2-1- مقدمه.........................................................................................................................................................9

2-2- نگاهی به اقلام اصلی ترازنامه بانک ها در ایران.......................................................................................10

2-3- بررسی روش های تجهيز و تخصيص منابع در نظام بانکي......................................................................13

2-3-1- روش های تجهیز منابع........................................................................................................................13

2-3-1-1- تجهیز منابع در بانکداری سنتی .....................................................................................................13

2-3-1-2- تجهیز منابع در بانکداری اسلامی...................................................................................................14

2-3-2- روش های تخصیص منابع..................................................................................................................16

2-3-2-1- عقود مشارکتی................................................................................................................................16

2-3-2-2- عقود مبادله ای................................................................................................................................16

2-3-3-3- سایر عقود.......................................................................................................................................16

2-4- عوامل مؤثر بر جذب منابع.......................................................................................................................17

2-4-1- عوامل مؤثر برون سازمانی...................................................................................................................17

2-4-2- عوامل درون سازمانی..........................................................................................................................18

2-5- بررسی عوامل درون سازمانی مؤثر بر جذب منابع در بانک رفاه ............................................................19

2-5-1- عوامل خدماتی....................................................................................................................................19

2-6-2- عوامل مالی.........................................................................................................................................23

2-5-3- عوامل ارتباطی و انسانی.................................................................................................................... 27

2-5-4- عوامل و شرایط فیزیکی.....................................................................................................................31

2-5-5- عوامل وابستگی سازمانی....................................................................................................................34

2-6- پیشینة تحقیق .........................................................................................................................................37

2-6-1- مطالعات داخلی..................................................................................................................................37

2-6-2- مطالعات خارجی................................................................................................................................41

2-7- خلاصه و جمع بندی..............................................................................................................................44

**2-1- مقدمه**

نظام بانکی دولتی ایران به عنوان مراکز مالی که اکثریت مردم با آنها سر و کار دارند، امروزه با چالش های بی شماری مواجه هستند. حضور بانک های خصوصی، ظهور بحران های مالی در سرتاسر جهان، زمزمه فعالیت بانک های خارجی و همچنین پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی، نیاز به تغییر نگرش در نحوه ارائه جذب منابع را به یک الزام تبدیل نموده است. الزامی که خود نیازمند راهبردهای متنوعی است تا بتوان به وسیله آنها بر چالش های مذکور فائق آمد.

 موارد بالا منشاء پیدایش راهبردهایی است که بانک های بزرگ و کوچک اما پیشرو در سرتاسر جهان را به تکاپو انداخته تا در جهت جذب منابع گام بردارند(رسول اف،1384).

بنابراین در این فصل ابتدا به توضیح مختصری از منابع سیستم بانکی، انواع تقسیم بندی سپرده های بانکی، تجهيز و تخصيص منابع مالي در نظام بانکي و عوامل تعیین کننده درون سازمانی و برون سازمانی در نظام بانکي می پردازیم و در ادامه مفصلاً به توضیح و تشریح عوامل مؤثر برجذب منابع درشعب بانک رفاه شهر اصفهان می پردازیم.

**2-2- نگاهی به اقلام اصلی ترازنامه بانک ها در ایران**

برای درک بهتر چگونگی فعالیت بانک ها، لازم است ابتدا با ترازنامه بانک و مجموع دارایی ها و بدهی های آن آشنا شویم. در طرف بدهی ها لیستی از منابع وجوه بانک و در طرف دارایی ها لیستی از مصارف این وجوه آورده شده است.

**جدول(1-1)ترازنامه بانک های کشور**

|  |  |
| --- | --- |
| دارایی ها(مصارف) | بدهی ها(منابع) |
| دارایی های خارجیاسکناس و مسکوکسپرده نزد بانک مرکزی:ذخیره قانونیذخیره اضافیخالص بدهی بخش دولتیبدهی بخش غیر دولتیخالص سایر دارایی ها | سپرده های بخش غیردولتی: سپرده دیداری سپرده پس اندازسپرده مدت داربدهی به بانک مرکزیوام دریافتی از خارجحساب سرمایه |

 **2-2-1- بدهی ها**

منابع مالی سیستم بانکی کشور(بدهی های بانک) از مجموع سپرده های بخش غیردولتی که خود شامل سپرده دیداری، سپرده پس انداز، سپرده مدت دار و بدهی به بانک مرکزی، وام دریافتی از خارج و حساب سرمایه تشکیل شده است. بدهی های بانک بیانگر تعهد بانک در قبال دریافت وجوهی است که در واقع منابع مالی بانک محسوب می شوند و در واقع منابع مالی بانک محسوب می شوند(احمدی و صفر زاده،1384).

الف-سپرده های بخش غیردولتی:

این سپرده ها مهم ترین جزء طرف بدهی های ترازنامه محسوب می شوند. چرا که از عمده ترین منابع تأمین وجوه بانک برای اعطای اعتبارات است. سپرده های بخش غیردولتی سه دسته اند:

الف1-سپرده دیداری(جاری): برداشت از حساب سپرده دیداری یا جاری با چک قابل انجام است و محدودیت زمانی برای برداشت از حساب وجوه ندارد. به این معنی که بانک به محض رویت چک موظف به پرداخت مبلغ آن است. به سپرده های دیداری سودی تعلق نمی گیرد.

الف2-سپرده پس انداز(قرض الحسنه): به این نوع سپرده سودی تعلق نمی گیرد، اما برخلاف حساب جاری امکان برداشت از حساب به وسیله چک وجود ندارد. هرگونه افزایش سپرده، دریافت و برداشت از حساب در دفترچه ای که در اختیار سپرده گذار است، ثبت می شود.

الف3-سپرده مدت دار: سپرده مدت دار دارای سر رسید مشخص بین چند ماه تا چند سال است. نرخ سودی که به این سپرده ها تعلق میزان از طرف بانک معین می گردد.

ب-بدهی به بانک مرکزی

گاهی اوقات ذخایر بانک ها برای اعتبار کافی نیست و آنها مجبور به استقراض از بانک مرکزی برای تأمین وجوه مورد نیاز خود هستند. این بخش از بدهی های ترازنامه، در واقع نمایانگر یکی دیگر از منابع وجوه بانک های تجاری است.

ج-وام دریافتی از خارج

این جزء از بدهی ها مانند بدهی به بانک مرکزی، راهی برای تأمین وجوه مورد نیاز برای اعطای اعتبارات و تسهیلات است.

د-حساب سرمایه

حساب سرمایه شامل سهام بانک، سودهای توزیع نشده و انواع دیگری از ذخایر سرمایه ای است. سرمایه بانک ها از محل فروش سهام تأمین می گردد. اگر سرمایه بانک از محل فروش سهام در بازار تأمین گردد در این صورت بانک خصوصی و اگر سرمایه توسط دولت تأمین گردد بانک دولتی و چنانچه خریدار سهام دولت و بخش خصوصی باشد در این صورت بانک نیمه دولتی خواهد بود.

 بانک ها می توانند از طریق سود توزیع نشده نیز سرمایه خود را افزایش دهند. اندوخته بانک آن مقدار سودی است که بین سهامداران توزیع نمی شود و به حساب اندوخته بانک انتقال می یابد. طبق قوانین پولی و بانکی کشورها در تأسیس بانک حداقلی برای سرمایه تعیین می گردد که بدین منظور بانک می تواند محل کار و سایر لوازم مورد نیاز خود را تهیه نماید(احمدی و صفر زاده،1384).

**2-2-2- دارایی ها**

دارایی های بانک در واقع نشان دهنده نحوه مصرف وجوهی است که بانک در اختیار دارد. اجزای دارایی به این شرح است:

الف)دارایی های خارجی

بانک ها علاوه بر عملیات بانکی مانند اعطای اعتبار و در اختیار گذاشتن تسهیلات، اقدام به خرید و فروش ارز نیز می نمایند. این امر که به منظور کسب سود انجام می شود، بخشی از دارایی های بانک را تشکیل می دهد.

ب)اسکناس و مسکوک

بانک ها برای تأمین نقدینگی لازم جهت پرداخت به مشتریان خود همواره بخشی از دارایی هایشان را به صورت اسکناس و مسکوک در صندوق بانک ذخیره می نمایند.

ج)سپرده نزد بانک مرکزی:

همه بانک ها مقداری از دارایی های خود را به صورت ذخیره نزد بانک مرکزی می سپارند. این سپرده ها به دو دسته اند:

ج 1)ذخیره قانونی: طبق قانون، تمامی بانک ها موظفند درصدی از سپرده های خود را نزد بانک مرکزی قرار دهند. این درصد که توسط بانک مرکزی تعیین می شود به منظور جلوگیری از خلق بی رویه اعتبار در نظر گرفته شده است.

ج 2)ذخیره اضافی: بانک ها مازاد سپرده های خود را که صرف اعطای وام نشده است، نزد بانک مرکزی می سپارند که به آن ذخیره اضافی می گویند.

د)خالص بدهی بخش دولتی

بانک ها تنها به بخش غیردولتی اعتبار اعطا نمی کنند. بلکه بخش دولتی نیز از مشتریان بانک ها برای دریافت اعتبار محسوب می شود. اعطای این اعتبارات از دو طریق صورت می گیرد، یکی خرید اوراق قرضه دولتی توسط بانک ها و دیگری پرداخت وام به شرکت های دولتی است.

ه)بدهی بخش غیر دولتی

یکی از مهم ترین منابع کسب سود برای بانک ها اعطای وام و اعتبار به افراد یا شرکت هاست. این اعتبارات نیز مانند بدهی های بخش دولتی جزء دارایی های بانک محسوب می شوند، اما به دلیل اینکه تا زمان سر رسید وام امکان نقد کردن آن وجود ندارد، از درجه نقدینگی کمی برخوردارند.

ی)خالص سایر دارایی ها

سرمایه های فیزیکی نظیر ساختمان ها و وسایل بانک ها در این جزء ترازنامه قرار می گیرند. خالص سایر دارایی ها با کسر کردن سایر بدهی ها که در سمت چپ ترازنامه قرار می گیرد از سایر دارایی ها که در سمت راست ترازنامه قرار می گیرد، به دست آمده است(احمدی و صفر زاده،1384).

**2-3- بررسی روش های تجهيز و تخصيص منابع در نظام بانکي**

نظام پولي و مالي کشور نقش کليدي در ثبات و کارآيي محيط اقتصادي، حفظ ثبات سطح عمومي قيمت‌ها، پشتيباني امور توليدي و تسهيل رشد و توسعه اقتصادي کشور دارد؛ به طوري که کارآيي و ثبات نظام پولي و مالي، مقوم و پشتيبان کارآيي بخش واقعي اقتصاد بوده و بر‌خلاف آن بي‌ثباتي و عدم کارآيي نظام پولي و مالي موجب بروز بي‌ثباتي و ناکارآيي در بخش واقعي اقتصاد مي‌گردد. وظيفه اساسي نظام پولي و مالي تجهيز منابع مالي و تخصيص بهينه آن در سيستم اقتصادي جهت پشتيباني و تسهيل امور توليدي و گسترش رفاه و توسعه اقتصادي است. نظام پولي و مالي شامل بازارهاي مالي و نظام بانکی است که در ايران به دليل عدم گسترش مناسب بازارهاي مالي، نقش نظام بانکي بسيار پررنگ‌تر شده و در نتيجه نقش بسيار مهمي در تأمين و تجهيز منابع مالي و تشويق سرمايه‌گذاران براي سرمايه‌گذاري بهينه و مطلوب منابع مالي و تسهيل رشد اقتصادي بر عهده دارد.

 مسأله مهم در نظام پولي و بانکي، نحوه تجهيز منابع مالي و سپس تخصيص و توزيع آن در بخش‌هاي مختلف اقتصاد و بين فعالان اقتصادي و نيز کانال‌ها و مسيرهايي است که حجم پول موجود وارد سيستم اقتصادي شده و در آن گردش مي‌کند. با توجه به وظيفه نظام بانکي در تجهيز منابع مالي و تخصيص بهينه آن در سيستم اقتصادي، هرچه نظام بانکي در تجهيز منابع مالي و تخصيص آن در فضاي رقابتي و به صورت کارآتري عمل نمايد، مي‌توان شاهد کاهش هزينه‌هاي توليد و بهبود امر توليد و اشتغال و رشد اقتصادي بود؛ در غير اين صورت، عدم کارآيي نظام بانکي در تجهيز و تخصيص بهينه منابع مالي منجر به اتلاف منابع و دامن زدن به رکود اقتصادي می گردد(رمضانی،1385).

**2-3-1- روش های تجهیز منابع**

قبل ازتصویب و اجرایی شدن قانون عملیات بانکداری بدون ربا، سیستم نظام بانکی کشور در قسمت تجهیز منابع به شیوه سنتی عمل می نمود که در ادامه به آن اشاره می نماییم.

**2-3-1-1- تجهیز منابع در بانکداری سنتی**

1- سپرده های جاری(حساب جاری)

2- سپرده های پس انداز(حساب های پس انداز)

3- سپرده های ثابت(مدت دار)

در این سیستم بین بانک و سپرده گذار یک رابطه مستقیم وجود دارد که این ارتباط مستقیم مبتنی بر رابطه بستانکار و بدهکار و یا دائن و مدیون است. با این تفاوت که سپرده های جاری در حساب جاری نگهداری و برای مشتری یک عندالمطالبه محسوب می گردد و بازپرداخت آن در هر زمانی بنا به تقاضای مشتری از جانب بانک الزامی است.

 در مورد سپرده های پس انداز و ثابت نیز ضمن آنکه رابطه دائن و مدیون وجود دارد، در اخذ سپرده و یا طبق عرف و معمول، رقم از قبل تعیین شده ای تحت عنوان بهره(ربا)به آنان تعلق می گیرد که از دیدگاه فقه اسلامی چون این رقم اخیر بر روی قرض پرداخت شده است، ربای قرضی محسوب و از نظر شرعی حرام است.

جمشیدی(1379)معتقد است که مشخصات سپرده های بانکداری سنتی را می توان اینگونه بیان کرد:

"1- اصل رابطه دائن و مدیون بین سپرده گذار و بانک وجود دارد.

2-در هنگام افتتاح حساب شرط پرداخت اضافه بر اصل بر روی سپرده ها وجود دارد.

3-شرط فوق تحقق می یافت.

4- سپرده گذار و بانک دو شخصیت جداگانه و مختلف داشتند.

لذا مبنا قرض است و پرداخت مبلغ اضافه بر اصل تحت عنوان بهره بر روی قرض است که از مشخصات ربا بوده و از نظر اسلام حرام می باشد."(رمضانی،1385).

**2-3-1-2- تجهیز منابع در بانکداری اسلامی**

قانون عملیات بانکداری بدون ربا توسط مجلس شورای اسلامی در شهریور سال 1362 تصویب و از ابتدای سال 1363 به مورد اجرا گذاشته شد.طبق ماده سوم از فصل دوم قانون عملیات بانکی بدون ربا تحت عنوان" تجهیز منابع پولی" مقرر شده است که، بانک ها می توانند تحت هر یک از عناوین ذیل به قبول سپرده مبادرت نمایند:

1)حساب سپرده های قرض الحسنه( شامل:حساب قرض الحسنه پس انداز وحساب قرض الحسنه جاری)

2)حساب سپرده های مدت دار(شامل:حساب سپرده گذاری کوتاه مدت، حساب سپرده گذاری بلند مدت)

الف.1) سپرده های قرض الحسنه (پس انداز)

با توجه به دستورالعمل های صادره از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، سپرده جاری در حقیقت مانند نظام گذشته بوده و بانک ها در قبال این قبیل سپرده ها، خدمات بانکی مربوطه را در اختیار صاحب حساب می گذارند. در ماده14از فصل دوم " قانون عملیات بانکی بدون ربا " مقرر شده است که بانک ها مکلف به بازپرداخت اصل سپرده های حساب جاری و حساب پس انداز قرض الحسنه می باشند.

استرداد سپرده های قرض الحسنه، اعم از جاری یا پس انداز بر ذمه بانک می باشد و بانک ها مکلفند عندالمطالبه اصل سپرده های قرض الحسنه را مسترد نمایند. به اینگونه سپرده ها هیچ گونه سودی تعلق نمی گیرد و جزء منابع بانک حساب می شوند. بانک ها می توانند بدون تعهد و یا شرط قبلی با امتیازات و جوائزی را به منظور جذب و تجهیز سپرده های قرض الحسنه پس انداز به دارندگان این نوع سپرده ها اعطاء نمایند.

الف2) سپرده های قرض الحسنه (جاری)

این سپرده یکی از اجزاء مهم تشکیل دهنده منابع پولی بانک به شمار می رود، زیرا اینگونه سپرده ها به دلیل نقل و انتقالات آن به وسیله چک، نه تنها در شناسائی بانک به عموم مردم تأثیر بسزایی دارد بلکه به دلیل هزینه بر نبودن این نوع سپرده ها استفاده از آنها در اعطاء تسهیلات کوتاه مدت می تواند درآمدهای قابل توجه برای بانک ایجاد نماید.

با توجه به دستورالعمل های صادره از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، سپرده جاری در حقیقت مانند نظام گذشته است. بانک ها در قبال این قبیل سپرده ها خدمات بانکی مربوطه را در اختیار صاحب حساب می گذارند و قانوناً مکلفند سپرده های دریافتی را تا میزان موجودی سپرده گذار به هر میزان که درخواست نماید، مسترد دارند.

ب)سپرده های سرمایه گذاری( مدت دار)

در سپرده های سرمایه گذاری مدت دار،بانک در به کارگیری منابع حاصل در فعالیت های اقتصادی سودآور،وکیل سپرده گذاران می باشد و نه تنها بازپرداخت اصل مبلغ سپرده گذاری شده را تعهد می کند، بلکه باید منافع حاصل از عملیات بانکداری(اعطای اعتبارات و تسهیلات)را بر اساس قرارداد منعقده، متناسب با مدت و مبلغ سپرده گذاری، پس از کسر حق الوکاله بانک ها تقسیم نمایند. حداقل و حداکثر حق الوکاله بانک بابت بکارگیری سپرده های سرمایه گذاری توسط شورای پول و اعتبار تعیین می گردد. بنابراین گرچه بانک می تواند قبل از مشخص شدن میزان سود قطعی، نرخی را تحت عنوان نرخ سود علی الحساب برای این نوع سپرده ها تعیین و در مقاطع زمانی مشخص پرداخت نماید، ولی به هیچ وجه نباید این نرخ از جانب بانک نرخ قطعی محسوب شود. این سپرده ها به سپرده کوتاه مدت عادی که موجودی آنها قابل تغییر می باشد و سپرده کوتاه مدت ویژه و سپرده های یک ساله تا پنج ساله که معمولاً مبلغ آنها طی دورة تعهد شده ثابت است، تقسیم می شوند(رمضانی،1385).

در نظام بانكی ایران تجهیز منابع با توجه به قوانین بانكداری اسلامی از دو طریق انجام می شود:

۱.ازطریق جذب سپرده های قرض الحسنه جاری وپس انداز، كه منابع مالكانه نامیده می شوند.

۲.از طریق جذب سپرده های مدت دار، كه منابع وكالتی نامیده می شوند(هدایتی،۱۳۸۳).

**2-3-2- روش های تخصیص منابع**

نظام بانکداری بدون ربا منابع تجهیز شده را بر اساس یک طبقه بندی کلی در قالب سه دسته از عقود با نامهای عقود مشارکتی، عقود مبادله ای، سایر عقود به مشتریان خود تخصیص می دهد که در زیر به آن اشاره شده است.

**2-3-2-1- عقود مشارکتی**

در عقود مشارکتی بانک در سود حاصل از فعالیت های اقتصادی شریک بوده و گرچه ممکن است بتواند قبل از مشخص شدن میزان سود، نرخی را تحت عنوان علی الحساب یا حداقل سود مورد انتظار در برخی از انواع این دسته تعیین و دریافت نماید، ولی به هیچ وجه نباید این نرخ، نرخ قطعی محسوب شود.

عقود مشارکتی در قانون عملیات بانکی بدون ربا شامل شش عقد مضاربه، مشارکت مدنی، مشارکت حقوقی، مزارعه، مساقات و سرمایه گذاری مستقیم می باشد.

**2-3-2-2- عقود مبادله ای**

در عقود مبادله ای بعد ار انعقاد قرارداد و قبل از انجام فعالیت اقتصادی میزان منفعت بانک معلوم و معین است و تغییرات احتمالی در وضعیت مالی فعالیت مذکور از جهت سود و زیان ارتباطی با مطالبات و منفعت ندارد. در برخی عقود این دسته، تعیین نرخ ثابت از پیش تعیین شده مجاز و شرعی می باشد و این نرخ در ماهیت این دسته از عقود قرار دارد(فرجی،1378).

عقود مبادله ای در قانون عملیات بانکی بدون ربا شامل پنج عقد معاملات اقساطی، اجاره به شرط تملیک، معاملات سلف، جعاله و خرید دین می باشد.

**2-3-2-3- سایر عقود**

سایر عقود نیز تنها شامل وام های قرض الحسنه می گردد که به صورت زیر تعریف می شود.

 قرض الحسنه اعطایی:عقدی است که به موجب آن بانک ها می توانند به عنوان قرض دهنده مبلغ معینی را

طبق ضوابط مقرر به اشخاص حقیقی با حقوقی قرض دهند و گیرنده متعهد می شود مبلغ دریافتی و کارمزد

آن را در سررسید یا سررسید های معین برگرداند(فرجی،1378).

**2-4- عوامل مؤثر بر جذب منابع**

بانک ها از طریق ارائه خدمات بانکی به مشتریان، کسب درآمد می نمایند. بدین شکل که از طریق جذب سپرده های مردم با نرخ بهره پائین و اعطای تسهیلات با نرخ بهره بالاتر، اختلاف دو نرخ، عایدی بانک می باشد که اصطلاحاً به آن حاشیه سود و بهره گفته می شود، صورت می پذیرد. بنابراین هرچقدر بانک بتواند از مقیاس های اقتصادی استفاده کند، سود حاصل از این عمل بیشتر خواهد بود.

سؤالي که در اين جا مطرح مي شود این است که چه متغيرهاي اقتصادي در جذب سپرده ها تأثير گذارند؟ آيا متغيرهايي مثل: درآمد ملي، نرخ ارز، تورم و شاخص بهاي دارايي هايي چون: کالاهاي شبه سرمايه اي مانند خودرو، مسکن و قيمت سکه طلا روي حجم سپرده هاي بانکی مؤثرند؟ آيا عوامل مؤثر در بانکداري از قبيل تبليغات، تعداد کارکنان، تعداد شعب، حجم تسهيلات اعطايي و... بر سپرده هاي بانک ها تأثير گذار مي باشند؟ و اين که در صورت تأثيرگذاري، تأثير هر کدام از متغيرهاي مذکور به چه ميزان مي باشد؟

 عموماً در فعاليت هاي بانک، جذب منابع مالي از اهميت بسيار زيادي برخوردار است، زيرا موفقيت در اين زمينه مي تواند عاملي براي موفقيت در ساير زمينه ها باشد، از آنجا که جذب منابع مالي براي هر بانک و سيستم بانکی هم به عوامل برون سازماني و هم به عوامل درون سازماني مربوط مي شود، شناخت اين عوامل و ميزان تأثيرگذاري هر کدام از آنها نيز براي موفقيت در اين زمينه مهم و اساسي است.

اما سودآوری بانک ها تحت تاثیر عوامل داخلی قابل کنترل مدیریت بانک و یا تحت تاثیر عوامل و شرایط اقتصادی حاکم بر کشورها و عوامل محیطی که بر آن تأثیر می گذارند می باشد. لذا برای دوری از هر انحرافی عوامل مؤثر بر سودآوری به دو گروه اصلی: عوامل تعیین کننده داخلی و بیرونی تقسیم شده اند (باقری،1380).

**2-4-1- عوامل برون سازمانی**

عوامل تعیین کننده بیرونی فراتر از مدیریت بانک هستند که به دو دسته عواملی تقسیم می شوند:

الف)مالکیت و مقیاس بانک: در کشورهای سوسیالیستی بانک ها معمولاً ملی، در کشورهای سرمایه داری بانک ها خصوصی و معمولاً در کشورهای جهان سوم بانک ها نیمه دولتی می باشند.

ب) عواملی که به شرایط اقتصادی حاکم بر کشور بستگی دارند مانند: نرخ تورم، عرضه پول، سهم بازار، رشد اقتصادی، شرایط تنظیمی و تعدیلی، سیاست های بانک مرکزی و نرخ رشد تولید ناخالص داخلی تفکیک شده اند(باقری،1380).

بازار وام ها و سپرده‌ها ممكن است بوسيله كاهش رشد اقتصادی تاثير بپذيرد و اين اساساً بر سودآوری بانك تاثير مي‌گذارد. تا آنجا كه بانك ها و ديگر واسطه‌گری های مالی با اين تغييرات شرايط بازار مرتبط هستند كه هم از طرف دارائي ها و هم از طرف بدهي ها مي‌تواند اندازه گيري شود.

در اين زمينه براي اهداف و مقاصد بانك از آنجایي كه طرف دارائي هاي بانك بستگي به طرف بدهي ها دارد، رشد بازار به وسيله رشد حجم نقدينگي كه به عنوان كل جريان اسكناس و مسكوك و سپرده‌هاي ديداري و سپرده‌هاي قرض ‌الحسنه و سپرده‌هاي مدت دار مي‌باشد بيان مي شود.

برای مثال يكي ديگر از عوامل برون سازمانی كه مي‌تواند در جذب منابع بانك تاثير بگذارد سهم بازار از كل شبكه بانكي كشور مي‌باشد. سهم بازار مي‌تواند به عنوان يك معيار رقابتي در بين بانك ها باشد. پس تغيير در سهم بازار مي‌تواند در سود بالقوه بانك مؤثر باشد. معيار سپرده از كل سپرده بانك هاي تجاري مي‌تواند به عنوان معيار سهم بازار بانك بیان گردد .

 تغيير در سطح قيمت ها يا شرايط تورمي در اقتصاد، از ديگر شرايط محيطي است كه می تواند در جذب منابع بانك تأثیر بگذارد. اگر تورم كاملاً پيش‌بيني شده و نرخ هاي بهره با توجه به آن تنظيم شده ‌باشند، افزايش درآمدها و در نتيجه، رشد آنها سريعتر از هزينه‌ها مي‌شود و اين يك تأثير مثبت بر سودآوري بانك ها دارد. اگر تورم پيش‌بيني شده نباشد و بانك ها در تعديل نرخ هاي بهره‌شان كند باشند، اين احتمال وجود دارد كه هزينه‌هاي بانك سريع تر از درآمدهاي آن افزايش يابند و از اين رو بر سودآوري بانك تأثير معكوس داشته باشد. شایان ذکر است با توجه به تورم پيش‌بيني نشده در ايران و نرخ هاي سود دريافتي دستوري كه توسط بانك مركزي تعيين مي‌شود، تورم بر سود بانك باید تأثير عكس داشته باشد. (باقری،1380).

**2-4-2- عوامل مؤثر درون سازمانی**

عوامل درون سازمانی، اغلب قابل کنترل مدیریت بانک می باشند و آنها اساساً انعکاس سیاست های مدیریتی بانک و تصمیم گیری در توجه به منابع بانکی هستند. انگیزه های بالای مدیریتی در انجام بهینه کارها در سودآوری بانک مؤثر است که می تواند به وسیله بررسی ترازنامه و حساب های صورت سود و زیان مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد(باقری،1380).

در این مجموعه عوامل مؤثر در جذب منابع بانکی که تحت تأثیر عوامل داخلی قابل کنترل مدیریت می باشد، مورد بررسی قرار می گیرد.

**2-5- بررسی عوامل درون سازمانی مؤثر بر جذب منابع در شعب بانک رفاه**

در این مجموعه با مطالعات دقیق و فراگیری که در این حیطه انجام گرفته به یک دسته بندی کلی پیرامون عوامل مؤثر در جذب منابع بانکی دست یافته ایم. این عوامل به پنج دسته کلی تفکیک می شوند.

1- عوامل خدماتی که به تنوع خدمات بانکی، کیفیت خدمات بانکی، خدمات بانکداری الکترونیکی و مهارت های تخصصی کارکنان تقسیم می شود.

2-عوامل مالی که به تسهیلات پرداختی ، نرخ سود پرداختی به سپرده ها و جوائز پرداختی به سپرده گذاران قرض الحسنه تقسیم می شود.

3-عوامل ارتباطی و انسانی شامل تبلیغات، رفتار و نحوة برخورد کارکنان بانک با مشتریان، رعایت عدالت و عدم تبعیض در ارائه خدمات، اطلاع رسانی مناسب و ارائه آموزش به مشتریان و ویژگی های فردی مناسب کارکنان می باشند.

4-عوامل و شرایط فیزیکی که خود به محل استقرار شعب بانک رفاه، تعداد شعب بانک، طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی شعب و امکانات فیزیکی شعب بانک تقسیم می شود.

5-عوامل وابستگی سازمانی که خود شامل: پرداخت حقوق و مزایای کارکنان سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه، پرداخت حقوق و مزایای بازنشستگان سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه و دریافت عواید سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه می شود.

**2-5-1- عوامل خدماتی**

در بین عوامل و طبقه بندی انجام گرفته در بحث پیرامون، عوامل مؤثر بر جذب منابع،شاید به جرأت بتوان عوامل خدماتی را از مهمترین عوامل عوامل مؤثر بر جذب منابع بانکی یاد نمود. در این قسمت هر یک از این عوامل توضیح داده می شوند:

1.تنوع خدمات بانکی

2.کیفیت خدمات بانکی

4.خدمات بانکداری الکترونیکی

5.مهارت های تخصصی کارکنان

**2-5-1-1- تنوع خدمات بانکی**

رقابت برای بهبود کیفیت محصولات و خدمات، سرنوشت همه صنایع و مؤسسات خدماتی را رقم می زند. نظام بانکی دولتی ایران به عنوان مراکز مالی که اکثریت مردم با آنها سر و کار دارند، امروزه با چالش های بی شماری مواجه هستند.حضور بانک های خصوصی، زمزمه فعالیت بانک های خارجی و همچنین پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی، نیاز به تغییر نگرش در نحوه ارائه خدمات را به یک الزام تبدیل نموده است. الزامی که خود نیازمند راهبردهای متنوعی است تا بتوان به وسیله آنها بر چالش های مذکور فائق آمد. استراتژی بهبود و تنوع خدمات یکی از این راهبردهاست(رسول اف،1384).

 بهبود خدمات و تنوع سازی آن در سیستم بانکی می تواند هم به سودآوری و بهره وری بانک ها بیانجامد و هم باعث جذب منابع بیشتر شود. از این رو بایستی خدمات بانکی را بهبود بخشید و راهی است که تمام بانک های موفق دنیا آن را آزموده و نتیجه هم گرفته اند. یک بانکداری موفق در محیطی رقابتی و بازاری پویا، نیازمند ایجاد بازارهای جدید به شیوه ای مؤثر، کارایی در هزینه و ایجاد سازمانی چابک است که توان واکنش سریع در بازار را داشته باشد. به ویژه آن که دستیابی به کیفیت و ارائه راه حل های مبتکرانه دراین محیط پررقابت برای بانکداران حرفه ای، امری ضروری به نظر می رسد(تحویلداری،۱۳۸۶).

 موارد بالا منشاء پیدایش راهبردهایی است که آن را بهبود و تنوع خدمات نامیده اند. در صنعت بانکداری تعدادی از بانک ها حرکت به سوی ارائه شیوه های خدمات بانکداری الکترونیک و استقرار سیستم جامع بانکداری را به عنوان راهبرد اصلی خود برگزیده اند و عده ای با افزایش طرح های مختلف سپرده گذاری و ارائه تسهیلات مناسب سعی در ارزش آفرینی برای مشتریان خود داشته اند و در نهایت گروهی نیز از مجموعه ای از راهبردهای فوق به شکل همزمان سود جسته اند.

 اما جوهره اصلی تمام راهبردهای مذکور همان ضرورت تغییر متناسب با محیط و سازگار با نیازهای مشتریان بوده است. هر بانکی برای ورود به دنیای جدید تجارت و فعالیت حرفه ای بانکداری نوین، باید هزینه هایی را بپردازد. برای ایجاد مزیت رقابتی دراقتصاد جهانی، فناوری اطلاعات و بهبود و تنوع خدمات با کیفیت جهانی، هزینه ای مطرح است که نظام بانکی بایستی بپردازد تا به این دنیای جدید بپیوندد. پرداختن چنین هزینه هایی مستلزم کسب درآمد از راه های گوناگون یا به عبارتی ساده تر، متنوع شدن منابع درآمدی بانک هاست.

 بنابراین، فعالیت سنتی بانکی که امروزه بانک ها به آن می پردازند، تکاپوی پرداخت هزینه ورود به تجارت جهانی را نخواهد داشت. راهبردهای بهبود و تنوع خدمات منجر به افزایش رضایت نسبی مشتریان از بانک شده و ماندگاری بیشتر مشتریان، به معنی افزایش سودآوری و جذب منابع برای بانک است. به علاوه، هزینه جلب مشتریان جدید را کاهش خواهد داد. تنوع خدمات، تنوع منابع درآمدی را محقق می سازد و توان رقابتی و سودآوری بانک را افزایش می دهد(رسول اف،1384).

**2-5-1-2- کیفیت خدمات بانکی**

هر چند که کالاها و خدمات، از جمله بخش های دارای رشد سریع در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شوند، با این حال در این کشورها کمتر توجهی به کیفیت ارائه خدمات می‌شود.

قبل از آنکه به تعریف کیفیت خدمات اشاره کنیم لازم است که بدانیم خدمت چیست؟

خدمت یک کلمه پیچیده می‌باشد. این کلمه دارای معانی مختلفی است. با این توصیف در زیر به چند تعریف از خدمت اشاره می‌شود:

- خدمت، کاری است که فردی برای فرد دیگری انجام می‌دهد.

- خدمت، فرآیندی است، مشتمل بر یک سری از فعالیت‌های کم و بیش نامحسوس که به طور طبیعی اما نه لزوماً همیشگی در تعاملات بین مشتریان و کارکنان و یا منابع فیزیکی یا کالاها و یا سیستم های ارائه کننده خدمت روی داده تا راه حلی برای مسائل مشتریان باشد.

خدمتی دارای کیفیت است که بتواند نیازها و خواسته‌های مشتریان را برآورده سازد و خدمت ارائه شده با انتظارات مشتری منطبق و یا فراتر از آن باشد(صارمی و ملایی،1382).

 در بانکداری اساساً خدمات بانکی از طریق شبکه شعب به مشتریان ارائه می‌شود. بنابراین عملکرد کلی بانک را مجموع عملکرد شعب تعیین می‌نماید و صاحبان سهام و مالکان اصلی بانک برای ارزیابی بانک به ارزیابی عملکرد شعب نیاز دارند. تمرکز بر نیازهای مشتریان و پاسخگویی صحیح به خواسته‏های آنان، ضروری‏ترین وظیفه مؤسساتی همچون بانک برای تحقق اهداف آنها می‏باشد(خضرا،۱۳۸۵).

 در این خصوص مؤسسات مالی و بانک ها از حساسیت بیشتری برخوردارند. با توجه به ویژگی ناملموس بودن خدمات، یکی از راه‏هایی که یک بانک می‏تواند با توسل بدان خود را از سایر رقبا متمایز کند، ارائه واقعی کیفیت خدماتی برتر نسبت به آنهاست. ارائه خدمات با کیفیت، موجب ایجاد مزیت رقابتی برای بانک شده و سرانجام سود بالاتری را به ارمغان می‏آورد. برای دستیابی به این هدف کافی است به انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات، پاسخ مناسبی داده شده یا از آن پیشی گرفته شود.

در این راستا خدمات به مشتریان شامل کلیه مواردی است که شرکت به منظور جلب رضایت مشتریان و کمک به آنها برای دریافت بیشترین ارزش از محصولات یا خدماتی که خریداری کرده‏اند، انجام می‏دهد (ابراهیمی و همکاران،1376، ص223).

 کیفیت به عنوان یکی از مهمترین معیارهای ارزیابی خدمات عبارت است از مفهومی وسیع که بخشهای مختلف ‏سازمان نسبت به آن متعهد بوده و هدف‏ افزایش کارایی کل مجموعه است، به گونه‏ای که مانع از پدید آمدن عوامل مخل کیفیت شده و در نهایت با حداقل هزینه و با هدف افزایش قابلیت رقابت، کل این مجموعه را با مشخصات مورد نظر مشتری مطابقت دهد.

لذا یکی از مفاهیم اساسی در مدیریت کیفیت خدمات، مشتری و رضایت اوست.طبیعی است وقتی مطابق با نظریه‏های جدید، کیفیت متناسب با نیازهای مشتری تعریف می‏شود، مشتری دارای یک نقش محوری در هدایت فعالیت های هر سازمان می‏گردد. بنابراین شناخت مشتری، تعیین خواسته‏های مشتری و تهیه کالاها و ارائه خدماتی مناسب جهت رفع نیازهای وی، از اهمیت زیادی برخوردار خواهد بود.

**2-5-1-3- خدمات بانکداری الکترونیکی**

استقرار بانکداري الکترونيک يکي از مسايل مهمي است که امروزه از ضروريات صنعت نوين بانکداري به حساب مي آيد. البته گسترش اين روند براي بانک ها يک تهديد و در عين حال يک فرصت است. بانک هايي که در ارائه همگاني اين گونه خدمات با شکست مواجه شوند، در معرض خطر از دست دادن تعداد زيادي از مشتريان خود قرار خواهند گرفت و بانک هايي که با سرعت به سوي ارائه و ارتقاي خدمات اینترنتی مي روند، فرصت آن را خواهند داشت که مشتريان بيشتري جذب نموده، مناطق جغرافيايي وسيع تري را تحت پوشش قرار داده و اعتبار خود را در رابطه با مشتريان افزايش دهند. استفاده از بانکداري الکترونيک در کشور باعث کاهش هزينه هاي بانکداري مي شود و بر همين اساس کارمزد بانک ها نيز کاهش خواهد يافت.

 با توجه به توضيحات ارائه شده مي‌توان تعريف واضح‌تر، آشكارتر و محسوس‌تر از بانكداري الكترونيك را ذكر نمود: بانكداري الكترونيكي عبارت است از به كار گيري ابزار و وسايل الكترونيكي در ارائه خدمات و محصولات بانكي كه اين محصولات و خدمات بخشي از تامين‌هاي مالي در سيستم‌ پولي و مالي كشور است(خضرا،۱۳۸۵).

 بانکداري الکترونيک به عنوان محوري ترين بستر در توسعه کسب و کارهاي الکترونيک شناخته مي شود و از اين رو شکل گيري واقعي تمامي فرآيندهاي اقتصادي مبتني بر وب يا شبکه هاي فيزيکي نيازمند دستيابي به زيرساخت هاي مناسب بانکداري الکترونيکي است. با توجه به تنوع مدل هاي بانکداري الکترونيکي در دنيا که روز به روز نيز بهينه مي شوند، اگر نتوان از فرصت ها و بسترهاي موجود به نحو مطلوبي استفاده نمود، قطعاً در آينده اي نزديک با چالش هاي بسياري براي توسعه اقتصاد ديجيتالي که پايه و اساس آن را بانکداري الکترونيکي تشکيل مي دهد، مواجه خواهيم شد(یزدانی ودهنوی،1384).

 يکي از اهداف اصلي بانکداري الکترونيک در دنيا صرفه جويي در وقت و هزينه است. بانکداري الکترونيک به واسطه افزايش تعاملات اقتصادي کشورها، هر روز بر اهميت آن افزوده مي شود و براساس تکنولوژي روز دنيا در راستاي کاهش بروکراسي نظام بانکی، راهکارهاي مناسب تري در برقراري ارتباط مالي و اقتصادي پيشرو قرار داده است.

**2-5-1-4- مهارت های تخصصی کارکنان**

کارکنان مهمترین سرمایه هرسازمان می‌باشند و در واقع کارکنان پل ارتباطی بین سازمان ومشتریان هستند. سازمان ها با استفاده ازکارکنان به مشتریان خدمات کیفی ارائه می‌نمایند و رضایت مشتری را جلب می‌کنند. بانک ها ومؤسسات مالی نیز منابع مالی مورد نیازخود را با مهمترین ابزارشان یعنی کارکنان ازمشتریان اخذ می‌کنند. وجود و بقای یک بانک بستگی به مشتریان آن بانک دارد، اگرمشتریان نباشند بانکی نیز وجود نخواهد داشت و مهمترین مشتریان یک بانک مشتریان داخلی آن، یعنی کارکنان بانک می‌باشند بیشتر مشتریان بانک‌ها به دلیل بی‌توجهی و بی‌تفاوتی کارکنان با بانک‌ها قطع ارتباط می‌کنند. رضایت مشتریان بانک‌ها به کیفیت خدمات دریافتی کارکنان بانک بستگی دارد و قابلیت خدمت رسانی کارکنان نیز به کیفیت خدمات داخلی سازمان وابسته است. کیفیت خدمات داخلی نیز به معنی رضایت کارکنان ازخدمات دریافتی

ازسازمان است(اکرامی،1383).

 استفاده از کارکنان مجرب و با روابط عمومی مناسب که دارای سوابق و تحصیلات مرتبط باشند به منظورکاهش میزان اختلاف عملکرد بانک با انتظارات مشتریان درخصوص ارائه خدمات، حائز اهمیت است.

در این زمینه می توان با برگزاری دوره های آموزشی مختلف و با محتوا، مهارت های نیروی انسانی سازمان را افزایش داد. به روز کردن و استفاده هرچه بیشتر از تکنولوژی آموزشی، ارائه تسهیلاتی نظیر اینترنت و اجازه استفاده از کتابخانه به عنوان جدا ناشدنی‏ترین بخش آموزش در افزایش رضایت‏مندی مشتریان نه تنها رضایتمندی کل را افزایش می‏دهد بلکه درجذب مشتریان جدید نیز بسیارمهم است. تنوع بخشیدن و به طور کلی مهندسی و بازنگری پویا در خصوص چارچوب و محتوای دوره‏های آموزشی به عنوان یکی از حیاتی‏ترین و کلیدی‏ترین فاکتورهای موفقیت و رضایتمندی مشتریان خدمات آموزشی مطرح می‏باشد. از آنجا که ارائه خدمات بانکی بستگی مستقیم به قابلیت نیروی انسانی شاغل در این صنعت داشته و یکی از مؤلفه‏های اساسی افزایش و ارتقای کارایی محسوب می‏شود(یزدانی ودهنوی،1384).

**2-6-2- عوامل مالی**

این عوامل شامل موارد ذیل می باشد که دربرگیرندة عوامل مالی می باشدکه در ادامه هر یک از این عوامل توضیح داده می شوند**:**

1.تسهیلات پرداختی به مشتریان

2.نرخ سود پرداختی به سپرده ها

3.جوائز پرداختی به سپرده گذاران قرض الحسنه

**2-5-2-1- تسهیلات پرداختی به مشتریان**

بخش عمده فعالیت‏های بانکی را می‏توان در دو عنوان کلی «تجهیز» و «تخصیص» منابع پولی، خلاصه نمود. در بخش تجهیز منابع پولی بانک‏ها اقدام به جمع‏آوری وجوه مازاد نموده و در بخش تخصیص منابع پولی، وجوه جمع‏آوری شده را به متقاضیان تأمین مالی واگذار می‏نمایند. تجهیز و تخصیص منابع پولی در نظام بانکی ربوی بر پایه و اساس بهره شکل می‏گیرد. بر این اساس، دارندگان وجوه مازاد با سپرده‏گذاری در بانک عملاً وجوه خویش را به بانک قرض داده و نرخ بهره معینی دریافت می‏کنند. متقاضیان تسهیلات نیز در ازای پرداخت بهره ازبانک‏ها قرض می‏گیرند. طبیعی است که مابه‏التفاوت بهره پرداختی به سپرده‏گذاران و بهره دریافتی از گیرندگان تسهیلات سود بانک را تشکیل می‏دهد(توکلی،1381).

 با توجه به تحریم ربا در اسلام، نمی‏توان از این شیوه ربوی جهت جذب و تخصیص منابع پولی در نظام مالی اسلامی استفاده نمود. متفکران و محققان اسلامی به منظور شکل دهی نظام مالی و بانکداری اسلامی درصدد ارائه جایگزین‏هایی کارامد و مطابق با اهداف و مبانی اسلامی برآمده‏اند. هر چند در این زمینه طراحی‏های متفاوتی صورت گرفته و بانک‏های بدون ربا در کشورهای اسلامی شیوه‏های مختلفی را اتخاذ نموده‏اند، ولی در عمده موارد از عقود اسلامی به عنوان جایگزینی در تجهیز و تخصیص منابع پولی استفاده به عمل آمده است.

 وظيفه اصلي بانك‌ها واسطه‌گري وجوه است، به اين معني كه از يك‌سو وجوه را از سپرده‌گذاران دريافت كرده و از سوي ديگر، اين وجوه را در قالب تسهيلات به متقاضيان پرداخت مي‌كنند. تسهيلات بانك‌ها نيز عمدتاً بايد به واحدهاي كوچك و زودبازده توليدي پرداخت شود تا با رسيدن هرچه سريع‌تر اين واحدها به مرحله بهره‌برداري و توليد، عرضه ‌كالاها و خدمات افزايش يافته و موجب كاهش تقاضا و نهايتاً كاهش رشد نرخ تورم شود، زيرا یکی از عواملي كه باعث كاهش تورم مي‌شود، توليدات داخلي است كه به رشد نرخ اشتغال نيز كمك مي‌كند. البته در اين ميان نبايد از واحدهاي متوسط و بزرگ اقتصادي غافل شد چون آن‌ها هم نياز به تسهيلات سيستم بانكي براي حفظ اشتغال و حتي افزايش ظرفيت‌هاي توليدي خود دارند. (یزدانی و دهنوی،1384)

**2-5-2-2- نرخ سود پرداختی به سپرده ها**

فعاليت اصلي بانك‌ها دريافت وجوه اضافي افراد (سپرده‌گذاران) و وام دادن از محل سپرده‌ها به كساني (وام گيرندگان) كه توانايي استفاده از آن وجوه را براي انجام فعاليت‌هاي درآمدزا دارند، است. وام‌گيرندگان بايد بتوانند از اين منابع براي توليد كالا و خدماتي كه درآمد كافي براي بازپرداخت اصل و سود متعلقه ايجاد مي‌كند، استفاده كنند. درآمد اصلي بانك‌ها كسب سود از مابه‌التفاوت سودهاي پرداختي به سپرده‌گذاران و

دريافتي از تسهيلات ‌گيرندگان است كه البته در پي رشد بازارهاي مالي و فراهم شدن امكانات متنوع براي كسب درآمد، بانك‌ها نيز به مانند ساير نهادهاي مالي در چارچوب قوانيني مشخص، كه غالباً توسط نهادهاي نظارت بر بازارهاي پولي كشورها، خصوصاً بانك‌هاي مركزي مشخص مي‌شود، به كسب درآمد از ساير راه‌ها پرداخته‌اند .

 متغير کليدي در نظام بانکي جهت تجهيز منابع از يک طرف و تخصيص منابع در طرف ديگر، نرخ سود بانکي مي‌باشد. تعيين نرخ سود بانکي يکي از متغيرهاي کليدي و اساسي اقتصاد است و ارتباط اين متغير کليدي با ميزان پس‌انداز ملي، سرمايه‌گذاري، ميزان توان جذب منابع در نظام بانکي، ارائه تسهيلات، رشد و توسعه بخش‌هاي مختلف اقتصادي، کنترل نقدينگي، تورم، اشتغال و رونق و رکود اقتصادي باعث گرديده تا تعيين نرخ سود بانکي در همه کشورهاي جهان و به خصوص اقتصادهاي پيشرفته از حساسيت ويژه‌اي برخوردار باشد(رازانی،۱۳۸۲).

 بنابراين بهترين و کارآترين روش جهت توزيع منابع نظام بانکي، روشي است که تحت نرخ‌هاي رقابتي و تعادلي سود بانکي، منابع مالي را به پربازده‌ترين و پرسودترين بخش‌هاي يک اقتصاد رقابتي هدايت مي‌نمايد و در نتيجه از منابع موجود حداکثر منفعت براي جامعه حاصل شده و از اتلاف منابع جلوگيري خواهد گرديد.

 يکي از مهم‌ترين و کليدي‌ترين ابزارهاي سياست‌گذاري و هدايت نظام پولي بانکي در کشور طي سال‌هاي گذشته و به خصوص سال‌هاي اخير تعيين نرخ‌هاي سود بانکي بوده است که کنترل آن بيش از آنکه در دست بانک مرکزي باشد عملاً در دست دولت است. در سال‌هاي اخير مسأله تعيين نرخ سود بانکي به يکي از چالش‌هاي نظام بانکي تبديل گرديده است. اگرچه در سه سال اخير نرخ سود بانکي بدون تناسب با نرخ تورم و با توجه اندک به کارآيي اقتصادي و به منظور حمايت از توليد به شيوه دستوري کاهش يافته است، اما مقاومت‌هاي موجود در بانک مرکزي براي کاهش يا حتي تعيين دستوري نرخ سود بانکي و اجراي سياست‌هاي انقباضي بيانگر يک وضعيت بحراني در سيستم پولي و بانکي کشور دارد که نشانگر مشکلات عميق و ساختاري در اين حوزه از اقتصاد ايران است.

 سپرده گذاري مردم نزد بانک ها از دو لحاظ داراي اهميت مي باشد: اول آن که پولي که مردم به بانک ها مي سپارند، قدرت وام دهي بانک ها را افزايش مي دهد و لذا بانک ها مي توانند از محل پس اندازهاي جمع آوري شده وام هاي جديد بيشتري در جهت امور توليدي و سرمايه گذاري تأمين کنند. دومين اهميت افزايش سپرده هاي مردم نزد بانک ها اين است که وقتي مردم ترجيح دهند پول خود را نزد بانک ها نگهداري نموده و کمتر براي خرج آن اقدام نمايند، از حجم پول در گردش کاسته شده که اين امر باعث کاهش نرخ تورم و در نتيجه افزايش قدرت خريد مردم مي گردد. همين عوامل باعث شده که بانک ها

به طرق مختلف مردم را جهت مراجعه به آنها و سپرده گذاري تشويق نمايند و به اين ترتيب به رونق اقتصادي کشور کمک کنند. پس بايد در نظر داشت که بانک ها مطمئن ترين محل براي سپرده گذاري خانواده ها در کشور است و اگر گرايش به سوي بازارهاي غيررسمي افزايش يابد به دليل فقدان امنيت، احتمال نگهداري پول خارج از نظام بانکی بسيار پايين است(خضرا،۱۳۸۵).

**2-5-2-3- جوائز پرداختی به سپرده گذاران قرض الحسنه**

قرعه کشي شبکه بانکي به اعتقاد آگاهان بانکي که از ديرباز در ايران رواج داشته است، تاکنون نتوانسته به نحو مطلوبي در جذب نقدينگي مردم و هدايت سرمايه هاي سرگردان به سوي بانک ها مؤثر باشد از سوي ديگر انتظارات سپرده گذاران حساب هاي قرض الحسنه اغلب برآورده نشده و همين مسأله باعث سرخوردگي آنان در اکثر موارد شده است. همچنين ميزان جوايزي که بانک ها در نظر مي گيرند، نسبت به سپرده هاي مردمي ناچيز است.اين در حالي است که اين شيوه جذب سپرده و همچنین اين شيوه قرعه کشي در بانکداري دنيا منسوخ شده است(حسینی،1383).

 افزايش سپرده گذاري هاي قرض الحسنه در مقطع قرعه کشي جوايز است و پس از انجام قرعه کشي عمدتاً اين سرمايه ها از سيستم قرض الحسنه خارج مي شوند درحال حاضر نوع سيستمي که در قرعه کشي بانک ها اعمال مي شود نوعي از لاتاري هاي قديم است و در نهايت اين سيستم به گونه اي شده است که افراد صاحب سرمايه در مقطعي که بانک ها تاريخ قرعه کشي را اعلام مي کنند، حسابهايشان را پر مي کنند و در قرعه کشي ها شرکت مي کنند و در ساير مقاطع زماني که قرعه کشي وجود ندارد، عمدتاً هيچ سپرده کلاني از نوع قرض الحسنه جذب شبکه بانکي نمي شود و بنابراين پس ازانجام قرعه کشي اين سرمايه ها از سيستم قرض الحسنه خارج مي شود به اين ترتيب قرعه کشي صرفاً حکم نوعي بازي را پيدا کرده است که در آن افراد منابعي را مي آورند تا در يک لاتاري حرکت کنند و جوايز امتيازي را کسب کنند.

 بر اساس مصوبه هيئت وزيران، قرعه كشي بانك ها همزمان سالي 2 بار انجام مي شود و حداكثر جايزه 2 درصد مانده حساب هاي قرض الحسنه خواهد بود. بنابراين مصوبه كه به منظور حذف رقابت هاي نامطلوب و جلوگيري از جابه جايي قرض الحسنه در بانك ها، تصويب شده است، بانك مركزي هم سه ماه فرصت دارد دستورالعمل ساماندهي ميزان مشوق هاي سپرده پس انداز قرض الحسنه، نحوه قرعه كشي، تبليغات و زمان بندي قرعه كشي را با هماهنگي وزارت امور اقتصاد و دارايي تدوين كند. هيئت دولت همچنين بانك ها را موظف به اختصاص 95 درصد منابع قرض الحسنه خود به تسهيلات قرض الحسنه كرده است. بانك ها در زمان قرعه كشي و اهداي جوايز مي بايد از طريق سايت كامپيوتري خود و روزنامه ها نشان دهند به آنچه كه در جريان تبليغات شان گفته اند عمل كرده اند و از اين طريق، اسامي و تصاوير برندگان به مردم نشان داده شود كه اعتماد عمومي پايدار بماند(حسینی،1383).

**2-5-3- عوامل ارتباطی و انسانی**

به طور کلی عوامل ارتباطی و انسانی این طبقه بندی بیشتر به جنبه های اجتماعی-انسانی توجه می کند که شامل موارد زیر می باشد:

1.تبلیغات بانک

2.رفتار و نحوه برخورد کارکنان با مشتریان بانک

3.رعایت عدالت و عم تبعیض در ارائه خدمات

4.اطلاع رسانی و ارائه آموزش های لازم به مشتریان

5.ویژگی های فردی مناسب کارکنان

**2-5-3-1- تبلیغات بانک**

تبليغات جمع «تبليغ» به معناي «رسانندگي» است و در مفهوم جامع رساندن پيام به ديگران از طريق برقراري ارتباط به منظور ايجاد تغيير و دگرگوني در دانش، نگرش و رفتار مخاطب مي‌باشد.

این معنا در کلمه فارسی«آگاهی»و اصطلاح انگلیسی«آدورتایزینگ» کاملاً آشکار است(علی آبادی،1369).
در هر حال هر نوع ارتباط به منظور نشاندن داده‌ها، ايده‌ها و يا انگاره‌ها در اذهان بشري براي تأثيرگذاري بر افكار، عواطف و يا كنش‌هاي فردي يا گروهي را تبليغ مي‌گويند.

 تبليغات در تحولات عمومي جهان، در همه فعاليت‌هاي بشري اعم از علمي، فرهنگي، اجتماعي، اقتصادي، سياسي، شخصي و جمعي تأثير عمده‌اي دارد. امروزه يكي از شاخص‌هاي تضمين سوددهي واحد‌هاي توليدي و بنگاههاي تجاري ارائه طرح‌هاي موفق تبليغات است. گرچه از پيدايش انسان اجتماعي، تبليغات نيز به صورت ساده و ابتدايي به وجود آمده و رشد كرده است اما نفوذ بسيار با اهميت و دگرگون ساز و حساس تبليغات در دنياي معاصر، حكايت از اهميت سرشار آن دارد تبليغات طي گذر زمان تغييرات زيادي داشته و متناسب با پيشرفت‌هاي هر دوره ويژگي‌هاي خاص خود را دارا بوده است. امروزه با پيشرفت‌هاي شگرف در عرصه فناوري‌هاي ارتباطي و اطلاعاتي شاهد به وجود آمدن شكلهاي جديدي از تبليغات هستيم كه طيف متنوعي از اشكال گوناگون تبليغات را از تبليغات برروي تابلوهاي كامپيوتري گرفته تا تبليغات از طريق گوشي‌هاي موبايل، تبليغات در شبكه جهاني اينترنت شامل مي‌شود(خضرا،۱۳۸۵).

روش‌هاي ‌تبليغ ‌عبارتند از: بروشور، تبليغات ‌پستي،پيام ‌از ‌طريق ‌ايميل، مجلات، روزنامه‌ها، پوسترها ‌و ‌تابلوهاي ‌اعلانات، تبليغات ‌راديويي، بازاريابي ‌از ‌راه ‌دور، تبليغات ‌تلويزيوني، صفحات ‌وب و ....

  يك تبليغ بانكي چه راديويي و چه تلويزيوني بايد خود را در بين تبليغات ديگر جاي دهد، سپس بايد ارتباط خود را با مخاطب برقرار سازد. در عين حال، تبليغ خدمات بانكي بايد به نحو موفق و درستي آن را معرفي كند. هدف بايد اين باشد كه در بين ازدحام و شلوغي فكر افراد نفوذ كرده و براي عرضه پيام تبليغاتي توجه مخاطب را به خود جلب كند، در غير اين صورت بخت آنكه برقراري ارتباط تأثير مطلوب خود را بگذارد، اندك است. هرچه تبليغ، توجه بيشتري را به خود معطوف كند، احتمال برقراري ارتباط مؤثر و يادآوري و ماندگاري آن تبليغ براي مخاطب بيشتر خواهد بود. اگر يك تبليغ بانكي كه از راديو يا تلويزيون پخش مي شود به ميزان كمي، توجه را به خود معطوف كند، در بهترين حالت، احتمالاً ناكارآمد است و در بدترين حالت بي تاثير خواهد بود. هدف تبليغات عبارت است از تشريح جايگاه و معرفي توانمندي هاي يك بانك و ايجاد روشنگري هاي لازم در مورد شرايط و موقعيت منحصر به فرد آن بانك

در زمينه ارائه خدمات به مشتريان(حسینی،1380).

**2-5-3-2- رفتار و نحوه برخورد کارکنان با مشتریان بانک**

امروزه‏ سازمان هایی در عرصه رقابت موفق‏تر خواهند بود که در برآوردن نیازها و خواسته‏های مشتریان‏گوی سبقت را از سایر رقبای بازار بربایند. به تعبیر دیگر در فلسفه جدید بازاریابی یعنی مشتری‏گرایی، مرکز توجه به مشتریان بوده و از دیـد مشتریان به مسائل نگاه می‏شود. این یک واقعـیت انکارناپذیر است که خواسته‏ها، نیازها و انتظارات مشتریان تغییر می‏یابد. بنابراین ابتدا باید مشخـص شود که مشتری چه می‏خواهد سپس در جستجوی تحقق آن برآمد(منصوری و یاوری،1383).

 دور نيست زماني که بانک هاي مختلف با ورود به عرصه رقابت تحولات عميقي را در صنعت بانکداري رقم زدند. اين تحولات طيف وسيعي را شامل مي شد؛ از اصلاح فرآيندهاي کاري تا تحولات مربوط به بحث بازاريابي، شيوه ها و شکل هاي حضور در بازار رقابت. توجه به مشتري و بازار يکي از برجسته ترين نقاط عطف در فعاليت هاي بانک ها بود که درکنار ديگر تدابير اتخاذ شد و زمينه رشد و بالندگي بانک ها را فراهم آورد.

مشتریان راضی‏تر، کارکنان فعال‏تر، محصولات بهتر و روش‏های تازه‏تر حل مسائل‏سازمانی و در نهایت کیفیت به معنای توجه کافی به منابع انسانی و روحیات و رفتار آنهاست. به همین دلیل هر روزه تکنیک‏های مدیریتی جدیدی در راستای کسب مزیت‏های رقابتی با دیدگاه مشتری محوری به روی کار می‏آیند.

**2-5-3-3- رعایت عدالت و عدم تبعیض در ارائه خدمات**

عدم رعایت حقوق مشتریان توسط بانک ها، از جمله عواملی محسوب می شود که باعث به وجود آمدن بسیاری از ناراحتی ها و بی عدالتی ها در سطح جامعه می شود. نمونه بارز یکی از این عدم رعایت عدالت و تبعیضدر ارائهخدمات، گرفتن وام های میلیاردی از سوی برخی افراد خاص است. این افراد صرفاً با استفاده از راه های غیر قانونی، وام های کلان با بهره پائین دریافت می دارند. متاسفانه امروز در کشور شاهد

این هستیم که بانک ها هیچ علاقه ای به پرداخت وام های خرد به مردم ندارند و یا اینکه برای پرداخت وام های ضرروی مردم از جمله، ازدواج، مسکن، تعمیرات، خرید کالا و ماشین و عناوینی دیگر از این دست سخت گیری ها زیادی را به کار می گیرند(خاوري،۱۳۸۹).

 نمونه دیگر از عدم رعایت حقوق مشتریان توسط بانک ها اعطای وام به شرط سپرده گذاری است. در این مسئله، امکان تخلف موسسات، جذب مشتری به روش های نامتعارف، دور زدن قانون بانکداری اسلامی، کسب سودهای نامشروع و به کارگیری روش هایی است که از طریق آن نرخ سودهای مصوب را رعایت نکنند و گاه تا دو برابر آن را نیز از مردم دریافت دارند که متاسفانه در این مورد باید گفت آفت این بدعت ها باعث خروج بانکداری از دایره اسلامی و مخدوش شدن حقوق شهروندان است. از این رو بانک ها و موسسات مالی و اعتباری این موضوع که پرداخت وام حتی در ارقام پائین نیز مشروط به سپرده گذاری چند ماهه در آن موسسه و یا حتی بانک است را به صراحت به کار می گیرند و حتی در رسانه های دیداری، شنیداری، مکتوب و الکترونیک نیز آن را تبلیغ می کنند!

 این در حالی است که این شیوه دست بانک ها را در تعیین متقاضیان پرشمار دریافت وام کلان تا حدودی باز می گذارد و به آنها امکان می دهد که فقط به تعداد مشخصی که در بانک سپرده مناسب دارند وام پرداخت کنند(خاوري،۱۳۸۹).

 نکته مهم اینکه در قانون بانکداری اسلامی و بدون ربا که بر اساس موازین اسلامی و رعایت شرع تنظیم شده، توجهات ویژه ای به نوع روابط و شیوه های جذب مشتری توسط موسسات پولی شده است که متاسفانه گاهی این مسائل در پیچ و خم سلایق مسئولان بانکی به فراموشی سپرده می شود و یا بعضاً نادیده گرفته می شود. وظیفه بانک مرکزی در این بخش ایجاب می کند تا ضمن توجه و رصد فعالیت بانک ها به ویژه در بخش های خصوصی، موسسات مالی و اعتباری و صندوق های قرض الحسنه، جلوی هرگونه فعالیت خارج از چارچوب بانکداری اسلامی و ربوی را بگیرد.

**2-5-3-4- اطلاع رسانی و ارائه آموزش های لازم به مشتریان**

اطلاع رسانی وارائه آموزش های لازم به مشتریان را می توان از زوایای مختلفی بررسی نمود. ولی آنچه که بیشتر ازهمه، لازم و ضروری جلوه می کند یادگیری و آموزش خدمات بانکداري الکترونيک است. پياده سازي بانکداري الکترونيک درکشورهايي مانند کشور ما مستلزم وجود کليه زمينه هاي فرهنگي، اقتصادي، سياسي، تکنولوژيکي وحتي آموزشي به عنوان پيش نياز مي باشد. در حالي که ضرورتاً کليه خدمات نيز بايد متناسب با ساختار سنتي و مدرن جامعه قانوني شوند تا سرمايه گذاري بر روي ايجاد اين امکانات توجيه و امکان موفقيت افزايش يابد(خضرا،۱۳۸۵).

بنابراين براي توسعه و گسترش مناسب بانکداري الکترونيک در کشور بايد نسبت به ايجاد زيرساخت هاي مناسب مخابراتي، امنيت در تبادل اطلاعات، تدوين قوانين و مقررات حقوقي مناسب و مهم تر از همة این موارد بسترسازي فرهنگي و آشنا نمودن مردم و بنگاه هاي اقتصادي با مزاياي بانکداري الکترونيک، تجارت الکترونيکي و پرداخت الکترونيک، تسريع در شکل گيري دولت الکترونيک، به طور جدي اهتمام ورزيد.

مزاياي بانکداري الکترونيک نه تنها به کاهش هزينه ها منجر مي شود بلکه با فرهنگ سازي مي توان به آثار اجتماعي، اقتصادي آن رسيد. کاهش هزينه چاپ اسکناس، بهداشت و کنترل ترافيک آثار مشهود اين فرهنگ سازي خواهد بود.

 یکی از دلایل، آن است که بانک‌ها شناخت کافی از ویژگی‌های جامعه‌ای که دارند در آن فعالیت می‌کنند ندارند و در ضمیر ناخودآگاه برنامه‌ریزان و مسئولان بانک‌ها این تصور به وجود آمده که تمامی شهروندان ایرانی ساکن در اقصی نقاط کشور به اندازه اقلیت نخبگان دانشگاه رفته و درس خوانده ساکن شهرهای بزرگ بانک و خدمات بانکی و حتی نوع الکترونیکی آن را می‌شناسند و نیازی به کسب آموزش و آگاهی لازم درباره این مسائل ندارند در حالی که میان این طرز تفکر و واقعیت‌های موجود فاصله زیادی وجود دارد و بانک‌هایی که به راستی خود را در برابر جامعه مسئول می‌دانند، باید برای پر کردن این فاصله عمیق از تمامی ابزارهای آموزشی و اطلاع‌رسانی رسانه‌ای محیطی و انتشاراتی استفاده کنند.

 یکی از سهل‌الوصول‌ترین و کم هزینه‌ترین مکا‌ن‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی، فضاهای محیطی هزاران شعبه بانک در سراسر کشور و یکی از جذاب‌ترین و تأثیرگذارترین ابزارها هم بیلبوردهای دیجیتالی شبکه‌ای است که نصب آنها در هر یک از شعب بانک‌ها می‌تواند بخش مهمی از اهداف آموزشی و اطلاع‌رسانی بانک‌ها را برآورده سازد و حتی به پل‌های ارتباطی قابل اعتماد میان مشتریان و مدیران بانک‌ها تبدیل شود. جای چنین بیلبوردهایی امروز به شدت در شعب بانک‌های ما خالی است(خضرا،۱۳۸۵).

**2-5-3-5- ویژگی های فردی مناسب کارکنان**

همان طور که می دانیم، کارکنان بانک ها نیزهمانند سایر افراد جامعه دارای روحیات و ویژگی های فردی منحصر به فرد خویش هستند ولی آنچه که بیشتر نمود پیدا می کند اثر این ویژگی ها بر مشتریان بانک است که به نحو فزاینده ای باعث جذب بیشتر مشتریان در شعب بانک می شود. درباره چگونگی و الگو قرار دادن ویژگی های فردی مناسب کارکنان می توان به آیات و روایات قرآن کریم و کلام اهل بیت(ع) استناد نمود که در اینجا ضرورتی به بیان نیست.

بنابراین با توجه به مباحث فوق روشن می شود که ویژگی های فردی مناسبی همچون ظاهر مناسب و مرتب، توجه به نظرات مشتریان، امانت داری وصداقت، مردم داری و تواضع بایستی همواره مدنظر کارکنان و پرسنل بانک قرار گیرد. در ادامه برای درک بهتر مطلب، لازم است منشور اخلاقی بانک رفاه مورد اشاره قرار گیرد**:**

کارکنان بانک رفاه تلاش دارند، تا کلیه خدمات بانکی را با کیفیت مطلوب آنچنانکه شایسته مشتریان است ارائه نمایند، لذا خود را ملزم به رعایت نکات ذیل می دانند.

1) شریک بودن در شادی و غم مشتری

2) حفظ اسرار و اطلاعات محرمانه مشتری

3) توجه به نظافت ،پاکیزگی و آراستگی شعبه

4) برقراری ارتباط شایسته و صمیمانه با همکاران

5) رعایت عدالت و انصاف در ارائه خدمات به مشتری

6) رعایت ادب ،نزاکت و تواضع در برخورد با مشتری

7) اشتیاق و همکاری در ارائه خدمات مشاوره ای به مشتری

8) تلقی نمودن ارائه خدمت به مشتری به عنوان فرصت انجام یک کار نیک

9) انجام دقیق ،سریع و صحیح کار و جلوگیری از تضییع وقت و حقوق مشتری

10) تعهد ،مسئولیت پذیری و مشارکت جمعی کارکنان در ارائه خدمت به مشتری

11)پیش قدم بودن در سلام و خوش آمد گویی به مشتری و استقبال و مشایعت وی([فاطمی نوش آبادی](http://persianblog.ir/ProfileView.aspx?userID=55590)،۱۳۸٧).

**2-5-4- عوامل و شرایط فیزیکی**

به طور کلی این عوامل، جزء عوامل فیزیکی و قابل مشاهده و لمس می باشد که شامل موارد زیر می گردد و در ادامه هر یک از این عوامل توضیح داده می شوند:

1.محل استقرار شعب

2.تعداد شعب بانک

3.طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی بانک

4.امکانات فیزیکی شعب بانک

**2-5-4-1- محل استقرارشعب**

حتماً شما هم فروشگاه ها و رستوران هاي کوچک و بزرگ زيادي را مي شناسيد که موقعيت مکاني شان، موفقيت چشمگيري برايشان به ارمغان آورده است. اما آيا اين موضوع درباره بانک ها نيز صادق است؟ موضوع يافتن مکان مناسب برای بانک، در رديف برنامه هاي مهم و اساسي قرار داردTop of FormBottom of Form.

باتوجه به افزایش وشدت رقابت، ارائه خدمات در مکان ومحل‌های مورد نظر مشتریان عاملی تعیین‌کننده درجذب و نگهداری مشتریان است. به همین دلیل امروزه بانک‌ها و دیگرسازمان های خدماتی به ایجاد شعب در مناطق مختلف پرداخته‌اند تا ضمن ارائه خدماتی بهتر، حوزه وسیعتری را تحت پوشش قرار دهند(روستا،1380،ص40)

 مکان استقرارشعب بانک‌ها و مؤسسات مالی، محرکی مهم در جذب مشتریان است و بازاریابان بانکی باید آن را به دقت مورد بررسی وارزیابی قراردهند. بنابراین بانک‌ها برای احداث شعب نیازبه ارزیابی علمی و امکان‌سنجی دقیق دارند و برای اماکن فعلی نیز باید بازاریابی بانکی به عمل آید. واقع شدن شعب یک بانک درفاصله مکانی و زمانی مناسب، استقرارشعب یک بانک در اماکن مهمی مانند شهرک های صنعتی و مسکونی و اماکن تجاری و استقرار شعب درنزدیکی پارکینگ‌های عمومی ازجمله پارامترهایی هستند که بر سپرده‌گذاری مشتریان در بانک‌ها تأثیر می‌گذارند(یزدانی ودهنوی،1384).

 البته می توان با استفاده از روش های نوینی همچون مبحث مکان یابی[[1]](#footnote-1)1، مدیریت تحقیق در عملیات، مبحث روش های تصمیم گیری با معیارهای چندگانه[[2]](#footnote-2)2، روش روش(ای.اچ.پی3) و (تاپسیس4) و دانش مهندسی نقشه برداری و جغرافیا به ویژه بحث سیستم های اطلاعات جغرافیایی5 به بهترین موقعیت مکانی برای شعب بانک دست یافت.

**2-5-4-2- تعداد شعب بانک**

طی سال های اخیر و به ویژه با [ورود](http://xn--ugbd2eb.iranictnews.ir/T______%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%AF.htm) [بانک ها](http://xn----ymcbb5mh89d.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9-%D9%87%D8%A7.htm)ی خصوصی به عرصه فعالیت شاهد رقابتی شدید در تأسیس [شعبه های بانکی](http://xn-----ctdbbd3fvb6heb59i4mfa.iranictnews.ir/T______%D8%B4%D8%B9%D8%A8%D9%87-%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9%DB%8C.htm) بوده ایم به گونه ای که چهره خیابان ها به خصوص در سال های اخیر با بالارفتن تابلوهای متعدد از [بانک ها](http://xn----ymcbb5mh89d.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9-%D9%87%D8%A7.htm)ی مختلف تغییر بسیاری نموده است. این وضعیت که بیشتر جنبه رقابتی پیدا کرده و [بانک ها](http://xn----ymcbb5mh89d.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9-%D9%87%D8%A7.htm)ی مختلف کوشیده اند در تمامی خیابان ها و نقاط مهم شهری برای خود شعبه ای خریداری کنند و کم کم در حال تبدیل شدن به وضعیت نگران کننده ای است که تبعات آن در آینده نزدیک دامن خود [بانک ها](http://xn----ymcbb5mh89d.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9-%D9%87%D8%A7.htm) و اقتصاد کشور را خواهد گرفت.

 با توجه به پیشرفت های فراوان [بانک ها](http://xn----ymcbb5mh89d.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9-%D9%87%D8%A7.htm)ی کشور در عرضه [خدمات بانکداری الکترونیکی](http://xn-----btdbabdog5alf1ad7zfwi1b27ogae01fiab.iranictnews.ir/T______%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9%D8%AF%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9%DB%8C.htm) لزوم تأکید فراوان بر توسعه فیزیکی شعب و ترویج خدمات شعبه محور جای سؤال دارد و بی شک باعث از بین رفتن تاثیر کلیه [تبلیغات](http://xn--mgbbfc2fvcy2d.iranictnews.ir/T______%D8%AA%D8%A8%D9%84%DB%8C%D8%BA%D8%A7%D8%AA.htm) و اقدامات فرهنگی می شود. گسترش خدمات مبتنی بر [بانکداری الکترونیکی](http://xn----ymcabbqa9atd8tfc19kdpcf.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9%D8%AF%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%D8%A7%DB%8C%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA%DB%8C.htm) و همچنین ارتقا کیفی این خدمات برای افزایش رضایتمندی و اطمینان عمومی برای استفاده از این خدمات می تواند راه کار گرایش مردم به سمت خدمات خود سلف [سرویس](http://xn--wgbdb7fu6a.iranictnews.ir/T______%D8%B3%D8%B1%D9%88%DB%8C%D8%B3.htm) و خارج از شعبه باشد. از سوی دیگر با توجه به افزایش هزینه های سربار شعبه ای تأکید فراوان بر افزایش شعب درآینده نزدیک می تواند به جای برگ برنده به عاملی ضرر رسان و منفی در جهت توسعه [بانک](http://xn--mgbb5gwr.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9.htm) تبدیل شود اتفاقی که در حال حاضر [بانک ها](http://xn----ymcbb5mh89d.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9-%D9%87%D8%A7.htm)ی دولتی با آن مواجه هستند و بسیاری از شعبی که در سطح کشور دارند به مرور در حال تبدیل شدن به شعب ضررده هستند. در این شرایط [بانک](http://xn--mgbb5gwr.iranictnews.ir/T______%D8%A8%D8%A7%D9%86%DA%A9.htm)ی موفق است که بتواند با آینده نگری تعادل منطقی و مناسبی را بین توسعه فیزیکی و توسعه [مجازی](http://xn--mgbjt7e68a.iranictnews.ir/T______%D9%85%D8%AC%D8%A7%D8%B2%DB%8C.htm) خود فراهم کند تا در رقابت های آینده که قطعاً تعداد شعب شاخص مهمی در آنها نیست موفق تر عمل کند(خضرا،۱۳۸۵).

**2-5-4-3- طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی بانک**

بخش اعظم عمر ما در محیط های داخلی و خارجی بناها سپری می شود. این فضاها محیطی را ایجاد می کنند که بسیاری از فعالیت های ما در آن صورت می گیرد. همچنین آنچه که به یک بنا روح می بخشد، فضای داخلی وخارجی آن است. بنابراین می توان گفت کیفیت فضای داخلی وخارجی تأثیر مستقیمی بر نحوه انجام فعالیت های ما دارد. از طرف دیگر فضای بیرونی یک ساختمان عامل نگرش و قضاوت ما را تحت تأثیر قرار می دهد. بر این اساس یکی از اهداف طراحی داخلی و خارجی، بهبود عملکرد فیزیکی و روانی فضا برای راحت سازی فعالیت ها در آن است. طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی بانک از اهمیت بیشتری در مقایسه با سایر سازمان ها برخوردار است. بنابراین نمای داخلی و خارجی بانک عاملی، اثرگذار و مشهودی است که بایستی فراخور یک بانک مد نظر گرفته شود(نوشین،1386).

"یک محیط خوب، می‌تواند بر رشد ارزش های کارکنان وافزایش توان و بهره‌وری آنان اثرگذار باشد. با متنوع شدن فعالیت های بانکی، سازماندهی محیط کار و ایجاد محیطی آرام در سازمان ها به صورتی که منجر به فعال شدن بیشتر نیروی انسانی و مشتریان، شادابی آنها، کاهش افسردگی ها، رشد خدمات مثبت و در نهایت دستیابی به بهره‌وری مورد نظر شود، ضروری به نظر می‌رسد. در بانکداری نوین این امر از دغدغه‌های مدیران اجرایی و مدیران ارشد بانک‌ها می‌باشد. بانک‌ها برای جذب بیشتر منابع مالی مشتریان می‌بایست به محیط های کاری مناسب که دارای شاخصهای محیط کاری ازنظر فیزیکی، روانی واجتماعی باشد مجهز شوند"(ونوس،۱۳۸۳،صص۱۴۲-۱۳۷).

 طراحی داخلی و خارجی در ايجاد فضايي مطلوب ودلنشين براي افراد جامعه نقش مؤثردارد. محيط مناسب يعني فضايي كه بشر در آن بتواند فارغ از فشارهاي ناخواسته رواني رشد كرده و شكوفا شود و اين از خواسته هاي عقلاني و منطقي هر جامعه است. طراحی داخلی[[3]](#footnote-3)1 که به عنوان یک حرفه، یک هنر و یک

صنعت در دنیا شناخته شده، بهینه سازی فضاهای داخلی ساختمان ها به منظور انجام فعالیت های روزمره یعنی زندگی وکار است. طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی بانک یکی از اساسی‏ترین عناصر جذب مشتری در سیستم بانکی محسوب می‏شود و می‏تواند نقشی تعیین‏کننده درجذب منابع بانکی داشته باشد. با توجه به لزوم تناسب فضای داخلی و خارجی بانک طیف وسیعی از خدمات و فعالیت های آنها، بایستی مورد توجه قرار گیرد(حقیقی،1373).

**2-5-4-4- امکانات فیزیکی شعب بانک**

امکانات فیزیکی شعب بانک باعـث سهولت فعالیت مشـتریان و کارکـنان شـعب بانک می شود.امـکانات و ویژگی‏های فیزیکی مختلفی را بایستی بانک مدنظر داشته باشد که می توان به برخی از این موارد اشاره نمود:

داشتن فضای کافی شعبه برای ارائه خدمات، سـهولت دسترسی به دوایـر مختلف ، سهـولت ارتباط با کاربر، مبلـمان مناسب جهت سالن انتظار مـشتریان، نور و روشـنایی مناسب، معطرسازی شعبه، داشتن تهویه هوای سرد و گرم مناسب،داشتن امکانات پذیرایی منظم، اطلاع‏رسـانی مناسب از سوی بانک، امکان پخش موسیقی ملایم در شعبه، سهولت دسترسی به وضـعیت حساب توسط مشتری، سهولت پارک خودرو مشتری، امـکان استفاده از دستگاه خودپـرداز، شلوغ نبودن و آرامش شعبه، دسترسی مناسب به ملـزومات موردنیاز (خودکار، استامپ و سیستم نوبت‏دهی رایانه‏ای به افراد، بانکداری الکترونیک و....( عبدالباقی و همکاران،1383).

**2-5-5- عوامل وابستگی سازمانی**

به طور کلی این عوامل، باعث می شود که فرد وابستگی و تعلق خاطری با بانک رفاه داشته باشد که شامل موارد زیر می باشد که در ادامه هر یک از این عوامل توضیح داده می شوند:

1-پرداخت حقوق و مزایای کارکنان سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه

2-پرداخت حقوق و مزایای بازنشستگان سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه

3-دریافت عواید سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه

**2-5-5-1- پرداخت حقوق و مزایای کارکنان سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه**

به منظور درک بهتر موضوع، بهتر است ابتدا به وظایف بانک رفاه اشاره شود:

فعالیت های بانک رفاه را می توان به دو بخش عام و خاص تقسیم نمود. فعالیت های عام در برگیرنده کلیه خدمات مجاز قابل ارائه توسط بانک های تجاری است، فعالیت های خاص نیز شامل کلیه خدماتی است که بانک به طور ویژه به برخی از سازمان ها و موسسات ارائه می نماید.

الف) فعالیت های عام بانک رفاه:

1. انجام کلیه عملیات بانکی ریالی و ارزی ؛
2. افتتاح و ارائه خدمات مربوط به حسابهای جاری، پس انداز، سپرده های کوتاه و بلند مدت ریالی و ارزی
3. اعطای تسهیلات اعم از ارزی و ریالی در بخش های صنعت، کشاورزی، خدمات تجارت، مسکن، صادرات و واردات
4. صدور انواع ضمانت نامه های ارزی و ریالی
5. انجام انواع تامین های مالی و اعتباری داخلی و خارجی
6. اعطای کارت اعتباری ارزی
7. صندوق های اجاره ای هوشمند
8. انجام امور مربوط به کارگزاری بورس و ....

ب) فعالیت های خاص بانک رفاه :

1. ارائه خدمات بانکی به سازمان تامین اجتماعی و جامعه تحت پوشش آن
2. اعطای تسهیلات و خدمات بانکی به بیش از یکصد مؤسسه تولیدی وابسته به سازمان تامین اجتماعی
3. ارائه خدمات بانکی به وزارت بهداشت و درمان و آموزش پزشکی، دانشگاه های علوم پزشکی، بیمارستان ها، دانشجویان، اساتید علوم پزشکی، پزشکان، انستیتوپاستور، سازمان خدمات درمانی، هلال احمر، انتقال خون، سازمان بهزیستی و داروخانه ها
4. ارائه خدمات بانکی به وزارت کار و امور اجتماعی و سازمان های تابعه
5. اعطای تسهیلات به صنعت چاپ و نشر کتاب و اهل قلم و هنر

همانگونه که در بخش فعالیت های خاص بانک رفاه مشخص است، جامعة تحت پوشش بانک رفاه شامل طیف گسترده ای از کارکنان بسیاری از نهادهای ذکر شده است که حقوق و مزایای خویش و کلیه امور بانکی خویش را در بانک رفاه انجام می دهند که باعث می شود افراد احساس وابستگی و تعلق خاطر خاصی به بانک پیدا می کنند، به نحوی که خود را جزئی از آن می دانند([فاطمی نوش آبادی](http://persianblog.ir/ProfileView.aspx?userID=55590)،۱۳۸٧).

**2-5-5-2- پرداخت حقوق و مزایای بازنشستگان سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه**

یکی از مهمترین و موثرترین خدمات سازمان تامین اجتماعی، بازنشستگی است که در واقع اساس و پایه خدماتی نظام های بیمه ای به شمار می رود. یک فرد کارگر یا کارمند پس از سال ها کار و تلاش در عرصه های مختلف دچار کهولت سن و ناتوانی گردیده و لازم است از گردونه کار و تولید خارج شده و مابقی دوران زندگی خود را بدون دغدغه در آرامش و به استراحت بپردازد تا جوانان و نسل جدید بتوانند جای او را در میادین کار پرنمایند. این چرخه نیاز ضروری هر سیستم تولیدی و اقتصادی است و ضامن پویای نظام تولید را فراهم می سازد. بازنشستگی و تقاعد، آینده محتوم هر فرد است و از آن گریزی نیست (قشقایی،1388).

در قانون تامین اجتماعی بازنشستگی به صورت زیر تعریف شده است:

بازنشستگی یعنی عدم اشتغال بیمه شده به کار به سبب رسیدن به سن بازنشستگی در این قانون.

به تعبیری دیگر بازنشستگی رسیدن به شرایطی است که بر اساس آن فرد توان کاریش کاهش می یابد و دیگر آن قدرت و توانایی سابق را برای ادامه فعالیت و کار ندارد. سن بازنشستگی بر اساس ماده 76 قانون تامین اجتماعی 60 سال سن برای مردان و 55 سال سن برای زنان است که در این حالت فرد بیمه شده با داشتن حداقل 10 سال سابقه پرداخت حق بیمه می تواند بازنشسته گردد.

 در حال حاضر سازمان تامین اجتماعی بزرگترین نهاد بیمه اجتماعی کشور محسوب می شود که به 28 میلیون نفر از آحاد این کشور را زیر پوشش دارد که بيشتر بازنشستگان و مستمري ‌بگيران سازمان تأمين اجتماعي نيز با شرايط فراهم شده توسط اين سازمان، حساب دريافت حقوق خود را در بانک رفاه افتتاح نمودند(ضیایی،1387).

 بديهي است با وجود مشترياني كه حجم بالايي از گردش مالي بانك رفاه كارگران به عهده آنهاست، سود بانك افزایش چشمگیری خواهد داشت و بایستی با وجود سپرده های بازنشستگان سازمان تأمین اجتماعی تمهیداتی جهت کاربرد بهینه از این منابع همچون سرمایه گذاری دربرخی پروژه ها و احداث واحدهای اقتصادی، توسط بانک رفاه صورت گیرد.

**2-5-5-3- دریافت عواید سازمان تأمین اجتماعی توسط بانک رفاه**

سازمان تأمین اجتماعی زیر مجموعه های همچون مؤسسات و شركت هاي وابسته زیر را دارا می باشد:

1. [شركت سرمايه گذاري تامين اجتماعي](http://www2.sso.ir/web/depa/facility/tabee/dependent-introduce/sarmayegozari)
2. شركت سرمايه گذاري خانه سازي ايران
3. [شركت مشاور مديريت و خدمات ماشيني تامين](http://www2.sso.ir/web/depa/facility/tabee/dependent-introduce/khadamat-mashini)
4. شركت كار و تأمين
5. شركت رفاه گستر تامين اجتماعي
6. شركت گروه پزشكي حكمت
7. موسسه حسابرسي تامين اجتماعي
8. [موسسه املاك و مستغلات تامين اجتماعي](http://www2.sso.ir/web/depa/facility/tabee/dependent-introduce/amlak-mostaghelat)
9. [موسسه خدمات بهداشتي، درماني ميلاد سلامت تهران](http://www2.sso.ir/web/depa/facility/tabee/dependent-introduce/milad-salamat)

این مؤسسات و شركت هاي وابسته برای سازمان کسب منفعت می نمایند([فاطمی نوش آبادی](http://persianblog.ir/ProfileView.aspx?userID=55590)،۱۳۸٧). عواید و درآمدی این مؤسسات و شركت هاي وابسته مستقیماً از طریق بانک رفاه به حسابسازمانتأمین اجتماعی واریز می گردد.این منبع عظیم می تواند راه گشای بسیاری از کمبود منابع را برای بانک رفاه جبران نماید.

**2-6- پیشینه تحقیق**

در این بخش در دو قسمت به سابقه تحقیقات انجام شده داخلی و خارجی در رابطه با موضوع می پردازیم.

**2-6-1- مطالعات داخلی**

موبدشاهی(۱۳۷۳)، در پایان نامۀ خود تحت عنوان «نحوه تخصیص منابع بانکی و عوامل مؤثر بر آن»، ضمن اشاره به روش های تخصیص منابع بانکی در چارچوب قانون عملیات بانکداری بدون ربا؛ نسبت به توضیح و تشریح عوامل مؤثر در قالب دو مقولۀ مسائل اجرایی و سیاست های پولی از جمله: نرخ تنزیل مجدد، سپرده قانونی، خرید وفروش اوراق قرضه، ابزارهای تخصیص منابع و ابزارهای تجهیز منابع پرداخته است. در این تحقیق سعی شده است که نحوه تخصیص منابع بانکی را در ایران بخصوص پس از انقلاب اسلامی و اجرای قانون بانکداری بدون ربا مورد بررسی قرار داده و ضمن آشنایی با عملکرد سیستم بانکی در این رابطه عوامل مؤثر بر تخصیص منابع بانکی و تاًثیر سیاست های پولی اتخاذ شده توسط دولت را مورد بررسی قرار دهد. درادامه بوسیله روش های اقتصادسنجی اقدام به بررسی عوامل مؤثر بر تخصیص منابع بانکی نموده است.

 پناهی(۱۳۷۴)در پایان نامۀ خود تحت عنوان «بررسی عوامل مؤثر در منابع بانک ها در ایران ۱۳۷۰-۱۳۵۰»، ضمن اشاره به تاریخچۀ بانکداری ایران و جهان و همچنین بررسی روند متغیرهای منابع مالی بانک ها طی سال های۱۳۷۰-۱۳۵۰ نسبت به معرفی عوامل مؤثر در منابع مالی بانک ها اقدام نموده است. درادامه با ارائه مدلی در این زمینه و با استفاده ازآزمون های مختلف به این نتیجه رسیده است که: "بعضی از عوامل از قبیل نرخ تورم، حجم واردات، مخارج جاری دولت خارج از کنترل شبکه بانکی بوده و ارتباط مستقیم با سیاست های کلان اقتصادی دارد ولی تسهیلات اعطایی شبکه بانکی به بخش خصوصی از طریق نقدینگی و شبه پول قادر است بیشترین اثر را در جذب منابع مالی داشته باشد، نرخ سود تسهیلات اعطایی در این راستا نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است."

در ادامه، ابتدا مدل اساسی عرضه پول معرفی گردیده و سپس الگوی مورد نظر شناسایی و آنگاه بر اساس معیارهای اقتصادسنجی(OLS)مدل مورد نظر تخمین زده شده است و پارامترهای آن از دیدگاه اقتصادی تفسیر گردیده اند.

 مغویی نژاد(۱۳۷۸)در پایان نامۀ خود تحت عنوان«بررسی عوامل مؤثر برافزایش میزان سپرده گذاری مشتریان در شعب بانک تجارت شهرستان رفسنجان(از دیدگاه مشتریان)»، اینگونه عنوان نموده است که، مهمترین عوامل مؤثر درافزایش میزان سپرده گذاری از دیدگاه مشتریان، که از سرمایه های ارزنده بانک محسوب می شوند، مورد شناسایی و آزمون قرار گرفته است. این عوامل در قالب پنج متغیر شامل: بهبود روابط اجتماعی کارکنان با مشتریان، ویژگی های فردی خوب و مناسب کارکنان، تبلیغات، میزان سود پرداختی و عرضه خدمات مطلوب، دسته بندی گردیده و سپس مورد آزمون قرار گرفته اند. به منظور آزمون فرضیات تحقیق از طریق پرسشنامه و نیز اطلاعات آماری شعب بانک تجارت شهرستان رفسنجان در سال ۱۳۷۸جمع آوری و سپس با استفاده از روش های مناسب آماری ارتباط هر یک از عوامل پنج گانه مذکور با میزان افزایش میزان سپرده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. سپس از آزمون های من- ویتنی و کروسکال والیس در خصوص نحوۀ پاسخ گویی آزمودنی ها بر اساس متغیرهای سن، جنس، تحصیلات، وضعیت کار و مدت حساب داشتن به سؤالات، استفاده به عمل آمده است بنابراین روش تحقیق آن توصیفی- پیمایشی است.

نتایج و یافته های تحقیق نشان می دهد

۱.از نظر مشتریان، بهبود روابط اجتماعی کارکنان با مشتریان موجب افزایش سپرده در شعب می گردد.

۲.از نظر مشتریان،ویژگی های فردی خوب و مناسب کارکنان باعث افزایش میزان سپرده در شعب می گردد.

۳.از نظر مشتریان، تبلیغات باعث افزایش سپرده نمی گردد.

۴.از نظر مشتریان، میزان سود پرداختی موجود به سپرده ها، باعث افزایش میزان سپرده در شعب نمی گردد.

 فقیه نصیری(۱۳۷۸) در پایان نامۀ خود تحت عنوان«بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر جذب منابع بانک صادرات-استان مرکزی(۱۳۷۷-۱۳۶۸)»، هدف ازاین تحقیق را شناسایی منابع مالی بانک ها و سپس شناسایی عوامل مؤثر بر این منابع برشمرده است و در ادامه به معرفی منابع مالی بانکی و انواع سپرده ها پرداخته است. در این تحقیق، درصد رشد منابع بانک صادرات استان مرکزی را، به عنوان متغیر وابسته و پارامترهایی از قبیل: بکارگیری سیستم های رایانه ای، میزان تسهیلات پرداختی، سرانه منابع کارکنان و میانگین زمان توقف مشتریان جهت دریافت خدمات در هر شعبه به عنوان متغیرهای مستقل و از عوامل مؤثر بر جذب مطرح شده است. بنابراین روش تحقیق آن توصیفی- پیمایشی است.

در تحقیق حاضر،منظور از منابع بانک وجوه سپرده شده از سوی مشتریان در حسابهای سپرد سرمایه گذاری بلند مدت و کوتاه مدت و حسابهای پس انداز و جاری قرض الحسنه نزد بانک می باشد. عوامل مؤثر بر افزایش منابع نزد بانک ها به دو دسته عمـده، عوامـل خارجی و عوامل داخلی، قابـل تقسـیم می باشد. "از عوامل خارجی می توان، حجم نقدینگی، نرخ تورم، ثبات سیاسی حکومت ها و رکود یا رونق اقتصادی را نام برد. وجه مشترک عوامل خارجی مؤثر بر افزایش یا کاهش منابع مالی بانک ها، تأثیریکسان و یکنواخت آنها بر کلیه بانک های تجاری می باشد. لیکن این تحقیق بر عوامل درونی که سبب افتراق بانک های تجاری از یکدیگر شده تکیه داشته و درنظر دارد سایر عوامل مؤثر بر افزایش منابع بانک ها را مورد شناسایی و بررسی قرار دهد."

 باقری (۱۳۷۸) در پایان نامۀ خود تحت عنوان«تحلیل عوامل موثربر سودآوری بانک های تجاری (مطالعه موردی بانک رفاه )» عوامل تعیین کننده سودآوری بانک ها را به دو گروه عوامل داخلی قابل کنترل مدیریت بانک و عوامل بیرونی فراتر از مدیریت بانک تفکیک نموده است. برای ترکیب عوامل مذکور و مطابقت آن با ادبیات سودآوری، شکل تابعی مناسب برای تحلیل سودآوری بانک ها را فرم خطی آن پیشنهاد می کند. در ضمن با استفاده از یک مدل خطی رگرسیونی برای دوره زمانی (۱۳۶۲-۱۳۸۰) عوامل مؤثر و تعیین کننده سودآوری بانک رفاه کارگران تخمین و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

 یافته های این تحقیق نشان می دهد که مدیریت هزینه های کارا یکی از توزیع گرهای با معنی برای سودآوری بالای بانک می باشد. علاوه بر آن دارایی های کنترلی و مدیریت تعهدات همچنین تأثیر بامعنی در سودآوری دارند. در میان عوامل بیرونی رشد اقتصادی نیز اثر مثبتی بر سودآوری بانک دارد و از طرف دیگر نرخ تورم با یک معنی داری پائین اثر معکوسی بر سودآوری داشته است. در ضمن تأثير تركيب دارائي ها يعني وام ها و اعتبارات و تسهيلات ، اوراق بهادار و مشاركت مستقيم در اين مطالعه بررسي شده است.

 قوامی(۱۳۷۹) دررسالۀ پایان نامۀ خود با عنوان «بررسی اقدامات جدید بانک کشاورزی در رابطه با جذب منابع و تأثیر آن بر ساختار مالی بانک» فرضیه های زیر را مطرح کرده است:

"بانک کشاورزی طی برنامه دوم توسعه، در جهت نیل به تجاری شدن از نظر جذب منابع، موفق عمل کرده است. در این خصوص، افزایش تعداد شعب و واحدهای بانکی و ارائه خدمات نوین بانکی طی برنامه دوم توسعه ازعوامــل مؤثر در جـــذب منابع و در مقابل، وجود تسهیلات تکلیفی و عدم پرداخت به موقع بدهی های دولت، مانع جذب منابع مطرح شده است. اطلاعات و آمار لازم از عملکرد بانک کشاورزی در طول برنامه اول و دوم توسعه و صورت های مالی حسابرسی شده شامل ترازنامه و عملکرد سود و زیان بانک مذکور طی سال های ۱۳۷۷-۱۳۶۸استخراج شده است. آزمون فرضیات فوق با استفاده از اطلاعات مندرج در صورت ها پذیرفته است. در این تحقیق از روش های اقتصاد سنجی استفاده شده است.

نتایج حاصل حاکی از آن بوده است که مجموعه عملکرد بانک مزبور طی دوره مورد بررسی در خصوص جذب منابع و تجهیز سپرده های مردمی، علی رغم اثر مثبت تسهیلات اعطایی تکلیفی، از رشد نسبتاً بالایی برخوردار بوده است و عملکرد آن بانک در مجموعه سیستم بانکی نیز مثبت و همراه با رشد مناسب ارزیابی شده است.".

 احمدزاده (۱۳۸۱)، در پایان نامه خویش با موضوع «بررسی ساختارسرمایه و منابع مالی بانک کشاورزی و ارایه راهکارهای مناسب جهت بهینه کردن آن» این گونه عنوان می کنند که:"منابع مالی بانک ها به دو دستۀ کلی تقسیم می شوند که عبارتند از: حقوق صاحبان سهام؛ که شامل سرمایه وسود انباشته است و دیگری بدهی ها که شامل انواع سپرده ها (سپرده جاری، سپرده پس انداز و سپرده های سرمایه گذاری مدت دار)، وام ازبانک مرکزی، استقراض از شبکه بانکی، وجوه اداره شده، بروات پرداختنی، بروات وصولی و بروات قبول و پذیره نویسی شده هستند.

در ادامه ضمن بررسی ساختار سرمایه بانک کشاورزی و منابع مالی بانک، به این نتیجه رسیده که ساختار سرمایه بانک با منابع مالی بانک رابطۀ مثبت دارد و بایستی همواره یک تعادل نسبی با توجه به عواملی چون: نسبت سپرده ها به بدهی ها، میزان نرخ سپرده قانونی و... وجود داشته باشد، تا بانک به بهترین وبالاترین کارایی و سوددهی نائل آید. دراین تحقیق که از نوع توصیفی- پیمایشی است، قسمتی از داده های مورد نظر با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده است. در این تحقیق ساختار بانک کشاورزی در یک دوره ده ساله۱۳۷۹-۱۳۷۰ مورد بررسی قرارگرفت که اطلاعات لازم از صورت های مالی بانک استخراج گردید.

 رازانی(۱۳۸۲)در پایان نامۀ خود با عنوان «بررسی و معرفی روش های جدید و مؤثرجذب منابع مالی در شعب بانک تجارت استان لرستان» ضمن ارائه موضوع و مطرح نمودن اهداف و فرضیه های تحقیق به بررسی عوامــل مؤثر در جذب منابع مالی در گروه بانکی تجارت در استان لرستان از قبیل: ارائه تسهیلات سهل تر، فضای فیزیکی مطلوب، تجدید نظر در شیوه جوائز، اهمیت قائل شدن برای مشتری، قوانین و مقررات مناسب، جذب منابع بلند مدت و... نموده است و همچنین به بررسی میزان رقابت پذیری بین گروه های بانکی کشور، بررسی روند متغیرهای پولی کشور طی دوره (۱۳۸۰-۱۳۷۴) و همچنین عملکرد بانک مزبور با سایر گروه های بانکی پرداخته است. به طور کلی در این تحقیق، روش توصیفی- پیمایشی مورد استفاده قرار گرفته است.

خضرا (۱۳۸۵)، در مقاله ای تحت عنوان بررسي «عوامل موثر بر تجهيز منابع مالي كشور»ضمن اشاره به اهمیت موضوع در کشورهای در حال توسعه، این گونه بیان می دارد که "در بانكداری نوين عوامل متعددی وجود دارند كه بر روند تجهيز منابع پولي بانك ها تاثير مي گذارند، شناسايی و تعيين ميزان تاثير و نوع ارتباط اين عوامل با موفقيت بانك ها در تجهيز منابع پولی مقوله ای مهم مي باشد، امروزه شرايط و موقعيت بانك ها با يكديگر يكسان نيست و ممكن است عوامل تاثيرگذار بر تجهيز منابع پولی حتی برای هر يك از شعب يك گروه بانكي متفاوت باشد."عوامل فن آوري اطلاعات و ارتباطات، مهارت نيروی انسانی شاغل در بانك ها، تنوع و كيفيت خدمات بانكی، رضايت مشتريان از كاركنان و مطلوبيت محيط داخلی و محل استقرار شعب در بانكداری نوين، ابزارهای مهمی هستند كه برای جذب بهينه منابع پولی از آنها استفاده مي شود".

 رمضانی (۱۳۸۵)در پایان نامۀ خود تحت عنوان« بررسی عوامــل مؤثر بر تجهیز منابع بانک سپه استان گلستان» ضمن اشارۀ مختصری به تاریچۀ بانکداری وسیر تحــول آن و نیزاشـاره به ساخـتار و تاریچـۀ بانک سـپه به توضـیح عوامـل مؤثر بر تجهیز منابـع مالی بانـک سـپه می پردازد و بیـشتر تکیۀ خود را بر جـذب سپـرده ها آن هم در اشکال مختلف می نماید .البته شـایان ذکـر است با اشاره به خدمـات نوین بانـک سـپه از قبیل: تـلفن بانـک، ایران چــک ،سپه چــک ،آسان چـک، سامانه اطلاع رسـانی گویـا، سـامانه پرسـش و پاسـخ و خدماتی از این قبیل نموده است و آنها را عاملی تاثـیرگذار در جهت جـذب منابع مالی برای بانک قلمداد نموده است.

 هدف اصلی این پژوهش، تعیین نقاط ضعف مدیریت منابع در بانک سپه است و همچنین تعیین عوامل مؤثردر تجهیز منابع می باشد.در واقع این پژوهش،برای حل مشکل مدیریت منابع بانک سپه، عواملی همچون هزینه تبلیغات، گسترش اتوماسیون شعب،سود سپرده ها و میزان تسهیلات پرداختی را مورد بررسی قرار داده است. موضوع تحقیق عوامــل مؤثر بر تجهیز منابع(جذب سـپرده ها) بانـک سپه اسـتان گلسـتان طی سـال های (۱۳۷۸-۱۳۸۳) می باشد.

 جامعه آماری در این پژوهش کلیه شعب بانک سپه استان گلستان که تعداد آنها ۲۹ شعبه است و نمونه آمـاری به روش کاملاً تصادفی از کارکـنان و مشتریان انتخاب شده است .روش تحقیق برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نوع توصیفی و تحلیلی-استنباطی می باشد.چون محقق می خواهد عوامل مؤثر در تجهیز منابع را شناسایی و اثر آن را برروی جذب منابع(افزایش سپرده ها)مورد بررسی قرار دهد. ابزار اندازه گیری اطلاعات صـورت های مالی، ترازنامه های مورد قبول مراجع ذیصـلاح (سازمان حسابرسی کل کشور)، اسناد و مدارک موجود در بانک و پرسشنامه است.

**2-6-2- مطالعات خارجی**

بروک و شورت[[4]](#footnote-4) (1979) ارتباط بین نرخهای سود 60 بانک و بازار بانکداری داخلی هر کشور را مورد بررسی قرار دادند. شواهد در این مقاله نشان می داد که تمرکز بیشتر منجر به نرخ های سود بالاتر می گردد

بورک (1989)در مطالعه اش عملکرد سودآوری بانک ها در 12 کشور در اروپا و آمریکای شمالی با در نظر گرفتن عوامل تعیین کننده داخلی و خارجی اثرگذار بر آن را مورد بررسی قرار داد و به خاطر بعضی از مشکلات در مقایسه بین بانک ها در کشورهای متفاوت مفهوم ارزش افزوده را معرفی کردند .

 مولینیوکس و سورنتون[[5]](#footnote-5)1 (1992)عوامل تعیین کننده از عملکرد بانک ها در 18 کشور اروپایی ما بین سال های 1986 تا 1989 را مورد بررسی قرار دارند. در این مطالعه روش بورک تکرار گردید و بیشترین تمرکز آنها بر بانک های با سایز بزرگ بود .

 در سال 1992 موسسه مطالعات مدیریت بانک ها2 در آمریکا طی تحقیقاتی در راستای شناسایی عوامل موفقیت بانک های تجاری و با استفاده از بهبود عملکرد شعب ناکارا، امکان الگوبرداری از استراتژی بانک های پیشرو3 در صنعت بانکداری را بررسی نمود. در این تحقیق راث و وَندر ولد4 بر اساس عقاید مدیران ارشد بانک های تجاری موفق آمریکایی، رابطه بین بازاریابی، ساختار سازمانی، عملیات[[6]](#footnote-6)5 و مدیریت منابع انسانی را تحلیل نمودند، بر اساس یافته‌های مطالعاتی آنها استراتژی مدیریت موفق خدمات در زنجیره سه‌گانه " توانمندیهای عملیاتی - کیفیت خدمات - عملکرد[[7]](#footnote-7)6 " فرموله می‌شود.(راث وندر ولد،1992)

پس از آن هسکت[[8]](#footnote-8)7 (1994) نگرش جامعتری مبنی بر تعیین عوامل عملکردی سازمان های خدماتی ارائه نمود و طی مطالعاتی به صورت تجربی زنجیره خدمت- سود را ارائه داد. که استراتژی مدیریت موفق سازمان های خدماتی (C- SQ-P) ، در واقع نگرش متمرکز شده‌ای از زنجیره خدمت - سود می‌باشد.

 هسکت معتقد است که برای ارزیابی عملکرد و تعیین الگوهای عملکردی بایستی تمامی روابط عملکردی موجود در زنجیره خدمت - سود را در نظر گرفت، به عبارت دیگر برای پوشش دادن به تمامی متغیرهای اثر گذار بر عملکرد سازمان های خدماتی، بایستی بطور هم زمان تمامی روابط موجود این زنجیره را در نظر گرفت و با توجه به آنها الگو‌برداری را انجام داد.

استینهر و هیوونیر8 (1994)، در تمام مطالعه شان به بررسی دو قطب از سیستم ها پرداختند که یکی از آنها سیستم های براساس بانک و دیگری براساس بازار بود.آنها ما بین بانک های عمومی و بانک های تخصصی فرق گذاشتند و اثرات متغیرهای ساختاری و قوانین و مقررات را در تغییرپذیری عملکرد بانک مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که بانک های عمومی با نظارت و کنترل و ظرفیت بالا در جمع آوری اطلاعات می توانند به مبادله بهینه ریسک و بازده دست یابند.

در مطالعه ای دیگر در سال1994 گرو و همکاران1 براساس نمونه ای از 17 بانک تجاری مالزی با استفاده از تحلیل عوامل تعیین کننده سودآوری در بانک های تجاری مالزی پرداخته اند. نتایج این تحقیقات نشان داد که در میان عوامل داخلی مدیریت تعهدات یک توزیع گر با معنی داری بالا در سودآوری بانک ها بود و در میان عوامل بیرونی نرخ بهره بازار اثر معکوس و نرخ تورم اثر مثبتی در سودآوری بانک ها داشته است .

 ساتریو و زنیوس[[9]](#footnote-9)٢ (1997) از یافته‌های تحقیقاتی موسسه مطالعات مدیریت بانک ها و هسکت استفاده نموده و بر اساس آن چارچوبی را برای الگـوبرداری از ابعاد مختلف عملـکردی و الگوبرداری استراتژیک در شعب یکی از بانک های تجاری آمریکا ارائه نمودند. آنها در تحقـیقی که انجام دادند ترکـیب الگوبرداری استراتژیک با الگوبرداری کارایی را برای اولین بار ارائه نمودند.بر اساس نظر آنها،الگوبرداری استراتژیک بطور هم زمان تمامی روابط موجود در زنجیره خـدمت - سود را در نظر می‌گیرد در حالیکه الگوبرداری کارایی با در نظر گرفتن تنها یک رابطه در هر زمـان به ما می‌گوید که در آن بعد خاص کدامیـک از شعب عملکـرد بهتری داشته و با توجه به آن راهکارهایی را برای بهبود شـعبه ناکارا ارائه می‌دهد. بطور کلی می‌توان گفت که برطبق نظر آنها الگوبرداری استراتژیک کلی‌تر ازالگوبرداری کارایی بوده و دریک زمان چندین الگوبرداری کارایی را شامل می‌شود.

 ساتریو و زنیوس پس از آن در سال 1999 مطالعه خود را جـامع تر نموده و ابـعاد بیشتری از آن را بررسی نمودند .آنها در مطالعه خود برای هر کدام از ابعاد عمـلکردی در اسـتراتژی بانک های تـجاری موفق یک

مدل کارایی پیـشنهاد نمودند و سپس با استفاده از نتـایج آنها به بررسی روابط موجـود در زنجیره خدمت -

سود پرداختند. (ساتریو و زنیوس،1999)

 یونگ و جانگ3 (2006)، به مطالعه سودآوری بلند مدت در بانک های تایوان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که خدمات بانکی مهمترین عامل در سودآوری و کسب منفعت برای شعب بانکی مورد مطالعه محسوب می شود. در ادامه کارکنان بانک ها مهمترین و اساسی ترین عامل جهت دستیابی به افزایش سودآوری و کسب منفعت محسوب شده است. به عبارت دیگر، ارائه خدمات توسط پرسنل بانک عامل رشد بانک های تایوان معرفی گردیده است. این مقاله جهت تجزیه و تحلیل داده ها از رگرسیون استفاده نموده است.

 آبهیمان و همکاران4 (2009) با مطالعه برخی شعبه های بانک های بزرگ دولتی هند، عواملی همچون نیروی انسانی، سطح تحصیلات کارکنان، محیط بانک، محل استقرار و موقعیت مکانی بانک، تبلیغات، قوانین و مقررات دولتی و کاهش دخالت های دولت در امور بانکی را از عوامل مؤثر بر جذب سپرده های مردم برشمرده اند. به عقیده آنها مهمترین و اثرگذارترین عامل جذب سرمایه های افراد، نیروی انسانی است و علت عملکرد بسیار ضعیف برخی از بانک ها در جذب و کنترل منابع بانکی را، عدم کارایی و اثربخشی نامطلوب نیروی انسانی دانسته اند. این مقاله از تجزیه و تحلیل پوشش داده ها برای اندازه گیری و تجزیه و تحلیل داده ها استفاده نموده است.

**2-7- خلاصه و جمع بندی**

در این فصل ابتدا نگاهی گذرا به اقلام اصلی ترازنامه بانک ها در ایران و منابع سیستم بانکی داشتیم. سپس به بررسی روش های تجهيز و تخصيص منابع مالي در نظام بانکي ایران پرداخته شد و روش های تجهیز منابع و سپس روش های تخصیص منابع به طور کامل توضیح داده شد. در ادامه عوامل مؤثر بر جذب منابع بانکی به دو دستة برون سازمانی و درون سازمانی تقسیم شدند.

عوامل درون سازمانی اغلب در حیطه کنترل مدیریت بانک است و موضوع مورد مطالعه این تحقیق محسوب می شود. بدین منظور عوامل مؤثر به پنج دستة کلی شامل: عوامل خدماتی، عوامل مالی، عوامل و شرایط فیزیکی، عوامل ارتباطی و انسانی و عوامل وابستگی سازمانی تقسیم شده ند و بعد از آن به مروری بر تحقیقات انجام شدة داخلی و خارجی پرداخته شد.

**فهرست منابع**

ابراهیمی ع و همکاران . 1376. *مدیریت بازاریابی*. چاپ دوم، تهران:انتشارات سمت، 223صفحه.

احمدزاده م. ۱۳۸1. *بررسی ساختار سرمایه و منابع مالی بانک کشاورزی و ارایه راهکارهای مناسب جهت بهینه کردن ترکیب منابع آن* پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.

احمدی ع و صفر زاده ا. 1384. *پول،ارز و بانکداری*. چاپ اول، تهران:انتشارات نور علم، 272 صفحه.

افشین نیا ف.1384 . *تحلیل کاربردی داده ها*، چاپ دوم، اصفهان: انتشارات دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، 178 صفحه.

اكرامی ا. ۱۳۸۰. *ارتباط بین كیفیت خدمات دریافتی كاركنان سازمان با قابلیت خدمت رسانی آنها به مشتری*. پایان نامه كارشناسی ارشد. تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.

[امیری ر](http://www.noormags.com/View/Creator/CreatorArticles.aspx?creatorId=37033). 1385. *[تاثیر عوامل متفاوت بر نرخ سود تسهیلات بانکی](http://www.noormags.com/view/Magazine/ViewPages.aspx?ArticleId=134406)* . مجله [بانک و اقتصاد](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByCategory.aspx?CategoryId=13&MagazineId=250)، 72: 29- 31.

[باقری ح](http://www.noormags.com/View/Creator/CreatorArticles.aspx?creatorId=17242). 1385. *[تحلیل عوامل مؤثر بر سودآوری بانک های تجاری (مطالعه موردی: بانک رفاه)](http://www.noormags.com/view/Magazine/ViewPages.aspx?ArticleId=343222)*، مجله [تحقیقات مالی](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByCategory.aspx?CategoryId=13&MagazineId=541)[، 21](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=17886): 26-3.

بهمني م. ۱۳۸۴. *سه موضوع چالش‌ انگيز نظام بانكي ايران.* مجموعه مقالات شانزدهمين همايش بانكداري اسلامي تهران. موسسه عالي بانكداري ايران.

پناهی ف.۱۳۷۴. *بررسی عوامل مؤثر در منابع بانک ها در ایران۱۳۵۰-۱۳۷۰.* پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران.

تحویلداری م. ۱۳۸۶. *تحلیل عوامل مؤثر بر جذب مشتری*. مجله بانک واقتصاد، ۹۰:۴۴-39.

توکلی م. 1381. *بررسی توزیع سود سپرده ها در نظام بانکی جمهوری.* مجله معرفت[.53](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0): 82-66.

جامساز م. ۱۳۸۴. *رويارویي دو جبهه اما با يك هدف: سركوب مالي*، مجله بانك و اقتصاد، ۵۶: 16.

جمشیدی خ. 1378. *آمار و کاربرد آن در مدیریت*.جلد اول،چاپ پنجم، تهران:انتشارات دانشگاه پیام نور،۱۹0صفحه.

جمشیدی س. 1379. *تجهیز و تخصیص منابع در بانکداری اسلامی ایران و بررسی تسهیلات اعطایی* . جلد اول، چاپ دوم، تهران:اداره آموزش بانک تجارت تهران،234 صفحه.

[جندقی م](http://www.noormags.com/View/Creator/CreatorArticles.aspx?creatorId=47849)[. 1386. *تأثیرقیمت گذاری خدمات بانکی بر رقابت پذیری بانک ها*](http://www.noormags.com/view/Magazine/ViewPages.aspx?ArticleId=180715). مجله [بیمه و توسعه](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByCategory.aspx?CategoryId=13&MagazineId=238). 8 :45-42.

حافظ نیا م.1377. *مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*، چاپ دهم، زمستان 1383، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها(سمت)، 225 صفحه.

حسینی ح. 1380. *جایگاه تبلیغات بازرگانی در شبکه بانکی کشور*. فصلنامه بانک صادرات. 19: 14-11.

حسینی م. ۱۳۸۲. *بررسی امكان سنجی استقرار بانكداری الكترونیكی در نظام بانكی كشور از دیدگاه مدیران و كاركنان خبره بانكی*، نشریه علمی تخصصی روند، بانك مركزی ایران. شماره های ۴۱-۴۰ .

[حقیقی م](http://www.noormags.com/View/Creator/CreatorArticles.aspx?creatorId=5658).1373 . *[ارزیابی فضای کتابخانه های دانشگاهی شهر تهران](http://www.noormags.com/view/Magazine/ViewPages.aspx?ArticleId=51434)*. مجله روانشناسی و علوم تربیتی [(دانشگاه تهران)](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByCategory.aspx?CategoryId=17&MagazineId=110). 53: 126-122.

خاکی غ. 1384. *روش تحقیق با رویکردی بر پایان نامه نویسی*، چاپ پنجم، تهران : انتشارات بازتاب، 194صفحه.

خاوري م. ۱۳۸۹. *ابهام در رعایت حقوق شهروندی توسط بانک ها*.جهان نيوز. قابل دسترس در سایت:

[http://www.jahannews.com/vdcgqq9q7ak9wn4.rpra.html](http://jahannews.com/vdcgqq9q7ak9wn4.rpra.html)

 (تاریخ دسترسی: ۵ شهریور 1389).

خبرگزاری فارس.*مؤلفه های مؤثربر موفقیت بانك ها و مؤسسات مالی در تجهیز منابع پولی*. فصلنامه مدیرساز1385

خضرا ن. ۱۳۸۵. *بررسي عوامل موثر بر تجهيز منابع مالي كشور*. روزنامه سرمايه.۳۵۱: 1۶-8 .

خلیلی شَوَرینی س. 1375. *روش های تحقیق در علوم انسانی*، چاپ اول، تهران: موسسه انتشارات یادواره کتاب، 218صفحه.

دانایی م. ۱۳۸۵*. ۲۳سال بانکداری دولتی و بدون ربا.* مجله بانک واقتصاد، ۷۳: 24-۲۰.

رازانی ب.۱۳۸۲. *بررسی و معرفی روش های جدید و مؤثرجذب منابع مالی درشعب بانک تجارت استان لرستان* .پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم پایه، دانشگاه آزاد واحد خوراسگان.

رجایی م.1380. *مقایسه اجمالی تجهیز و تخصیص منابع پولی در دو نظام بانکی ربوی و غیر ربوی در ایران*. مجله معرفت[.41](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0) :19- 32.

رسول اف. 1384*. سيستم سنتي بانكي، تكاپوي پرداخت هزينه هاي ورود به تجارت جهاني را نخواهد كرد،* دوهفته نامه برزگر سال بيست و ششم، 941: 16-14.

رمضانی ع. ۱۳۸۵. *بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانک سپه استان گلستان.* پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران.

روستا ا، ونوس داور و ابراهیمی ع.۱۳۸۰. *مدیریت بازاریابی*، چاپ پنجم، تهران، انتشارات سمت، 188 صفحه.

زریباف م.1382. *بانكداری نوین ضرورتی در خردنگری بانكداری، مجله تازه های اقتصاد*، بانك مركزی ایران. شماره ۱۰۲ .

[سام دلیری ی](http://www.noormags.com/View/Creator/CreatorArticles.aspx?creatorId=36842).1381. *[استراتژی تعیین نرخ سود سپرده های بانکی در کشور](http://www.noormags.com/view/Magazine/ViewPages.aspx?ArticleId=133702)*. مجله [بانک و اقتصاد](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByCategory.aspx?CategoryId=13&MagazineId=250)، 24: 19-16.

شیولسون ر،1381. *استدلال آماری در علوم رفتاری*.جلد دوم، ترجمه ع کیانمنش، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی ،232 صفحه.

صاحبی و آقایی، 1385. *روان شناسی نماهای شهری*. روزنامه دنیای اقتصاد. 28/12/1385 .

صارمی م و ملایی ح .1382. *مدلی برای ارزیابی عملکرد و رتبه بندی شعب در بانک رفاه کارگران.* [مجله فرهنگ . مدیریت](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByChar.aspx?Intro=144" \t "_blank)، 4: 58 - 31.

ضیایی ح.1387. *حداقل دريافتي بازنشستگان،300هزارتومان*، پایگاه اطلاع رسانی وزارت رفاه و تأمین اجتماعی. قابل دسترس در سایت :[http://www.refahnews.com/Category.asp?category=78.htm](http://www.refahnews.com/Category.asp?category=78.htm25/4/)

 (تاریخ دسترسی: 25 تیر 1387).

عبدالباقی و همکاران. 1383. *بسط عملکرد کیفی در تعیین مشخصه های فیزیکی شعب*. [مجله مدیریت صنعتی](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByChar.aspx?Intro=169" \t "_blank). [شماره 7](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0" \t "_blank) ، صفحه 83 تا 104.

[علی آبادی ا](http://www.noormags.com/View/Creator/CreatorArticles.aspx?creatorId=33115). 1369. *[تبلیغات و واقعیت](http://www.noormags.com/view/Magazine/ViewPages.aspx?ArticleId=134607)*. مجله [صنعت بیمه.](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByCategory.aspx?CategoryId=13&MagazineId=251) 19: 6-2.

[فاطمی نوش آبادی](http://persianblog.ir/ProfileView.aspx?userID=55590) ج .۱۳۸٧. *[بانک رفاه در یک نگاه](http://iranbanks.persianblog.ir/post/18/%22%20%5Co%20%22Link) .پورتال جامع اطلاع رسانی بانک و اقتصاد کشور*. قابل دسترس در سایت : . [http://banki.ir/refah](http://banki.ir/refah55) (تاریخ دسترسی: 15 تیر 1387)

[فرجي ي](http://www.irannetbook.com/showlist.aspx?t=9&s=1&id=1261) .1378. *پول ،ارز و بانکداری*، چاپ دوم، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی،243 صفحه.

[فرجي ي](http://www.irannetbook.com/showlist.aspx?t=9&s=1&id=1261) .۱۳۸۲. *آشنایی با ابزارها و نهادهای پولی و مالی*. تهران: مجله [موسسه عالي بانکداري ايران، بانک مرکزي جمهوري اسلامي ايران](http://www.irannetbook.com/showpub.aspx?t=1&id=350) .ص ص ۱۲۳-۱۶۵.

فروزنده م.1382*. بررسی اثر تبلیغات در افزایش سپرده نزد بانک های تجاری در استان تهران،* پایان نامه کارشناسی ارشد .دانشگاه علوم فنون مازندران.

قشقایی م . 1388. *تامین اجتماعی، بازنشستگی* . روزنامه حیات نو. قابل دسترس در سایت :

[http://www.javanemrooz.com/articles/social/society/organizations/article-37959.aspx](http://www.javanemrooz.com/articles/social/society/organizations/article-%20%20%20%20%20%2013889%20%D9%85%D9%87%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%87%20%20%20%2037959.aspx)

 (تاریخ دسترسی: 9 مهرماه 1388)

فقیه نصیری ح.۱۳۷۸. *بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر جذب منابع بانک صادرات-استان مرکزی (۱۳۶۸-۱۳۷۷).* پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم و فنون مازندران اجتماعی، دانشگاه مازندران .

قوامی م. ۱۳۷۰. *بررسی اقدامات جدید بانک کشاورزی در رابطه با جذب منابع و تأثیر آن بر ساختار مالی بانک.* مؤسسه عالی بانکداری ایران.

موسویان سید ع.1382*. انواع بانک های بدون ربا*. مجله اقتصاد اسلامی[، شماره11](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0)،صفحه49 تا78.

موسویان، سیدع.1384 . *نقد و بررسی قانون بانکداری بدون ربا .*[مجله اندیشه حوزه](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByChar.aspx?Intro=63)[، 53](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0): 140- 119.

موسويان سیدع.۱۳۸۴. *راهكار رسيدن به نرخ سود بانكي تعادلي*، فصلنامة تخصّصي اقتصاد اسلامي،۱۷:37-۳۵.
موبدشاهی،آ. ۱۳۷۳. *نحوه تخصیص منابع بانکی و عوامل مؤثر بر آن.* پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اقتصادی، دانشگاه علامه طباطبائی.

مغویی نژاد ح.۱۳۷۸. *بررسی عوامل مؤثر برافزایش میزان سپرده گذاری مشتریان در شعب بانک تجارت شهرستان رفسنجان(از دیدگاه مشتریان).* پایان نامه کارشناسی ارشد،دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد واحد کرمان.

منصوری ع و یاوری ز.1382 *QFD.ابزاری برای انتقال صدای مشتری به فرایند طراحی و توسعه محصول*، مجله پژوهشی شیخ بهایی، 2: 24-11.

میرزایی خ.1388.*پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه نویسی*، جلد اول، چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه شناسان، 174صفحه.

نظيفي ف.۱۳۸۳. *توسعه مالي و رشد اقتصادي در ايران* ، مجله پژوهشنامه اقتصادي، شماره ۱۴.ص۳۴.

نادری ن.1378*. بررسی و تعیین عوامل مؤثر برجذب سپرده های قرض الحسنه پس انداز بانک تجارت (قلمروتهران بزرگ).*پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اداری و مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران.

ونوس د و صفاریان م .۱۳۸۳. *روش های كاربردی بازاریابی خدمات بانكی برای بانكهای ایرانی*، چاپ سوم، تهران، انتشارات نگاه دانش،194 صفحه.

نو فرستی م.1372. *آمار در اقتصاد و بازرگانی*. جلد اول، تهران: موسسه خدماتی فرهنگی رسا، 214صفحه.

هدایتی ع و همکاران.۱۳۸۳. *عملیات بانكی داخلی و تخصیص منابع،* چاپ نهم، تهران: انتشارات مؤسسه عالی بانكداری،267صفحه.

یزدانی دهنوی م .1384. *مولفه های موثر بر موفقیت بانک ها و موسسات مالی در تجهیز منابع پولی*. [مجله مدیرساز](http://www.noormags.com/View/Magazine/MagazineByChar.aspx?Intro=170" \t "_blank)، [17](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0): 78 - 65.

یوسفی م .1384*. بررسی طرح منطقی کردن سود تسهیلات بانکی*. مجله اقتصاد اسلامی[. 19](http://www.noormags.com/View/Magazine/ViewArticles.aspx?NumberId=0): 90 تا 71.

Abhiman D, Subhash C, Ashok R .2009. [*Labor-use efficiency in Indian banking: A branch -level analysis*](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6VC4-4NVH818-1&_user=10&_coverDate=04%2F30%2F2009&_alid=1449475945&_rdoc=2&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_zone=rslt_list_item&_cdi=5944&_sort=r&_st=13&_docanchor=&view=c&_ct=14098&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=b3991dea37986fe9a0db6516cfd0ea43&searchtype=a). Journal of Omega, Vol 37, Issue 2, April 2009, pp:411-425 .

Bourke Ph.1989. *Concentration and other determinants of bank profitability in europe ,north america and australia* . Journal of Banking and Finance ,Vol .13 .13 ,pp: 65 – 79.

Demirguc–Kunt ,Asli and Huizinga H.1999. *Determinants of commerical bank interest margins and profitability*. Some International Evidence,World Bank Economic Review 13 , pp :379 – 408 .

Guru B .Staunton J Mugam .1999, *Determinants of comercial bank profitability in malaysia,*Working paper ,pp:211-224 .

Heskett J.L, Jones T.O, Loveman G.W, Sasser J.R, W.E AND Schelsinger L.A, (1994), *Putting the service profit chain to work*, Harvard Business Review , March – April, pp: 164 – 74.

Heskett J. Sasser L, Schelsinger L, 1997, *the service profit chain: How leading companies link profit and groth to loyalty, satisfaction and value*, New York:Free press. pp: 234 – 264.

Molyneux Ph, Thornton J.1992*. Determinants of european bank profitability*. Journal of Banking and Finance ,Vol.16,No.6, pp :1173– 1178 .

Short M, Brock K .1989. *The relationship between cCommerical banks orofit rates and banking concentration in canada , western europe and japan* .Journal of Banking and Finance, Vol , 3 , pp: 209 – 219 .

Soteriou A.C, Stavrindes Y, 1997, *An internal service qulity data envelopment analysis*; model for bank branches, Vol. 17, No.8,pp. 780 – 89.

Soteriou A, Zenios S.1997.*Efficiency, profitability and quality in the provisison of banking*. Department of Business Administration, University of Cyprus, working papers .pp: 17– 21.

Soteriou A, Zenios S. 1999. *Efficiency, profitability and qulity in the provision of banking*, Management science, sept, 45 .pp:1221 –1238.

Stinenherr A, Huveneers C.1994.*On the performance of differently regulated financial institution: some Emperical Evidence*. Journal of Banking and Finance,Vol.18, 271– 306.

Yong-Chin L, Jung-Hua H.2006.[*Services and the long-term profitability in Taiwan's*](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6W4F-4M4CN3H-1&_user=10&_coverDate=12%2F31%2F2006&_alid=1449475945&_rdoc=23&_fmt=high&_orig=search&_origin=search&_zone=rslt_list_item&_cdi=6541&_sort=r&_st=13&_docanchor=&view=c&_ct=14098&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=b36f6b1e994647ef81dbb65b28b96279&searchtype=a) *banks*,  Global Finance Journal, Volume 17, Issue 2, December 2006, pp: 177– 191.

1. 1 Location [↑](#footnote-ref-1)
2. ( Mcdm) . 2 Multiple Criteria Decision Making

3 [Analytic Hierarchy Process ( AHP)](http://en.wikipedia.org/wiki/Analytic_Hierarchy_Process)

4 Technique For Order Preferences By Similarity To Ideal Solution (TOPSIS)

5 Geographic Information Systems(Gis)

 [↑](#footnote-ref-2)
3. 1 Interior Design [↑](#footnote-ref-3)
4. 1 Brock & Short [↑](#footnote-ref-4)
5. 1 Molyneux & Thornton [↑](#footnote-ref-5)
6. 2 Bank administration institute [↑](#footnote-ref-6)
7. 3 leading banks

4 Roth &Vander veld

5 Operations

Operational capabilities – Service Quality – Performance 6 [↑](#footnote-ref-7)
8. 7 Heskeet

8 Steinherr & Huveneers [↑](#footnote-ref-8)
9. 1Guru et al

2 Soteriou and Zenios

3Yong-Chin & Jung-Hua Hung

4 Abhiman et al [↑](#footnote-ref-9)