

Investigating the effect of success factors and knowledge on financial management in banks and prioritization of factors

Arash Mahdparvar

Abstract

In modern banking, there are many components that affect the process of equipping the financial resources of banks and financial institutions. Identifying and determining the degree of influence and the type of relationship of these components with the success of banks in equipping monetary resources is an important category. Performance evaluation and measuring the success of companies is one of the management topics that can be discussed and investigated in the field of management accounting. In general, to the proven experience in competitive conditions, institutions that remain strong and be strong and work efficiently and effectively. Therefore, obtaining new methods in providing banking services is a competitive advantage for every bank. The information obtained from the research shows that the ability of banks to provide electronic services is different. This information can be used by different groups with different goals and motives. In general, in addition to bank managers; Central bank managers and bank customers are also interested to know And be aware of the quality and quantity of electronic banking services in each bank and which of the banks provide the best electronic services.

Keywords: success factors, knowledge of financial management, banks, prioritization of factors.

بررسی عوامل موفقیت و شناخت بر مدیریت مالی و پولی در بانک ها و اولویت بندی عوامل آن

آرش مهدپرور¹

چکیده:

در بانکداری نوین متغیرهای متعددی وجود دارند که بر روند تجهیز منابع پولی بانکها و مؤسسات مالی تأثیر می گذارند. شناسایی و تعیین میزان تأثیر و نوع ارتباط این مؤلفه ها با موفقیت بانکها در تجهیز منابع پولی مقوله ای مهم می باشد. ارزیابی عملکرد و سنجش موفقیت بنگاه ها از جمله مباحث مدیریت است که در حوزه حسابداری مدیریت قابل بحث و بررسی است. در کل به تجربه ثابت شده در شرایط رقابتی موسساتی باقی می ماند که قوی و نیرومند بوده و به شکل کارا و موثر فعالیت نمایند. لذا حصول روش های نوین در ارائه خدمات بانکی یک مزیت رقابتی برای هر بانک است. اطلاعات حاصل از تحقیق نشان می دهد توانایی بانکها در ارائه خدمات الکترونیک تفاوت دارند. این اطلاعات می تواند مورد استفاده گروه های مختلف با اهداف و انگیزه های متفاوت قرار گیرد. به طور کلی علاوه بر مدیران بانکها؛ مدیران بانک مرکزی و مشتریان بانکها نیز علاقمند هستند بدانند و آگاه باشند که کیفیت و کمیت خدمات بانکداری الکترونیک در هر بانک چگونه است و کدام یک از بانکها ارائه دهنده بهترین خدمات الکترونیکی هستند.

کلید واژه ها: عوامل موفقیت، شناخت بر مدیریت مالی، بانک ها، الویت بندی عوامل.

مقدمه:

شاید بارزترین پدیده بانکداری در عصر حاضر جهانی شدن باشد. بانکها و مؤسسات مالی در گذشته از طریق انجام عملیات بانکی به جذب منابع مالی میپرداختند. در حال حاضر بانکها مانند سایر سازمانها در سطح جهانی داد و ستد می کنند، از طرفی با توسعه روزافزون تکنولوژی و صنعتی شدن کشورها در جذب منابع مالی تغییرات چشمگیری به وجود آمده است، به نحوی که شبکه های اتوماسیون بانکی و بانکداری اینترنتی یکی از مهمترین راههای تجهیز منابع مالی برای بانکها و مؤسسات مالی شده اند. امروزه بانک ها برای افزایش قدرت نقدینگی و بالا بردن کیفیت خدمات خود، خدمات مالی غیربانکی نیز به مشتریان ارائه می کنند و با خرید سازمانهای کارگزاری مانند شرکت های بیمه و معاملات ملکی در بازارهای غیررسمی نیز فعالیت می کنند و منابع عمده ای را به سمت خود جذب می نمایند. تکنولوژی با سرعت برق آسایی هر روز در حال رشد است. روزانه اتفاقات و اخبار جدیدی را در زمینه تکنولوژی و فناوری می شنویم. بخش گسترده ای از اخبار تکنولوژی و بازارهای مالی مربوط به شرکت های فین تک است که همچنان در حال پیشرفت هستند. شرکت های فین تک، نوعی بازار جدید به شمار می روند که ترکیبی از تکنولوژی و امور مالی است. در واقع این شرکتها با توجه به فناوری های جدیدی، همچون هوش مصنوعی، بلاک چین، اتوماسیون های خودکار و رباتیک، جایگزینی برای ساختارهای مالی سنتی شدند. برای مثال، شاید در گذشته ناچار بودید برای پرداخت یک قبض ساده، به بانک مراجعه کرده و ساعتها در صف شلوغ بانک منتظر بمانید. اما فین تک و درگاه های پرداخت اینترنتی کارتان را در عرض چند ثانیه انجام می دهند. این تکنولوژی ها همگی مدیون تکنولوژی فین تک در سیستم بانکداری است که توانسته در زمینه پیشرفت تکنولوژی در سیستم بانکداری به خوبی عمل کند.

تاریخچه تکنولوژی و سیستم بانکداری

یکی از نقش های اساسی در بانکداری امروزی را تکنولوژی ایفا می کند. در سال ۱۹۱۸ تکنولوژی به صنعت بانکداری جهانی وارد شد. در آن دوره بانک های فدرال آمریکا، انتقال وجه را با استفاده از تلگراف انجام می دادند. در سال ۱۹۷۰، صنعت بانکداری توسعه پیدا کرد و در نهایت در سال ۱۹۹۳، اینترنت، در میان مردم و کسب و کارها، محبوب شد. از جمله عوامل مهمی که باعث شد تا بانکداران به سمت اینترنت روی بیاورند، مبالغ بالا و رقابت های میان غیربانکی ها بود.

تکنولوژی در سیستم بانکداری ایران تکنولوژی و سیستم بانکداری

تاریخ حضور تکنولوژی و اینترنت در سیستم بانکداری در ایران به سال ۱۳۵۰ برمی گردد. در آن دوران، بانکهای تهران حدود ۷ تا ۱۰ دستگاه خودپرداز را در اولین شعبه بانکی خود نصب کرد. در سال ۱۳۸۱، مبادله اطلاعات و عملیاتهای بین بانکی برای نخستین بار در بین بانکها برقرار شد. که به آن بانکداری عضو شتاب گفتند. در نهایت اداره شتاب بانک مرکزی در سال ۱۳۸۱ تاسیس شد. و زیر ساخت تکنولوژی در سیستم بانکی ایران نیز آغاز شد.

تاثیرات تکنولوژی و سیستم بانکداری

فناوری اطلاعات و تکنولوژی و سیستم بانکداری کار مشتریان را راحت کرده است. همین امر، یعنی دسترسی آسان مشتریان بانک و موسسات مالی و سهولت در ارائه خدمات بانکی؛ از جمله اهداف استفاده از تکنولوژی در صنعت بانکداری است. به کمک تکنولوژی در ساعات ارائه خدمات بانکی می توان در هر ساعت، صورت حسابهای خود را چک کرد، مبلغ پول خود را کنترل و از خدمات دیگر بهره مند شد. به این ترتیب، با کمک تکنولوژی در بانکداری، می توان ساعات ارائه خدمات بانکی را نیز افزایش داد. به طوری که در هر ساعتی امکان دسترسی به حساب برای کاربران وجود داشته باشد. در نتیجه دیگر نیازی نیست ساعت ها در صف طولانی بانکها ماند. در حال حاضر یکی از بهترین تکنولوژی های که در سیستم بانکداری ایران، موجب تحول اساسی شده است، استفاده از کارت اعتباری بوده. که وسیله ای برای تبادل پول میان مردم است. کارتهایی که از امنیت بالایی برخوردار بوده و دیگر نیازی نیست برای انتقال وجه به بانک مراجعه کنید. تا به امروز شاهد تغییرات زیادی در سیستم بانکداری بودیم. به خصوص تغییراتی که در سیستم بانکداری پس از دوران کرونا اتفاق افتاد.

واقعیتی که بانکها و مؤسسات مالی در ایران نباید از آن غافل باشند

واقعیتی که بانکها و مؤسسات مالی در ایران نباید از آن غافل باشند این است که در یک بازار رقابتی سالم جهانی، منابع مالی چه از طریق عملیات بانکی و چه از طریق فعالیت های غیربانکی به راحتی قابل دسترسی نمی باشد. بانکها و مؤسسات مالی برای انجام فعالیت های بانکی مطابق استانداردهای جهانی و همچنین برای انجام فعالیت های مالی غیربانکی نیاز به بسترسازی و انجام اصلاحات اساسی در ساختار خود دارند. در عصر حاضر به دلیل وجود رقابت بین بانکها و مؤسسات مالی برای جذب بیشتر منابع، تسلط بر مؤلفه های مؤثر بر تجهیز منابع مالی اهمیت ویژه ای یافته است.

تجهیز منابع پولی در بانکداری نوین

تجهیز منابع پولی از همان ابتدا که بشر به زندگی اجتماعی روی آورد و داد و ستد و مبادله کالا را شروع کرد آغاز شد و همواره اصلی ترین وظیفه سیستم بانکی بوده است. بدین ترتیب بانکها سپرده های مازاد در دسترس مردم را جمع آوری می کردند و با دادن وام به افراد نیازمند وظیفه سنتی خود یعنی واسطه گری را میان سپرده گذاران و وام گیرندگان ایفا می کردند. در عصر حاضر مؤسسات مالی و بانکها برای تجهیز منابع مالی نیاز به تغییرات اساسی در محصولات و خدمات خود دارند و با خدمات ساده و ساختار سنتی بانکداری واسطه گری نمی توانند در عرصه های جهانی به تجهیز منابع بپردازند. در بانکداری نوین، بانکها در زمینه های مالی غیر بانکی خدمات متعددی به مشتریان ارائه می دهند و ارائه خدمات نوین مانند بانکداری سرمایه گذاری، انجام امور بیمه و مسکن و تولید باعث شده منابع جدیدی به بانکها سرازیر شود و در واقع در بانکداری نوین، بخش عمده ای از منابع از طریق فعالیت های غیربانکی به دست می آید:

در نظام بانکی ایران تجهیز منابع با توجه قوانین بانکداری اسلامی از دو طریق انجام می شود:

۱- از طریق جذب سپرده های قرض الحسنه جاری و پس انداز، که منابع مالکانه نامیده می شوند.

۲- از طریق جذب سپرده های مدت دار، که منابع وکالتی نامیده می شوند.

بانک های مجازی یا نئو بانک ها

نئو بانک ها یا بانک های دیجیتالی به بانک هایی گفته می شود که در بستر فضای مجازی حضور دارند. در واقع بانک هایی که پرداخت هایی همچون انتقال p2p یا تجارت انتقال رمزارزهایی مثل بیت کوین و اتریوم را ارائه می دهند. بزرگترین خدمتی که بانک های دیجیتالی انجام می دهند، این بوده که دیگر نیازی نیست برای انجام کار بانکی به بانک مراجعه کنید و یا درگیر کاغذ بازی های بیهوده شوید. طبق آمار CACI پیش بین می شود که مراجعه کنندگان به بانک از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ با ۳۶ درصد کاهش و معاملات و سیستم بانکداری نوین با تلفن همراه ۱۲۰ درصد افزایش خواهد داشت. طبق این آمار، پیش بینی می شود که تا سال ۲۰۲۲ سالانه تنها ۴ بار به شعب بانک مراجعه کنیم. این در حالی است که به طور متوسط یک مشتری معمولی

سالانه ممکن است نزدیک به ۷ بار به بانک مراجعه کند. علاوه بر این موارد، مهم‌ترین مزیت این بانک‌ها، پرداخت سریع، تحلیل و گزارش سریع، قابلیت تنظیم رمزها و مدیریت هزینه‌ها است. بدون اینکه نیاز باشد ساعت‌ها در صف شلوغ بانک‌ها منتظر تعیین وقت باشید. از آنجایی که یکی از مهم‌ترین جرم‌های اینترنتی مربوط به کلاهبرداری یا هک سایبری است، سرویس‌های بانکی دیجیتال، با وجود قیمت مناسب و کاربری راحت، همچنان در معرض خطرات کلاهبرداری اینترنتی قرار دارد. از سویی دیگر، حضور فیزیکی در بانک می‌تواند اعتماد را بیشتر کند. تصور کنید با مشکلی روبرو شدید و معامله‌ای انجام نشده است یا وجهی به حساب‌تان واریز نشده است. مسلماً مراجعه به بانک می‌تواند یکی از راه‌حل‌های آن باشد. بانکداری نوین¹ ترکیبی از بانکداری فیزیکی و دیجیتال است. که امکانات پیشرفته‌ای را در این زمینه در اختیاران قرار می‌دهد.

دربانکداری نوین (علاوه برانجام فعالیت‌های واسطه‌گری) عملیات تجهیز منابع مالی از طریق فعالیت‌های در پی آمده انجام می‌گیرد:

- جذب منابع مالی از طریق ایجاد شعبات و واحدهای فرعی در کشورهای خارجی - انجام فعالیت‌های غیربانکی با خرید سازمانهای کارگزاری مانند شرکت‌های بیمه و بنگاه‌های معاملات ملکی - ارائه خدمات مالی غیربانکی مانند کارگزاری، بیمه، صندوق بازنشستگی، مدیریت دارایی‌ها، امور ساختمان و... به مشتریان - ارائه خدمات به مشتریان خرده پا که نیاز به خدمات مشخصی دارند - ارائه خدمات به شرکت‌های بزرگ و سازمانهای دولتی - ارائه خدمات مشاوره‌ای در سرمایه‌گذاری، خرید و فروش سهام و مبادله ابزارهای مالی، ارز و مشتقات آن - تجهیز منابع پولی از طریق ابزارهای غیر ترانزاکشنی مانند اعتبارات اسنادی و اوراق بهادار مشتقی مؤلفه‌های تأثیر گذار بر تجهیز منابع پولی در بانکداری نوین در این بخش به اختصار به معرفی مؤلفه‌هایی که موجب افزایش قدرت بانک‌ها در جذب منابع مالی می‌شوند می‌پردازیم. هرچند در ایران بعضی از پارامترها به دلیل ضعف در بازاریابی بانکی ناشناخته باقی مانده‌اند، ولی با بازاریابی بانکی و از طریق تحقیق و نظر خواهی علمی از کارکنان و مدیران با تجربه در سیستم بانکی و مشتریان بانک‌ها، عوامل مؤثر حتی برای هر شعبه از یک بانک نیز قابل شناسایی است.

فناوری اطلاعات و ارتباطات: در محدوده ی بانکداری نوین، نوآوری‌های جدید مانند پول الکترونیکی، پایانه‌های انتقال و دریافت و پرداخت اتوماتیک، بانکداری مجازی و بانکداری اینترنتی لحظه‌ای تحول عظیمی را در این بخش ایجاد کرده‌اند و باعث ارتقای کارایی، بهره‌وری، سرعت در برقراری ارتباطات و کاهش هزینه‌های عملیاتی برای بانک‌ها شده‌اند.

تعریف بانکداری الکترونیکی: بانکداری الکترونیکی به فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه‌های امن و بدون حضور فیزیکی اطلاق می‌شود.

ارکان بانکداری الکترونیکی:

می‌توان از شعب مکانیزه عضو شبکه شتاب، دستگاه‌های ATM، Pinpad، Pos، کارتهای هوشمند، بانکداری موبایل، بانکداری اینترنتی، تلفن بانک و فاکس بانک، حساب‌های Online، خطوط پرسرعت مخابراتی و پایانه Vast به عنوان ارکان بانکداری الکترونیکی کشور نام برد.

ابزارهای بانکداری الکترونیکی:

کارت پول: این کارت شامل دو تراشه حافظه و ریز پردازنده است و به عنوان یک سیستم الکترونیکی دارای حافظه مستقل محسوب می‌شود. موارد بکارگیری این کارت در شناسائی، انجام عملیات مالی و نگهداری اطلاعات می‌باشد.

کارت پول به دو نوع تقسیم می‌شود:

1- کارت همزمان یا Online که از نوع کارتهای مغناطیسی هستند.

2- کارتهای بدهکار که به آن کارت با وقفه یا Offline گفته میشود و از نوع کارتهای حافظه دار و هوشمند هستند.

¹ Phygital

ماشینهای اتوماتیک دریافت و پرداخت وجه: (ATM)

به این نوع ماشینها ATM یا اصطلاحاً خودپرداز گفته می شود این نوع ماشینها مکمل کارت پول محسوب می شوند و مزایای آنها عبارتند از: ارائه خدمات 24 ساعته به مشتری- امکان برگشت عملیات بانکی- کاهش هزینه خدمات بانکی تا سقف 75٪- پرداخت صورت حساب ادواری- مدیریت صندوق و کنترل نقدینگی و روزنامه الکترونیکی.

بانکداری موبایل¹:

با ظهور و تکوین فناوری مخابرات سیار و فراگیر شدن استفاده از تلفنهای همراه، پروتکلهایی همچون WAP بوجود آمده که امکان انتقال اطلاعات از طریق تلفن همراه را میسر نمود. از این رو تلفن همراه بصورت یکی از ابزارهای بالقوه جهت ارائه خدمات بانکی خصوصاً بانکداری الکترونیکی در آمده است. امنیت در در ارائه خدمات بانکی توسط تلفن همراه مسئله ای مهم و حساس می باشد و به نظر بعضی از کارشناسان بانکداری موبایل به طور بالقوه امن تر از بانکداری اینترنتی است.

مهارتهای نیروی انسانی : در بانکها و مؤسسات مالی اغلب خدمات توسط نیروی انسانی ارائه می شود و ارائه خدمات گسترده و نوین بانکی در سطح استانداردهای جهانی، مستلزم داشتن کارکنانی مستعد و آموزش دیده است. در بعد فنی، کارکنان باید توانایی استفاده از تکنولوژی جدید را داشته و در شغل خود حرفهای باشند، در بعد انسانی، کارکنان باید بتوانند به بهترین نحو با مشتریان در تعامل و ارتباط باشند و در بعد ادراکی نیز نیروی انسانی شاغل باید به شناسایی، تجزیه و تحلیل و حل مشکلات مشتریان بپردازد. در همین رابطه ضرورت آموزش و توسعه منابع انسانی بر کسی پوشیده نیست و در عین حال یکی از بزرگترین مسایل در نظام بانکی تعیین اهداف، راهبردها، نظارت بر حسن اجرای راهبردها است. از سوی دیگر افزایش بهره وری خط مقدم آموزش منابع انسانی است که باید مسئولان بانکها در این زمینه تدابیری اتخاذ کنند تا از این طریق بتوانند بخشی از موانع و مشکلات موجود در صنعت بانکی را برطرف کنند. در نتیجه، لازم است که در مسیر توسعه یک هدف گذاری کلی برای دستیابی وجود داشته باشد و با استفاده از این جهت گیری کلی، مسیرهای توسعه شخصی برای هر یک از افراد تعریف شود. به همین منظور شناخت عوامل مؤثر بر عملکرد کارکنان یکی از اهداف بهسازی نیروی انسانی در مدیریت بخشهای دولتی است که برای سنجش دانش، توانایی، انگیزش، رفتار شغلی و عملکردی کارکنان پایه ریزی می شود. می توان بیان داشت، که سازمانهای موفق دنیا در راستای حفظ سرمایه انسانی شایسته بعنوان یک منبع کمیاب و ارزشمند سازمانی و به منظور تضمین تداوم عملکرد پایدار خود، به موضوع شناسایی و توسعه کارکنان مستعد توجه اساسی دارند. از این رو شناسایی، توسعه و نگهداشت سرمایه های انسانی مستعد به عنوان مهمترین سرمایه بانک و منبع مهم و ماندگار مزیت رقابتی، نقشی تاثیر گذار بر نهادینه سازی شاخص های رقابت پذیری برای بانکها داشته و منجر به تضمین رضایت و وفاداری مشتریان و در نهایت کسب مزیت از سوی آنان می شود.

تنوع خدمات بانکی؛ خدمت یا خدمات دارای چهار ویژگی کلی به شرح ذیل است.

- 1- نامحسوس بودن: خدمت غیرقابل ثبت و اندازه گیری است.
- 2- تفکیک ناپذیری: غیرقابل جداسازی. شمارش، انبار و ذخیره سازی برای مصرف در آینده.
- 3- تغییر پذیری: نسبت به زمان، مکان و فرد ارائه دهنده و گیرنده دارای شرایط متفاوت است.
- 4- فناپذیری: نمی توان آنرا برای ارائه یا مصرف بعدی ذخیره کرد. (کاتکر، فیلیپ، 2018).

حرکت به سوی خدمت نوین و ابداع محصول جدید، یکی از اهداف همه بانکهای ایرانی می باشد. بانکهای کشور ما در مورد بانکداری الکترونیکی و اینترنتی، پیشرفت چشمگیری نداشته اند. هنگامی که شما قصد دارید یک حساب افتتاح نمایید تا اندوخته و درآمد خود را در آن پس انداز کنید و سود مناسبی دریافت نمایید تحقیق می کنید، اما پس از بررسی متوجه می شوید که کلیه بانکها مشابه عمل می کنند، پس به ناچار شعبه ای که به محل سکونت شما نزدیکتر است را انتخاب می کنید. بانکهای ایرانی گاهی اوقات اقدام به ارائه محصولاتی نو می نمایند تا علاوه بر رفع نیازهای مشتریان سود مناسبی را نیز عاید بانک کنند. اما تولید یک محصول به همین سادگی نیست، چرا که برای تولید آن مراحل متعددی باید طی شود. از زمان پیدایش ایده نو تا مرحله مطالعه و بررسی کارشناسی آن، بانکهای ایرانی پس از معرفی یک خدمت نو به تبلیغ آن می پردازند و مشتریان اقدام به

¹ Mobile Banking

استفاده از طرح نو را می‌نمایند. اما اغلب مشتریان در استفاده از طرح‌ها با مشکلاتی از قبیل بی‌اطلاعی کارکنان از سیستم، خرابی دستگاه‌های خودپرداز، عدم رسیدگی به شکایات، تقلید و کپی کاری بانک‌ها از یکدیگر مواجه می‌گردند.

کیفیت خدمات بانکی: خدماتی باکیفیت هستند که بتوانند نیازها و خواسته‌های مشتریان را برآورده نمایند. اگر خدماتی انتظارات مشتریان را برآورده سازد و یا فراتر از آن باشد، دارای کیفیت است. سازمانهایی که به صورت مستمر خدمات با کیفیت ارائه می‌دهند و به حفظ و نگهداری مشتری اهمیت می‌دهند، سازمانهایی مشتری‌مدار هستند.

ویژگی های خدمات بانکی :

-ناملموس بودن: از آنجا که خدمت قابل دیدن، لمس کردن، چشیدن و بویدن نیست در خرید آن همواره نوعی ابهام، تردید، نگرانی و عدم اطمینان وجود دارد. لذا بانک برای غلبه بر این خصیصه و بیان کیفیت و مزایای خدمات بانکی، باید عناصر ملموسی را به محصول اولیه (خدمت) اضافه کند نظیر فیلم و عکس و تبلیغات بصری، جاذبه های رفتاری. سیستم بازاریابی در بانک نمی تواند برای سنجش عملکرد خود بر معیارهای عادی کیفیت محصول تکیه کند بلکه برای کنترل کیفیت، باید باید از طریق نظر سنجی راجع به رضایت مشتریان اقدام نماید.

-تفکیک ناپذیری: به دلیل اینکه بسیاری از خدمات بانکی قابل ذخیره نیستند نمی توان تولید را از مصرف مجزا نمود. ابتدا خدمات فروخته و سپس بطور همزمان تولید و مصرف می شوند. درمبادله خدمت معمولاً ارتباط ها مستقیم و نزدیک است. خدمت رسان، خریدار و فروشنده، زمان و مکان و شرایط حاکم بر مبادله خدمت بردادوستد خدمات تاثیر دارند. کیفیت و مطلوبیت خدمات بستگی به نوع ارتباط خریدار و فروشنده خدمت و پذیرش یکدیگر دارد. تمیزی، زیبایی، آراستگی، نظم، ادب، همدلی، همکاری، احترام، راهنمایی، مشاوره، مساعدت و بیان و رفتار مناسب از جمله نکاتی هستند که در بازار یابی خدمات نقش مهمی دارند.

-عدم امکان ذخیره سازی و انبار کردن خدمات: خدماتی که در بانکها ارائه می شود قابلیت انباشته شدن ندارد تا به هنگام نیاز آنها را توزیع و مصرف کرد. پیش بینی درست در خصوص میزان تقاضا برای حفظ تعادل عرضه و تقاضا در خدمات بسیار اهمیت دارد. (مدیریت عرضه و تقاضا)

-بی ثباتی کیفیت خدمات: اکثر خدمات بانک از طریق افراد عرضه می شود و عملکرد افراد همواره با ثبات و سازگاری همراه نیست. دو عامل روحیه کارکنان (انگیزه) و حجم کاری سازمان میتواند بی ثباتی کیفیت خدمات را شدت دهد.

-مسئولیت امانتداری: موسسات مالی برای جذب سپرده به مشتریان توصیه های مالی مناسب ارائه می دهند و در واقع مشتریان مجموعه ای از وعده هارا می خرنند لذا جلب اعتماد و اطمینان افراد بوسیله موسسه مالی و کارکنان آن امری اجتناب ناپذیر است. در واقع مشتریان به دنبال سازمانهایی هستند که احتمال حقیقی تر بودن وعده های آنها بیشتر است.

-جریان دو طرفه اطلاعات: ای خصیصه شامل جریانی منظم از معاملات و مبادلات دو سویه بین بانک و مشتری است که باعث ایجاد ثروت از طریق اطلاعات جمع اوری شده از مشتریان می شود.

رضایت مشتریان از کارکنان بانک ها و مؤسسات مالی: 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 از خدمات دریافتی از سازمان است.

مطلوبیت محیط داخلی بانک ها و مؤسسات مالی: یک محیط خوب، می‌تواند بر رشد ارزشهای کارکنان و افزایش توان و بهره‌وری آنان اثرگذار باشد. با متنوع شدن فعالیتهای بانکی، سازماندهی محیط کار و ایجاد محیطی آرام و بهره‌ور در سازمانها به صورتی که منجر به فعال شدن بیشتر نیروی انسانی، شادابی آنها، کاهش افسردگیها، رشد خدمات مثبت و در نهایت دستیابی به بهره‌وری مورد نظر شود، ضروری به نظر می‌رسد.

مطلوبیت محل استقرار مکانی بانک ها و مؤسسات مالی: با نگاهی به افزایش و شدت رقابت، ارائه خدمات در مکان و محل‌های مورد نظر مشتریان عاملی تعیین کننده در جذب و نگهداری مشتریان است. به همین دلیل امروزه بانک‌ها و دیگر سازمانهای خدماتی به ایجاد شعب در مناطق مختلف پرداخته‌اند تا ضمن ارائه خدماتی بهتر، حوزه وسیعتری را تحت پوشش قرار دهند.

بحث و نتیجه‌گیری: نتایج حاصل بررسی متغیرها به طور کلی نشان می‌دهد که مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تجهیز منابع مالی بر موفقیت مؤسسات مالی و بانک‌ها در جذب منابع پولی تأثیر دارند. همچنین نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که شعب موفق در جذب منابع مالی نسبت به شعب ناموفق در جذب منابع مالی به مؤلفه‌های تأثیرگذار در تجهیز منابع مالی بیشتر اهمیت می‌دهند و در نتیجه می‌توان بیان داشت که بین اهمیت دادن و استفاده بهینه بانک‌ها و مؤسسات مالی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در تجهیز منابع پولی و موفقیت مؤسسات مالی و بانک‌ها در جذب منابع مالی، رابطه معنادار وجود دارد. در نهایت با توجه به بررسی‌های به عمل آمده از وب سایت‌ها، مجلات، مقالات؛ بیان نامه‌ها و متون علمی و کتب داخلی و خارجی این نتیجه دریافت شد که مؤسسات مالی و بانک‌ها در ایران در زمینه استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی با محدودیت‌های عمده‌ای مواجهند که مهمترین آنها ضعف فرهنگی مردم در استفاده از خدمات الکترونیکی است.

پیشنهادهات: مؤسسات مالی تمامی شعب خود را به فناوری بانکداری الکترونیکی از جمله دستگاه‌های خودپرداز، بانکداری برخط¹ و شبکه‌های داخلی و خارجی مجهز نمایند. - بهتر است مؤسسات مالی در هنگام گزینش نیرو، به شایستگی نیروی انسانی از لحاظ فنی، رفتاری، وضعیت ظاهری و تحصیلات مرتبط اهمیت بدهند - اگر مؤسسات مالی به آموزش نیروهای شعب در بحث برخورد با مشتریان، شناسایی خواسته‌ها و نیازهای مشتریان و حل مشکلات آنها بپردازند، می‌توانند مشتریان بیشتر و در نتیجه منابع مالی بیشتری را به سمت خود جلب کنند - مؤسسات مالی با فراهم آوردن امکان افتتاح حساب‌های متنوع مانند پس اندازهای تأمین آتیه، مسکن جوانان و سایر حساب‌ها بر اساس نیاز مشتریان، می‌توانند گامی مؤثر در جهت جلب رضایت مشتریان بردارند - قوانین و مقررات فعلی نظام بانکی کشور می‌بایست اصلاح شود و برای بانک‌های خصوصی و مؤسسات مالی غیربانکی، قوانین و مقررات جداگانه تهیه گردد - با بستر سازی، فرهنگ سازی و رفع محدودیت‌های موجود، نظام بانکی کشور می‌تواند برای استفاده مردم از بانکداری الکترونیکی مطابق استانداردهای جهانی برنامه ریزی کند (دهنوی و همکاران، 1395).

منابع و مأخذ:

- ✓ ابراهیمی، اصغر. (1393). بررسی آثار سوء فقدان نقدینگی سهام و ریسک دوره انتظار حد فاصل خرید تا صدور ورقه سهم شرکت‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی .
- ✓ احسان‌فر، محمدحسین، قمی‌ها، وحید، حسنی، مهسا. (1393). بررسی تأثیر توسعه بانکداری الکترونیکی بر سودآوری بانک‌های منتخب ایران. بررسی‌های بازرگانی. 69: 33-44 .
- ✓ اسدزاده، احمد و کیانی، هیوا. (1391). تأثیر به‌کارگیری دستگاه‌های خودپرداز، پایانه فروش و شعب بر سودآوری بانک‌های منتخب ایران. اقتصاد و تجارت نوین، 29 و 30: 181-206 .
- ✓ آل عمران، رویا، رحیم زاده، فرزاد، شکوهی فرد، سیامک. (1398). اثر اینترنت بر بازدهی سیستم بانکی (مطالعه موردی بانک‌های منتخب ایران). اقتصاد مالی، 62-39: 13(47)
- ✓ باقری، حسن. (1396). "تحلیل عوامل مؤثر بر سودآوری بانک‌های تجاری (مطالعه موردی: بانک رفاه)". تحقیقات مالی، دوره 8(21)، صص 3-26 .
- ✓ حسینی، سید شمس‌الدین، فرامرزی عباد، حمید. (1395). بررسی تأثیر بانکداری الکترونیکی بر بازدهی حقوق صاحبان سهام در بانک‌های منتخب فعال در بورس اوراق بهادار تهران. اقتصاد مالی، 10 (35): 147-170 .
- ✓ دارابی، رویا؛ مولایی، محمد علی. (1390). " اثر متغیرهای نقدینگی، تورم، حفظ سرمایه، تولید ناخالص داخلی بر سودآوری بانک ملت . "دانش مالی تحلیل اوراق بهادار، دوره 4 (10)، صص 139-182 .
- ✓ رستمیان، فروغ؛ حاجی بابائی، فاطمه. (1398). " اندازه گیری ریسک نقدینگی بانک با استفاده از مدل ارزش در معرض خطر؛ مطالعه موردی: بانک سامان . "پژوهش‌نامه حسابداری مالی و حسابرسی، دوره 3(1)، صص 175-198 .
- ✓ سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس و الهه حجازی . (1398). روشهای پژوهش در علوم رفتاری تهران، انتشارات آگاه .
- ✓ سعیداردکانی، سعید؛ فرهادی پور، محمدرضا و محمدرضا جعفری ندوش(1393) بررسی ارتباط بین ریسک نقدینگی معیار پوشش تقاضا و ریسک اعتباری بانک‌ها . توسعه مدیریت پولی و بانکی، سال دوم، شماره 3، صص 1-22 .

¹ online

- ✓ شاه محمدی، فاطمه. صالح‌منش، احمد. آرمن، سید عزیز. (1391). سود در بانکداری الکترونیکی؛ بررسی تاثیر گسترش بانکداری الکترونیکی بر سودآوری بانک های ایران (1384-1387). بانک و اقتصاد، 120.
- ✓ شاهچرا، مهشید و جوزدانی، نسیم. (1395). تنوع پذیری درآمدها و سودآوری در شبکه بانکی کشور. فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، 4 (14): 33-52.
- ✓ صادقی‌علی‌آباد، حامد؛ حیدرزاده، نرجس. (1395). بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک بر سودآوری بانک‌های منتخب خصوصی ایران. فصلنامه روند، 23 (76): 106-75.
- ✓ عصارى، محمدرضا، بابایی سمیرمی، محمدرضا، حسنی، مهسا. (1392). تاثیر فناوری اطلاعات بر سودآوری بانک‌های منتخب ایران. نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی.
- ✓ مهربان پور، محمدرضا؛ نادری نورعینی، محمدمهدی؛ اینالو، عفت؛ و اشعری الهام. (1396). عوامل موثر بر سودآوری بانک‌ها. مطالعات تجربی حسابداری مالی، 14: 113-134 (54).
- ✓ Agénor, P.R. Aizenman. J. and Hoffmaister Alexander. W. (2004). "The credit Crunch in East Asia: What Can Bank Excess Liquid Assets Tell Us?" *Journal of International Money and Finance*, Vol. 23, pp. 27-49.
- ✓ Athanasoglou, P.P., Brissimis, S.N. and Delis, M.D. (2008). "Bank-specific, industry-specific and macroeconomic determinants of bank profitability", *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, Vol. 18 No. 2, pp. 121-36.
- ✓ Ben Moussa, M. A. (2015). The Determinates of Bank Liquidity: Case of Tunisia, *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol.5, No.1, pp.249-259.
- ✓ Deléchat, C. Henao, C. Muthooru, P. Vtyurina, S. (2012). The Determinants of Banks' Liquidity Buffers in Central America. IMF working paper.
- ✓ Dinger, V. (2009). "Do Foreign-owned Banks Affect Banking System Liquidity Risk?". *Journal of Comparative Economics*, Vol. 37, pp. 647-57.
- ✓ Farouk, M. A. (2013). Electronic banking products and performance of Nigerian listed deposit money banks. *American Journal of Computer Technology and Application*, 1 (10).
- ✓ Fola, B. (2015). Factors Affecting Liquidity of Selected Commercial Banks in Ethiopia. *Masters of Science in Accounting and Finance Thesis*, Addis Ababa University, Addis Ababa, Ethiopia.
- ✓ Foos, D., Norden, L., & Weber, M. (2010). Loan growth and riskiness of banks. *Journal of Banking and Finance*, 34(13), 2929-2940.
- ✓ Gayathri G, & Vikram, S. K. (2018). Impact of Information Technology on the Profitability of Banks in India. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*. 118, 225-232.
- ✓ Giovannini, R. Capizzi, V. and Chiesi. G. M. (2010). Investment Banking Services: Ownership Structures, *Financial Advisory and Corporate Governance Models*.
- ✓ Gurbuz, A. O., Yanik, S., & Ayturk, Y. (2013). Income Diversification and Bank Performance: Evidence from Turkish Banking Sector. *Journal of BRSA Banking and Financial Markets*, 7(1), 9-29.
- ✓ Harold, B. & Jeff, L. (1995). Don't Let Technology Pass You By. *ABA Banking Journal*, Box 986, Omaha, NE, p.73.
- ✓ Higon, D. A. (2011). The impact of ICT on innovation activities: Evidence for UK SMEs. *International Small Business Journal*, 30 (6), 684-699.

- ✓ Holden, K., & El-Bannany, M. (2004). Investment in information technology systems and other determinants of bank profitability in the UK. *Applied Financial Economics*, 14(5), 361-365.
- ✓ Khrawish, H. A., & Al-Sa'di, N. M. (2011). The Impact of E-banking on bank profitability: Evidence from Jordan. *Middle Eastern Finance and Economics*, 13, 142-158.
- ✓ Kim, K., Prabhakar, B. & Park, S. (2009) Trust, Perceived Risk, and Trusting Behavior in Internet Banking. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 19.
- ✓ Kozak, S. (2005). The role of information technology in the profit and cost efficiency improvements of the banking sector, *Journal of Academy of Business and Economics*.
- ✓ Kyeremeh, K.; Prempeh, K. B. & Afful Forson, M. (2019). Effect of Information Communication and Technology (ICT) on the Performance of Financial Institutions (A Case Study of Barclays Bank, Sunyani Branch). *MPRA Paper* 95994, University Library of Munich, Germany.
- ✓ Le, T. D., & Ngo, Th. (2020). The determinants of bank profitability: A cross-country analysis. *Central Bank Review*, 20 (2), 65-73.
- ✓ Mahboub, R. M. (2018). The Impact of Information and Communication Technology Investments on the Performance of Lebanese Banks. *European Research Studies Journal*, 21(4), 435-458.
- ✓ Malhotra, P., & Singh, B. (2009). The impact of internet banking on bank performance and risk: The Indian experience. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 2(4), 43-62.
- ✓ Meihami, B., Varmaghani, Z., & Meihami, H. (2013). The Effect of Using Electronic Banking on Profitability of Bank. *Interdisciplinary JournalL of Contemporary Research in Business*, 1299- 1318.
- ✓ Meslier, C., Tacneng, R. and Tarazi, A. (2014). Is bank income diversification beneficial? Evidence from an emerging economy. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 31 (1), 97-126.
- ✓ Minsky, H.P. (1992). The financial instability hypothesis. Working Paper 74, Jerome Levy Economics Institute, Annandale on Hudson, NY.
- ✓ Mols, N. P., Bukh, P. N. D. and Nielsen, J. F. (1999). Distribution channel strategies in Danish retail banking. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 27 (1), 37-47.
- ✓ Morisi, T. L. (1996). Commercial banking transformed by computer technology. *Monthly Labor Review* (August), 30-36.
- ✓ Nwakoby, N. P., Charity Ph. S., Ofobruku, S. A. (2018). Impact of Information and Communication Technology on the Performance of Deposit Money Banks in Nigeria. *International Journal of Management and Sustainability, Conscientia Beam*, 7 (4), 225-239.
- ✓ Pavlou, P. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7, 101-134.
- ✓ Perry, P. (1992). Do Banks Gain or Lose from Inflation. *Journal of Retail Banking*, 14(2), 25-30.

- ✓ Rashid, S. M. (2018). Impact of Information Technology (IT) Investment on Banks' Performance: A Study on Dhaka Stock Exchange (DSE) Listed Banks of Bangladesh. *Journal of Information Engineering and Application*, 8 (2), 8-12.
- ✓ Revell, J. (1979). Inflation and financial institutions. London: The Financial Times Ltd.
- ✓ Siam, A. (2006). Role of The Electronic Banking Services on The Profits of Jordanian Banks. *American Journal of Applied Sciences*, 1999- 2004
- ✓ Sinkovics, R. R. & Penz, E. (2005). Empowerment of SME websites—Development of a web-empowerment scale and preliminary evidence. *Journal of International Entrepreneurship*, 3 (4), 303-315.
- ✓ Swierczek, F. & Shrestha, P. K. (2003). Information technology and productivity: A comparison of Japanese and Asia-Pacific banks. *The Journal of High Technology Management Research*, 14 (2), 269-288.
- ✓ Tan, Y. (2016). The impacts of risk and competition on bank profitability in China. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 40, 85-110.
- ✓ Tan, Y., Floros, C. (2012). "Bank profitability and inflation: the case of China". *Journal of Economic studies*, Vol. 39, No.6, pp.675-695.
- ✓ Tunay, K., Tunay, N., & Akhisar, I. (2015). Interaction Between Internet Banking and Bank Performance: The Case of Europe. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 363- 369.

