

شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانک‌ها (مطالعه موردى، 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^۵

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. پایابی پرسشنامه پس از تائید خبرگان بانکی و انجام پیش‌آزمون، با آلفای کربنباخ آزمون و تائید گردید. بعد از جمع‌آوری داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه، شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر روش‌های جذب منابع با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری (مدل حداقل مربعات جزئی) و انجام تحلیل عاملی، استخراج شد. بر اساس مقادیر t -value بدست‌آمده که بالاتر از عدد ۱/۹۶ گردید، تأثیر مجموعه عوامل برونو سازمانی و درون‌سازمانی بر تجهیز منابع، به‌طور کلی تائید شد. این ارتباط در بخش ابعاد عوامل درون‌سازمانی نیز تائید گردید. با توجه به ضرایب مسیر به‌دست‌آمده در مدل نهایی پژوهش، میزان تأثیرگذاری عوامل درون‌سازمانی (0/863) 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

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 مرباعات جزئی؛ عوامل برون‌سازمانی؛ عوامل درون‌سازمانی.

طبقه‌بندی JEL: C.G3, G2

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 به عنوان 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 قابل توجه 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 وجود 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 جمع‌آوری شده به صورت 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 ذکر شده، توانمند خواهد ساخت (جمشیدی و علیزاده، ۱۳۹۴).

با توجه به تأثیرگذاری سیستم بانکی در شرایط مختلف اقتصادی، این سیستم همیشه مورد توجه 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 یاقوت 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 تامین مالی؛ بانک‌ها در دو گروه قرار می‌گیرند؛ (۱) بانک‌هایی که در تأمین وجود، اتکای کمتری به سپرده‌گذاران دارند و بیشتر وجود 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 وجود، به سپرده‌ها وابسته هستند (فبوزی و همکاران، ۲۰۰۹).

سپرده‌های مردم در ایران، بیشترین سهم را در تأمین منابع بانک‌ها دارند. با وجود شرایط رقابتی بالا بین بانک‌های خصوصی، دولتی و برخی مؤسسات مالی و شرایط اقتصادی حاکم بر کشور، بانک‌ها در تجهیز منابع با محدودیت‌هایی رو برو 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 غیرقابل‌کنترل و مدیریت هستند. عوامل خدماتی، مالی، ارتباطی و انسانی، فیزیکی به عنوان ابعاد عوامل درون‌سازمانی بوده که قابل‌کنترل 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 تعیین‌یافته، 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 درنهایت پیشنهادهای 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 بدھی‌ها و سرمایه انجام می‌شود که بیشترین سهم از منابع بانک را بدھی‌ها دارند. بدھی‌ها 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 سراسید 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 به طور 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. درروش 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 به عنوان دومین روش تجهیز منابع بانکی بوده و مقصود از آن، ارزش ویژه بانک است و مقدار آن برابر با تفاوت بین کل دارایی‌ها و بدھی‌ها است. بانک این وجود را می‌تواند با انتشار سهام جدید یا از محل سود انباسته، تأمین کند. سرمایه بانک به عنوان سپر در مقابل ورشکستگی استفاده می‌شود و اگر ارزش دارایی‌های بانک از بدھی‌هایش 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 هر کدام 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 هر کدام 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 بخشدید 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 شب و طراحی و زیبایی داخلی و خارجی فضای شب از شاخص‌های مهم آن می‌باشند. ایجاد شب در مناطق مختلف، ضمن ارائه خدمات بهتر، حوزه وسیع‌تری را مورد پوشش قرارمی‌دهد (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 روش‌نگری‌های لازم در مورد شرایط و موقعیت منحصر به‌فرد آن بانک درزمنیه 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 به عنوان 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 می‌باشد. برای مثال در زمان صدور ضمانتنامه با اخذ سپرده نقدی به میزان کمتر از حداقل درصد تعیین شده توسط بانک مرکزی باعث خروج منابع بانک‌های دیگر می‌شوند (ابراهیمی، ۱۳۸۹).

نوasanat سایر بازارها: بازارهای مختلفی به عنوان رقیب صنعت بانکداری عمل نموده و نوسانات 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 ثابت شده 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 رافتی، ۱۳۹۸).

۲-۱. پیشینه پژوهش

۱-۲-۱. تحقیقات داخلی

جوان امانی و اکبری (۱۴۰۱) تاثیر 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 تاثیرگذار است، همدلی بین کارکنان بانک و مشتریان، ضمانت و تصمیم‌بانک و مسئولیت پذیری بانک بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات در بانک مسکن تاثیرگذار است، بعد ظاهری و فیزیکی تاثیر 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 آنی 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 درنتیجه ایجاد نقدینگی بانک‌ها به علت کاهش منابع در دسترس کاهش می‌یابد.

آهنگ 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 انجام‌شده 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 اسمرینوف 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 قرارداد. 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 الیت تأثیرگذاری به ترتیب مربوط به نرخ ارز، سکه، درآمد سرانه، جمعیت و نرخ تورم است.

۱-۲-۲. تحقیقات خارجی

نات وونگ و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی عوامل اصلی مؤثر بر تصمیمات مشتریان برای سپرده‌گذاری پسانداز در بانک‌های تجاری ویتنام را موردمطالعه قراردادند. داده‌های نظرسنجی از

1. Nhat Vuong & et al.

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 بالای 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.

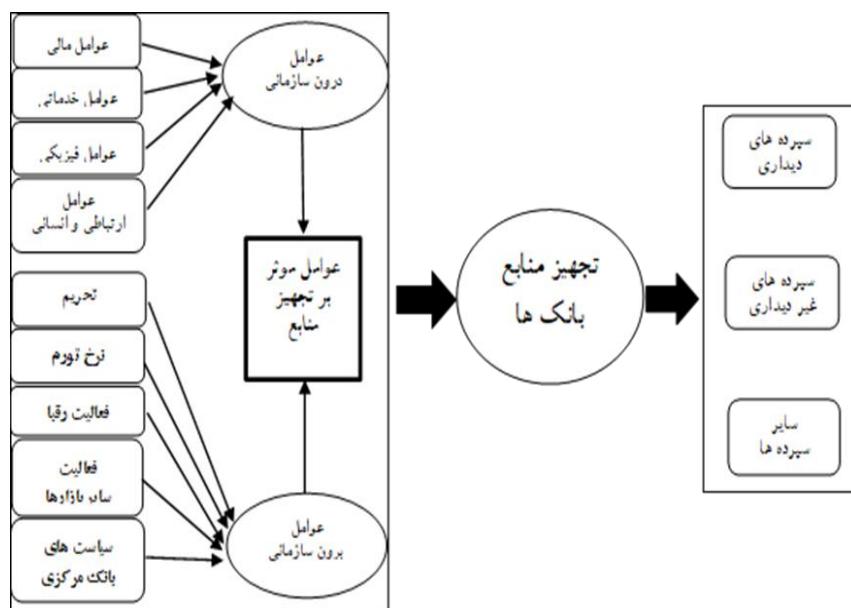
تنا و همکاران^۲ (۲۰۱۹) تحقیقی را تحت عنوان مشارکت مشتری، رفتارهای غیرمستقیم و تجربه در خدمات را در دو بانک اسپانیا انجام دادند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بانک‌ها باید فضاهای فیزیکی را به شکلی طراحی کنند که تأثیر مثبتی بر مشتریان داشته باشد و با آینده‌نگری مکان شعبه را تبدیل به مکانی برای مشارکت و مشاوره به مشتریان برای تشویق و تسهیل روابط شخصی و پایدار بکنند. این تحول شامل ساعتهاي باز بودن بیشتر، در دسترس بودن، چاکری 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 به صورت مقایسه‌ای بررسی کردند. بانک‌های محلی و خارجی در مالزی با توجه به کارکنان ماهر، محصولات و خدمات نوین، ارائه خدمات باکیفیت 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.

محلي مهم است؛ اما برای مشتریان بانک‌های خارجی، تصویر بانکی و بانکداری اینترنتی جزء مهمی به شمار می‌رond. 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 بالاهمیت 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 موردنبررسی 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. بامطالعه 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 بامطالعه 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 موافق (۹) تا کاملاً مخالف (۱) تنظیم گردید که شامل ۶۲ سازه هست. 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 تائید قرار گرفت. ارزیابی پایایی پرسشنامه از طریق ضریب آلفای کربنباخ با استفاده از ابزار SPSS محاسبه شد. با توجه به اینکه ضریب آلفای کربنباخ محاسبه شده بالای ۰/۷ شد، پایایی پرسشنامه مذکور خوب ارزیابی گردید.

مجموع کارکنان شاغل در بانک تجارت منطقه زنجان ۲۸۵ نفر می‌باشد 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 به‌جز 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 قصاوی بوده و افراد نمونه در شعب بر اساس بیشترین سابقه کار و در دوایر 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^۱ (۱۹۹۵) ارائه شده استفاده گردید. بر این اساس تعداد نمونه برابر با بزرگ‌ترین مقدار حاصل از دو قاعده است؛^۲ 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).

1. Barclay et al.

طبق سازه‌های طراحی شده برای هر کدام 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 به عنوان عوامل برون‌سازمانی و عوامل خدماتی، مالی، فیزیکی و ارتباطی و انسانی به عنوان عوامل درون‌سازمانی می‌باشند. این متغیرها که دارای زیر سازه‌هایی نیز می‌باشند، بر اساس مبانی نظری، پیشینه تحقیق، اهداف استراتژیک و مصاحبه انجام گرفته با کارشناسان بانکی استخراج و در جدول ۱ ارائه شده‌اند:

جدول ۱. متغیرهای مستقل و زیر سازه‌ها

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

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

دادن هدایای تبلیغاتی در مناسبت‌های مختلف (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q37			
پشتیبانی شعب منطقه از طرف دوایر ستادی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q38			
افزایش امنیت استفاده از عوامل فناورانه و اطمینان بخشی به مردم (MSC) (MSC با کارشناسان)	q39			
ایجاد انگیزه در کارکنان با ارتقای شغلی بر اساس میزان منابع جذب شده (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 به عنوان ابزارهای تبلیغاتی (نوری، ۱۳۹۵)	q42			
تبلیغات جذاب و مستمر قبل و هنگام ارائه هریک از طرح‌های جدید (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q43			
ویژگی‌های رفتار فردی کارکنان (داشتن رفتار دوستانه و مؤبدانه، صبور بودن و...) (نوری، ۱۳۹۵)	q44			
شناسایی افراد تأثیرگذار در سازمان‌ها (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q45		عوامل ارتباطی و انسانی	
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 (MSC با کارشناسان)	q48		سپرده‌های غیر دیداری	
ارتباط با افراد سرشناخت 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			
ارائه مشاوره و هدایت درست مشتری در جهت برطرف شدن نیاز وی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q52		عوامل ارتباطی و انسانی	
توجه به پذیرش مشتری (اهمیت برخورد اولیه) (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q53			
داشتن دانش بانکی، معلومات و اطلاعات به روز کارکنان (پارسانژاد گوهري، ۱۳۹۶)	q54		سایر سپرده‌ها	
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 قهرمانلوبی، 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		همه سپرده‌ها	
رقابت ناسالم برخی بانک‌ها و مؤسسات مالی (بر اساس مصاحبه با کارشناسان)	q60		عوامل برون‌سازمانی	

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

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل سازی معادلات ساختاری حداقل مربوطات جزئی (PLS-SEM)، استفاده شده است. این مدل یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل ساختار داده‌های پیچیده است و یکی از دو نسل مدل سازی 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 درنهایت 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 (رئیسی نافجی و دستگیر، ۱۳۸۴).

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) الگای کربنباخ^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) درنهایت معیار GOF^۶ برای برازش بخش کلی مدل (داوری و رضازاده، ۱۳۹۶).

-
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	سال (سال)	سابقه	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 خبره 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

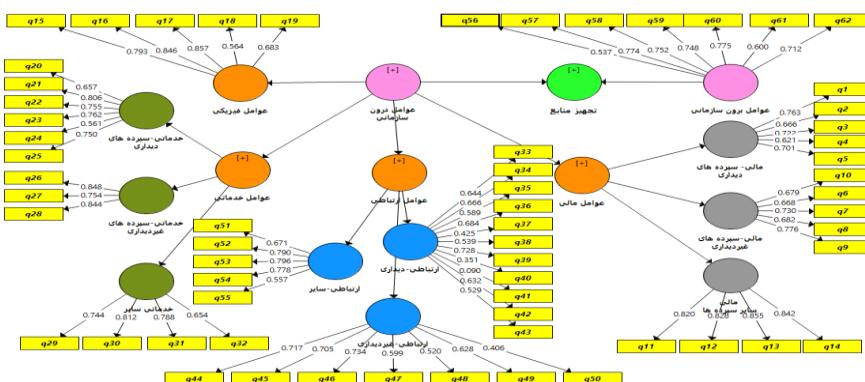
جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی تکمیل‌کنندگان پرسشنامه‌ها

متغیرها	سابقه (سال)	جنسيت	تعداد	درصد فراوانی
		زن	۱۵	۱۰/۷
		مرد	۱۲۵	۸۹/۳
	کمتر از ۵ سال		۶	۴/۳
	۱۰ تا ۱۵ سال		۴	۲/۹
	۱۵ تا ۲۳ سال		۲۳	۱۶/۴
	۱۵ سال به بالا		۱۰۷	۷۶/۴

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

منبع: یافته های پژوهش

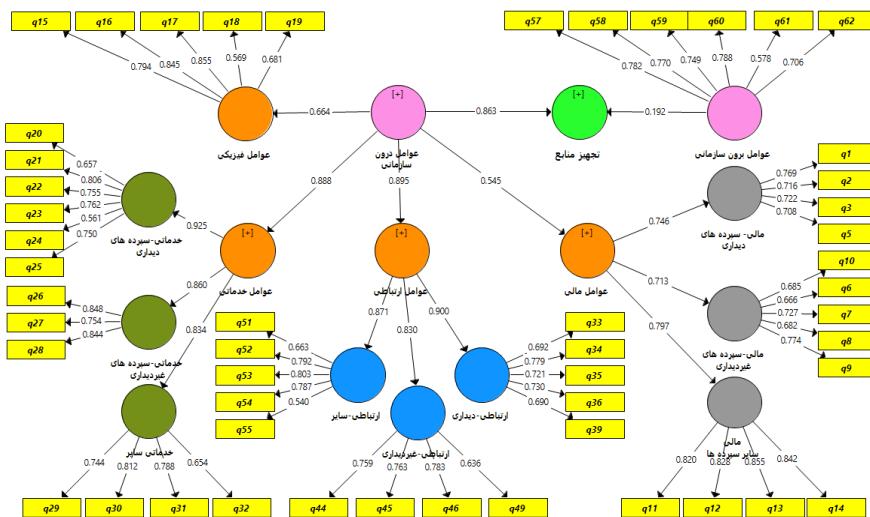
الگوی پژوهش با استفاده از نرم افزار Smart PLS در هردو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری اجرا شد. بخش مدل اندازه‌گیری طی دو مرحله انجام گرفت؛ در مرحله اول، مدل اولیه پژوهش طی شکل ۲ با تمام سازه‌ها (۶۲ سازه) ایجاد شد:



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

منبع: یافته های پژوهش

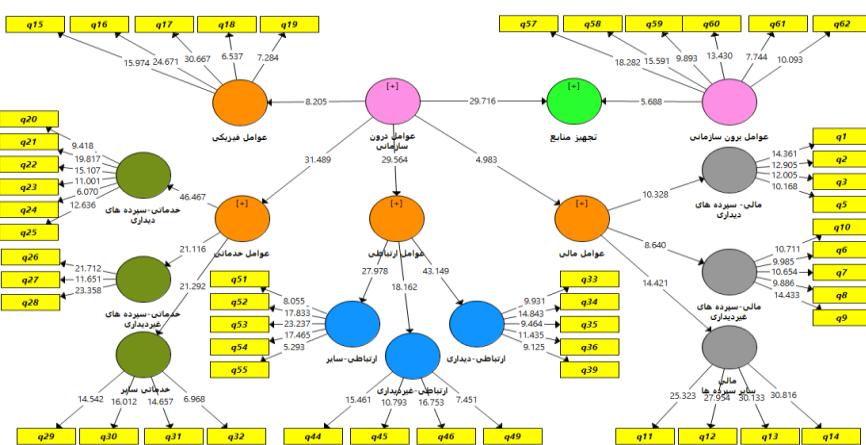
در مرحله دوم ابتدا متغیرهایی که دارای بار عاملی پایین‌تر از ۰/۵ بودند (q37, q40, q41, q50)، حذف شدند و سپس برای دستیابی به مدل نهایی، هفت متغیر دیگر q38, q42, q43, q47, q48, q49, q56) که کمترین بار عاملی را داشتند طی چند مرحله تحلیل عاملی، حذف شده و مدل نهایی تحقیق در بخش اندازه‌گیری استخراج شد که در شکل ۳ آرائه شده است:



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

منبع: یافته های 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 سبدهای 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:



شکل ۴. ضرایب معناداری مدل ساختاری

منبع: یافته های پژوهش

آماره های t مربوط به روابط ساختاری در سه سطح روابط بین متغیرها، ابعاد و شاخص ها نشان داده شده است. از آماره های نشان داده شده در مسیرهای الگو برای تأیید معناداری ارتباط ساختاری بین سازه های الگو استفاده شده است. اگر آماره های t بزرگتر از عدد $1/96$ باشد در سطح اطمینان ۹۵٪ روابط بین سازه ها مورد تأیید است. با توجه به شکل ۴، ارتباط ذکر شده در تمام بخش های 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 می کند. در ادامه به برآش الگوهای ارائه شده مدل پرداخته می شود.

هدف از برآش مدل این است که مشخص شود مدل بکار رفته با داده های تجربی مورداستفاده چقدر سازگاری و توافق دارد. این تطبیق در سه بخش اندازه گیری، ساختاری و بخش کلی مدل با روش های مختلف انجام شده است (رحمتی و همکاران، ۱۳۹۹).

۳-۱. برآش مدل اندازه گیری

برای برآش بخش اندازه گیری مدل سه آزمون آلفای کربنباخ، پایایی ترکیبی و روایی همگرا اجرا شد

جدول ۴. نتایج معیارهای آلفای کربنباخ، پایابی ترکیبی و روایی همگرا

روایی همگرا	پایابی ترکیبی	آلفای کربنباخ	سازه‌ها	ابعاد	عوامل	
۰/۵۳	۰/۸۷	۰/۸۲	عوامل برون‌سازمانی			
۰/۵۸	۰/۸۴	۰/۹۳	عوامل درون‌سازمانی			
۰/۵۷	۰/۸۷	۰/۸۱	عوامل فیزیکی		عوامل خدماتی	
۰/۷۶	۰/۹۱	۰/۸۹	عوامل خدماتی			
۰/۵۲	۰/۸۶	۰/۸۱	سپرده‌های دیداری			
۰/۶۷	۰/۸۶	۰/۷۵	سپرده‌های غیر دیداری			
۰/۵۷	۰/۸۴	۰/۷۴	سایر سپرده‌ها			
۰/۷۲	۰/۹۰	۰/۸۸	عوامل ارتباطی و انسانی			
۰/۵۲	۰/۸۵	۰/۷۷	سپرده‌های دیداری			
۰/۵۴	۰/۸۳	۰/۷۲	سپرده‌های غیر دیداری			
۰/۵۲	۰/۸۴	۰/۷۷	سایر سپرده‌ها			
۰/۵۷	۰/۸۰	۰/۸۲	عوامل مالی			
۰/۵۳	۰/۸۲	۰/۷۱	سپرده‌های دیداری	عوامل مالی		
۰/۵۰	۰/۸۳	۰/۷۵	سپرده‌های غیر دیداری			
۰/۷۰	۰/۹۰	۰/۸۶	سایر سپرده‌ها			

منبع: یافته‌های پژوهش

آلفای کربنباخ 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 کربنباخ قابل قبول برای نشان دادن پایابی، بالاتر از ۰/۷ هست (محسنین و اسفندیانی، ۱۳۹۶). نتایج آزمون آلفای کربنباخ الگوی این پژوهش در جدول ۳ نشان می‌دهد که ضرایب آن بالاتر از ۰/۷ می‌باشند، بنابراین پایابی آلفای کربنباخ مورد تائید قرار می‌گیرد.

یکی دیگر از آزمون‌های پایابی، آزمون پایابی ترکیبی است؛ معیاری مدرن‌تری نسبت به آلفای کربنباخ برای تعیین پایابی سازه‌ها هست. این آزمون که بر اساس همبستگی سازه‌ها با یکدیگر محاسبه می‌شود، در مدل تازه کشف شده، 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 تائید آن بالاتر از ۰/۷ و کمتر از ۰/۹۵ است (تفتیان و همکاران، ۱۳۹۹).

نتایج آزمون پایابی ترکیبی در جدول ۳ نشان می‌دهد که همه ضرایب پایابی ترکیبی مابین ۰/۷ و ۰/۹۵ قرار دارند، بنابراین پایابی بر اساس این آزمون نیز مورد تائید 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 لارکرا (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 تائید 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 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 بروزنزا 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 درونزا ای 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&larcher
2. Hair & et al

معیار دیگر برای برازش بخش ساختاری مدل در معادلات ساختاری، معیار Q^2 است. این معیار که توسط استون و گیزر (1975) 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. دریاره قدرت پیش‌بینی ضعیف متوسط و قوی سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ تعیین شده است؛ و هرچه قدر مقدار Q^2 به عدد ۰/۰۲ 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 R^2 و Q^2 عوامل درون‌زا مدل

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

منبع: یافته‌های پژوهش

۳-۳- آزمون کلی - نیکوئی برازش

بعد از اجرای آزمون‌های مراحل اول و دوم برای برازش بخش اندازه‌گیری و ساختاری مدل، نوبت به اجرای آزمون سوم برای برازش کلی مدل از نظر روابط اندازه‌گیری و ساختاری می‌رسد. برای برازش کلی، معیاری به نام نیکوئی برازش (GoF) وجود دارد که عبارت است از جذر حاصل ضرب میانگین مقادیر اشتراکی متغیرها ($\overline{R^2}$) در میانگین مقادیر ضریب تعیین ($\overline{R^2}$) که سه مقدار $0/01$ ، $0/25$ و $0/35$ برای آن، به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای مقایسه استفاده می‌شوند (تفتیان و همکاران، ۱۴۰۰). با استفاده از فرمول ۶ مقدار آزمون کلی محاسبه شد.

$$(6) \quad GoF = \sqrt{\text{Communalities}} \times \overline{R^2}$$

مقادیر اشتراکی متغیرها که برابر AVE هرکدام از این متغیرها است قبلًا محاسبه و در جدول شماره سه آورده شده است. میانگین آن‌ها برابر $0/56$ می‌شود و مقادیر ضریب تعیین نیز قبلًا محاسبه شده که در جدول ۴ نشان داده شده است و میانگین آن‌ها ($\overline{R^2}$) برابر $0/67$ می‌گردد؛ بنابراین مقدار معیار GoF به قرار زیر خواهد بود:

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

با توجه به مقدار به دست آمده ($0/61$) و مقادیر $0/01$ ، $0/25$ و $0/35$ که به عنوان معیارهای ضعیف، متوسط و قوی برای GoF معرفی شده‌اند، برازش بسیار مناسب مدل کلی تأثید می‌گردد.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

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

جدول ۶. متغیرهای حذف شده طی تحلیل عاملی

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

		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 هریک 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		تحريم	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. درنتیجه عوامل مذکور برای بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع مناسب نمی‌باشند. الباقی سازه‌های جدول ۵ باوجود اینکه حداقل بار عاملی را داشتند، در جریان برآش 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، سؤالات 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 قبیل از ارائه خدمات جدید) داشتند.

در سطح ابعاد عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی که به تفکیک هریک از روش‌های تأمین مالی آورده شده است، مقادیر t-value به دست آمده بالای ۱/۹۶ گردید. بر این اساس ارتباط هریک از این ابعاد با تجهیز منابع در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر 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 $0/895$ ، $0/888$ ، $0/664$ و $0/545$ 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 شب 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 آهنگ، محقق نیا و گندمی (۱۳۹۸) در بانک پاسارگاد استان قم، عوامل درون سازمانی مؤثر بر جذب سپرده های سرمایه گذاری مدت دار (از سپرده های 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 پژوهش ها دارای اولویت اول بوده اما در این پژوهش اولویت اول با عوامل ارتباطی و انسانی است.

در بررسی هریک از این ابعاد به تفکیک روش های تأمین مالی نتایج به قرار زیر به دست آمد:

در عوامل خدماتی؛ عوامل مربوط به سپرده های دیداری، سپرده های غیر دیداری و سایر سپرده ها 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 سپرده های دیداری است و بالاترین ضریب مسیر (۰/۸۰۶) در این گروه مربوط به ارائه خدمات جذاب و به روز است.
--

در عوامل ارتباطی و انسانی؛ عوامل مربوط به سپرده های دیداری، سایر سپرده ها و سپرده های 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 سپرده های دیداری است و بالاترین ضریب مسیر (۰/۷۷۹) در این گروه مربوط به مدیریت منابع انسانی است.

در عوامل مالی؛ عوامل مربوط به سایر سپرده ها، سپرده های دیداری و سپرده های غیر دیداری به ترتیب با ضرایب مسیر ۰/۷۹۷، ۰/۷۴۶ و ۰/۷۱۳ در اولویت ۱ تا ۳ قرار گرفتند. بر این اساس بالاترین تأثیرپذیری تجهیز منابع در این بخش مربوط به عوامل مربوط به سایر سپرده ها است و بالاترین ضریب مسیر (۰/۸۵۵) در این گروه مربوط به اعطای تخفیف در کارمزد صدور ضمانت نامه است.
--

در عوامل فیزیکی؛ که برای همه روش ها باهم در نظر گرفته شده، متغیر ۹۷ 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 دارد. در سطح عوامل پژوهش؛ با توجه به مقادیر t -value، در سطح اطمینان ۹۵ درصد، تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برونسازمانی در تجهیز منابع تائید 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 موردنمود و تقویت مدیران ارشد قرار گیرد. در این راستا انتصابات بر اساس شایسته‌سالاری و توجه به بحث جانشین پروری، 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 جذب شده و هزینه تخفیف کارمزد- از این ابزار برای جذب منابع استفاده بیشتری شود. تخفیف کارمزد از جمله ابزارهایی است که موردنمود 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 ارائه شده در این تحقیق در مناطق دیگر و جامعه آماری بزرگ‌تر مورد آزمون قرار گیرد و از روش‌های دیگر برای اولویت‌بندی عوامل استفاده شود.

مهمنترین 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.

منابع

۱. آهنگ، 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.۱۰۰,۲۲۰۵۹
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). *چشم انداز مدیریت مالی*, ۱۲(۱)، ۱۳۴-۱۵۸.
۴. پارسانژاد گوهري، صاحبه (۱۳۹۶). تاثیر عوامل درون سازمانی بر جذب منابع بانکی در بانک ملی شهر اصفهان (پایان نامه 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*, ۱۹(۶): ۵۳-۶۸.
<https://miaeoi.ir/article-1-486-fa.pdf>
۶. تفتیان، اکرم، ناظمی اردکانی، مهدی، فتوحی خانکهدانی، محبوبه (۱۳۹۹) ارزیابی تاثیر مقوله‌های الگوی افشاری اطلاعات آینده نگر، *مجله علمی پژوهشی دانش حسابداری مالی*, ۲۸(۱): ۹۲-۶۵.
۷. تهرانی، رضا، بیگدلو، جمشید. (۱۳۹۹). بررسی نقش واسطه‌گری مالی بانک‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران و عوامل مؤثر بر آن. *چشم انداز مدیریت مالی*, ۱۰(۴۹-۶۴): ۵۲۵۴۷.
doi: ۲۰۲۱,۱۳۹۹۹,۲۷۴۱/jfak.۱۰,۳۰۴۷۹
۸. جمشیدی، سعید، علیزاده، علی اصغر. (۱۳۹۴). بانکداری اسلامی ۱ (تجهیز منابع پولی و عملیات ریالی شعب). تهران: انتشارات گپ.
۹. جوان امانی و دود، 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): ۶۴-۴۳.
۱۰. داوری، علی، و رضا زاده، آرش. (۱۳۹۶). *مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS*. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

۱۱. درستکار، مليحه و رنجبر، محمدحسین. (۱۳۹۸). ارائه مدل و شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک هدف و انجام سرمایه‌گذاری با رویکرد گرنند تئوری 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*، ۱۲ (۴۷)، ۱۳۹۹ (۴۷) ۲۳-۵۸:
- URL: <http://qfaj.mobarakeh.iau.ir/article-۲۳۱۱-۱-fa.html>
۱۳. رئیسی نافچی، امیر سalar و دستگیر، محسن. (۱۳۹۸) ارائه الگویی برای شناسایی عوامل خطر مؤثر بر وقوع تقلب در بانکها (مطالعه موردى، 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؛ محبی، رضایت (۱۳۹۵). طراحی مدل حسابرسی اجتماعی با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری. *فصلنامه دانش حسابرسی*، ۱۶ (۶۵)، ۹۷-۱۱۹.
۱۶. صفری، سعیده و رافتی، مریم (۱۳۹۸). بررسی تأثیر عوامل اقتصادی بر حجم سپرده‌های بانک‌های خصوصی منتخب در ایران. *فصلنامه اقتصاد مالی*، ۱۳ (۴۷)، ۲۱۶-۱۹۹.
۱۷. فبوzی، فرانک.، مودیلیانی، فرانکو.، و فری، مایکل. (۲۰۰۹). *مبانی بازارها و وندها* (حسین عبده تبریزی، مترجم) (۱۳۹۸)، تهران: انتشارات نشر آگه.
۱۸. فدائی، مهدی و اسماعیلی، حجت‌الله. (۱۳۹۵). اولویت‌بندی عوامل موثر بر تامین مالی در بانک مهرآقتصاد اصفهان به روش AHP. دو *فصلنامه علمی تخصصی پژوهش‌های اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی*، شماره چاپ ۱۰، ۷۵-۹۶.
۱۹. فرهنگی، علی‌اکبر، 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 بانک‌های ایران بر اساس مدل رگرسیونی (مورد مطالعه: بانک‌هایی که در بورس اوراق بهادار پذیرفته شده‌اند) (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 مهرaban نشر.
۲۳. نوری، رسول (۱۳۹۵). بررسی و تجزیه و تحلیل عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی با مطالعه موردنی 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 Optimization Approach for Resources Procurement of Bank.,Journal of Industrial Engineering Qazvin Islamic Azad University, ۴(5) ۵۵-۶۶
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