند، می پردازد .عوامل کلیدی موفقیت (CSF)^۲ و توانایی رقابت مستمر دو بخش اصلی مزیت رقابتی برای بانک ق لمداد می شوند به این ترتیب تعیین CSF برای بانک ها می تواند تسهیل گر زمینه برای ایجاد و ارزیابی مزیت رقابتی باشد . (1999,Chen) ابعاد مختلف CSF شامل :کارآمدی مدیریتی، کارآمدی فن آوری، رضایتمندی مشتریان، کارآمدی نیروی انسانی و عوامل محیطی می باشد.

مواد و روشها

این تحقیق بر اساس طرح تحقیق از نوع توصیفی و بر اساس هدف از نوع کاربردی می باشد. جمع آوری اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه انجام گرفت. جامعه آماری مشتریان و کارکنان بانک سامان اسلن گیلان بوده که از بین آنان ۱۰۰ نفر از طریق نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند.

سوالات تحقیق:

۱. آیا بین میزان استفاده از فن آوری رایانه ای و افزایش موجودی منابع رابطه وجود دارد؟
۲. آیا بین میزان تنوع خدمات و افزایش موجودی منابع رابطه وجود دارد؟
۳. آیا بین میزان کیفیت خدمات و افزایش موجودی منابع رابطه وجود دارد؟
۴. آیا بین میزان رضایت مشتریان و افزایش موجودی منابع رابطه وجود دارد؟
۵. آیا بین میزان میزان مطلوبیت محیط داخلی شعب و افزایش موجودی منابع رابطه وجود دارد؟

² Critical success factor

پیشینه تحقیق:

آقای طاهری بروجنی و رشیدی در سال ۱۳۸۰ تحقیقی با عنوان بررسی نقش بازاریابی در تجهیز منابع مالی بانک کشاورزی استان چهارمحال و بختیاری انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که به کار بردن آمیخته بازاریابی در تجهیز منابع مالی بانک کشاورزی بیش از سطح متوسط موثر بوده است.

آقای سفری شرفشاه در سال ۱۳۸۲ در دانشگاه آزاد مرکز تهران، پژوهشی تحت عنوان بررسی عوامل موثر در جذب سپرده های بانک ملی دوره ۱۳۸۰ - ۱۳۶۰ انجام دادند. و به این نتیجه رسیدند که مهمترین عوامل موثر مثبت در سپرده های بانک ملی به ترتیب شاخص عمق مالی، در آمد سرانه و تعداد شعب می باشد.

مبانی نظری:

سیر تجهیز منابع پولی در بانکداری:

الف: تجهیز منابع مالی در بانکداری کلاسیک

۱) از طریق سپرده های جاری، ۲) از طریق سپرده های پس انداز، ۳) از طریق سپرده های ثابت یا مدت دار (جمشیدی، ۱۳۸۴)

ب: تجهیز منابع مالی در نظام بانکی ایران

۱) از طریق منابع مالکانه، ۲) از طریق منابع وکالتی (بهمنی و بهمنی، ۱۳۸۴)

ج: تجهیز منابع مالی در بانکداری نوین

۱) از طریق بانکداری بین المللی و چند ملقی (زری باف، ۱۳۸۲)، ۲) از طریق فعالیت های مالی ترکیبی یا متنوع، ۳) از طریق خدمات مالی غیر بانکی (هفرنان، ۱۳۸۵)، ۴) از طریق ارائه خدمات خرد و کلان بوسیله بانک ها، ۵) از طریق بانکداری جامع (زری باف، ۱۳۸۲)، ۶) از طریق ابزارهای مالی خارج از ترازنامه و تبدیل ابزارهای مالی به اوراق بهادار (هفرنان، ۱۳۸۵)

عوامل موثر در تجهیز منابع بانکی:

در بانکداری نوین عوامل متعددی وجود دارند که بر روند تجهیز منابع پولی بانک ها تاثیر می گذارند. عامل فن آوری اطلاعات و ارتباطات، مهارت، نیروی انسانی شاغل در بانکها، تنوع و کیفیت خدمات بانکی، رضایت مشتریان از کارکنان و مطلوبیت محیط داخلی و محل استقرار شعب در بانکداری نوین ابزارهای مهمی هستند که برای جذب بهینه منابع پولی از آنها استفاده می شود.

فن آوری اطلاعات و ارتباطات: استفاده از تکنولوژی فن آوری اطلاعات مانند پول الکترونیکی، پایانه های فروش و دریافت و پرداخت اتوماتیک، بانکداری مجازی، اینترنتی حتی با معرفی بانکداری خانگی به دنیای بانکداری می توان گفت

که مکان بانک ها به درون خانه مشتریان انتقال یافته است که باعث ارتقای کارآیی، سرعت در برقراری ارتباطات و کاهش هزینه های عملیاتی برای بانک ها شده اند. (اندر و، ۱۳۷۱)

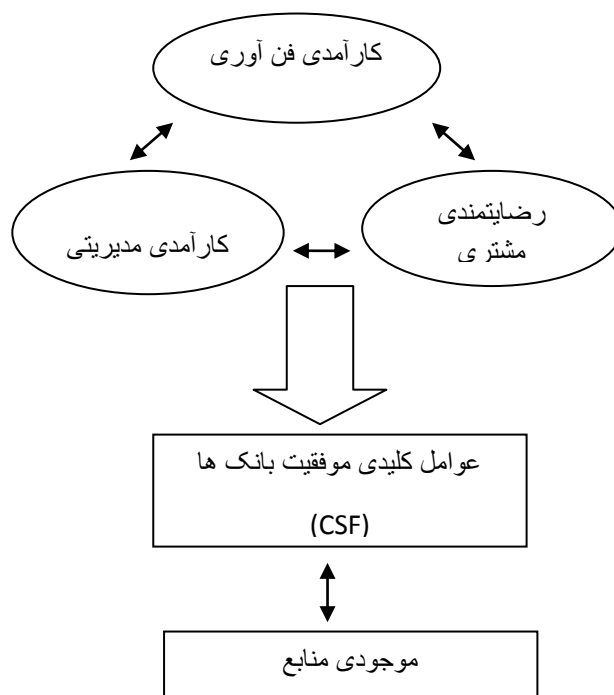
تنوع خدمات: منظور ارائه تسهیلات متنوع، افتتاح حساب های متنوع و ارائه خدمات بعد از ساعت اداری است.

کیفیت خدمات: شامل ارائه خدمات دقیق، سریع، ارزان، انجام به موقع تعهدات، کاهش بوروکراسی در ارائه خدمات، اطلاع رسانی در خصوص خدمات، پرداخت سود مناسب به سرما گذاری مشتریان و رسیدگی به شکایت ها و پیشنهاد های آنها می باشد.

رضایت مشتریان از کارکنان: راضی بودن مشتریان از برخورد کارکنان سازمان در رفع مشکلات آنان و بطور کلی مشتری مداری کارکنان است.

مطلوبیت محیط داخلی: رعایت استانداردهای نظافت و آراستگی محل کار، وضعیت ظاهری کارکنان و وضعیت داخلی شعبه و امکانات رفاهی داخلی شعبه است.

مدل تحلیلی تحقیق: در این پژوهش به بررسی سه بعد اول CSF (کارآمدی مدیریتی، کارآمدی فن آوری، رضایتمندی مشتریان) پرداخته شده است. مولفه های تشکیل دهنده بعد کارآمدی مدیریتی شامل مدیریت تسهیلات اعطایی، مدیریت مطلوبیت محیط داخلی شعبه، مولفه های بعد کارآمدی فن آوری شامل میزان استفاده از فن آوری رایانه و امکانات ب دستگاههای ATM, POS، تلفن بانک، موبایل بانک است. بعد سوم رضایتمندی مشتریان انکداری مانند دارای مولفه های کیفیت، تنوع خدمات و طرز برخورد کارکنان با مشتری می باشد. که شمای کلی در شکل زیر نشان داده شده است:



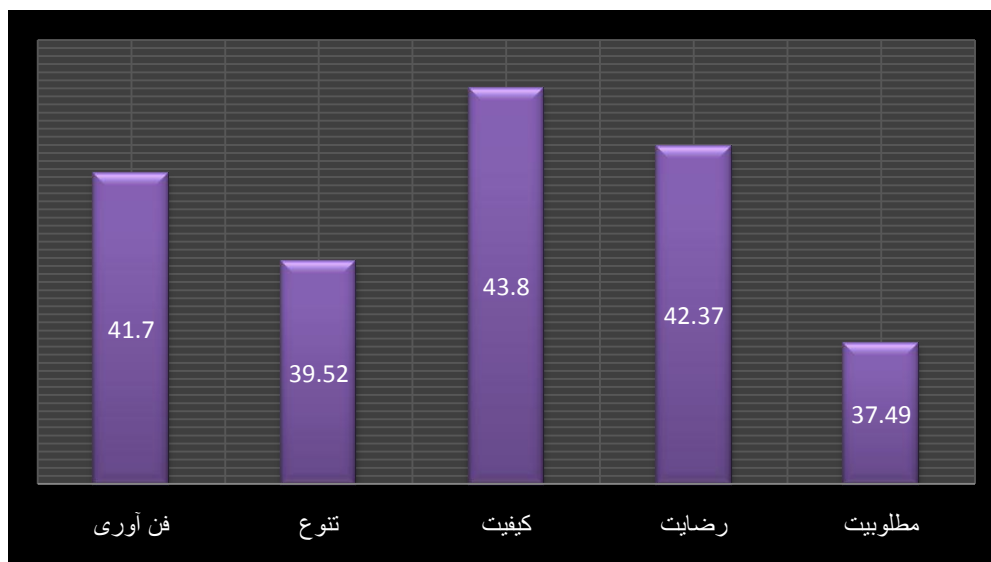
تجزیه و تحلیل داده ها:

برای اولویت بندی عوامل موثر، داده های جمع آوری شده به صورت جداول آمار توصیفی طبقه بندی شدند، جهت طبقه بندی در ابتدا فراوانی هر عامل با توجه به طیف پنجگانه لیکرت از پرسشنامه ها استخراج شده سپس درصد کل هر طیف محاسبه و در جدول زیر ارائه شده است:

جدول توزیع فراوانی عوامل بررسی شده:

عوامل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
فن آوری	۴۱.۷۰	۳۹.۷۱	۱۴.۲۸	۳.۱۳	۱.۱۳
تنوع خدمات	۳۹.۵۲	۲۲.۳۷	۲۱.۳۷	۱۰.۹	۵.۷۱
کیفیت خدمات	۴۳.۸۰	۴۲.۸۵	۱۰.۹۵	۲.۳۷	—
رضایت مشتریان	۴۲.۳۷	۳۳.۸۰	۲۰.۹۵	۱.۴۲	۱.۰۵
مطلوبیت محیط داخلی	۳۷.۴۹	۳۴.۹۹	۱۹.۶۳	۵.۳۵	۲.۴۹

نمودار مربوط به جدول فوق:



یافته ها و نتیجه گیری:

بر اساس نتایج حاصل از جدول:

- عامل کیفیت خدمات با $43/8\%$ اولین عامل تلقی گذار در جذب منابع بانک سامان معرفی شده است. بنابراین بانک با بهبود در عوامل کیفیت از نظر مشتریان مانند سرعت، دقت در کار و همدلی با مشتریان کیفیت خدمات را بالا ببرد.
- عامل رضایت مشتریان، با $42/37\%$ دومین عامل اثر گذار در جذب منابع مالی بانک سامان معرفی شده است. بنابراین پیشنهاد می شود بانک در جهت کسب رضایت مشتریان با در نظر گرفتن خدمات ویژه و امکانات رفاهی همچون پارکینگ اتومبیل، رضایت آنها را جلب نماید.
- عامل فن آوری اطلاعات و ارتباطات، با $41/70\%$ سومین عامل موثر معرفی شده است. بنابراین پیشنهاد می شود بانک با بهبود و تسهیل در ارائه خدماتی چون اینترنت بانک، اس ام اس بانک و موبایل بانک به سمت بهبود بهره وری از طریق فضای مجازی پیش رود.
- عامل تنوع خدمات با $39/52\%$ چهارمین عامل اثر گذار معرفی شده است. اینطور به نظر می رسد که بانک می بایست با ایجاد تنوع در خدماتی از قبیل اعطای تسهیلات با شیوه های متفاوت و ارائه خدمات متنوع الکترونیکی تمایل مشتریان را به ایجاد ارتباط با خود افزایش دهد.
- عامل مطلوبیت محیط داخلی با $37/49\%$ پنجمین عامل موثر در جذب منابع مالی در بانک سامان استان گیلان معرفی شده است بنابراین پیشنهاد می شود، بانک با مد نظر قرار دادن استانداردهای جهانی مطلوبیت، محیط داخلی شعبه را از نظر روانی، اجتماعی و فیزیکی ارتقاء دهد.

منابع:

۱. بهمند، محمد و بهمنی، محمود (۱۳۸۴)، بانکداری داخلی - تجهیز منابع پولی، چاپ یازدهم، تهران: انتشارات موسسه عالی بانکداری
۲. جمشیدی، سعید (۱۳۸۴)، بانکداری اسلامی، چاپ پنجم، تهران، انتشارات شکوه اندیشه
۳. جعفر پور، محمود و فیاضی، مرتضی، (۱۳۸۹) "شناسایی و رتبه بندی راهبردهای جذب منابع در شبکه بانکی کشور" دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات مالی.
۴. زری باف، مهدی (۱۳۸۲)، بانکداری نوین ضرورتی در خردنگری بانکداری، مجله تازه های اقتصاد، شماره ۱۰۲، بانک مرکزی ایران.
۵. گیلانی نیا، شهرام و احمدی راد، علی (۱۳۸۹)، "ارزیابی موثر بر تجهیز منابع بانک ها"، پایان نامه تحصیلات تکمیلی، دانشگاه آزاد رشت.
۶. هفرنان، شلاک، ترجمه علی پارسیان و علیرضا شیرانی (۱۳۸۵)، بانکداری نوین در تئوری و عمل، چاپ سوم، تهران: انتشارات بانک سپه

7. Akinci serkan, Safak Aksoy, Eda Atilgan. (2004). "Adoption Of Internet Bankiing Among Sophisticated Consumer Segments In An Advanced Developing Country", International Journal Of Bank Marketing, Vol.22, No.3, Pp.212-232.

8. Andrew, Kenneth ;(1993) "The Bank Marketing Hanbook; Cambrige: Woodhead_faulkner.

9. Sylvie Laforet, Xiaoyan Li, (2005). "Consumers' Attitudes Towards Online And Mobile Banking In China", International Journal Of Bank Marketing, Vol. 23, No.5, Pp.362-380.

10. Chen, T.y. (1999). Critical Success factors for varios strategies in the banking industry. international journal of bank marketing, 17(2), 81-91.