

اولویت بندی عوامل موثر بر تامین منابع مالی در بانک مهر اقتصاد استان اصفهان به روش AHP

مهدی فدائی^۱

حجت اله اسماعیلی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۶/۳۱، تاریخ بازنگری: ۱۳۹۵/۰۸/۱۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۱/۲۸

چکیده

این پژوهش با هدف اولویت بندی عوامل موثر بر تامین منابع مالی در بانک مهر اقتصاد استان اصفهان به روش AHP (تحلیل سلسله مراتبی) انجام گرفته است. این تحقیق از منظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش کلیه مدیران ستادی و اجرایی بانک مهر اقتصاد در شهر اصفهان است که تعداد ۱۳ نفر از بین آن‌ها بوسیله نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند و برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه مقایسات زوجی استفاده شد که روایی آن بوسیله خبرگان دانشگاهی و بانکداری تایید شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای Expert Choice 11 (جهت انجام تحلیل سلسله مراتبی) و SPSS 23 (جهت محاسبه میانگین) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که معیار سیاست های بانک مرکزی بیشترین سهم، و معیار محدودیت های شرعی و قانونی، کمترین سهم را در تصمیم گیری داراست؛ همچنین نرخ سود پرداختی به سپرده‌ها با در نظر گرفتن کلیه شاخص‌ها به عنوان تاثیر گذارترین عامل بر تجهیز منابع بانکی و کیفیت خدمات کم اثرترین عامل است.

واژه‌های کلیدی: فرایند تحلیل سلسله مراتبی، تجهیز منابع مالی، عوامل موثر بر تجهیز منابع مالی.

طبقه بندی JEL: C6, G21

۱. عضو هیأت علمی و استادیار گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور، fadaeemahdi@phd.pnu.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)،

resmaeili.hojat3@gmail.com

۱- مقدمه

امروزه بانکداری یکی از با اهمیت ترین بخش های اقتصاد به شمار می آید. بانک ها، از یک طرف، با سازماندهی دریافت ها و پرداخت ها، امر مبادلات تجاری و بازرگانی را تسهیل می کنند و موجب گسترش بازارها می شوند؛ از طرف دیگر، با تجهیز پس اندازهای ریز و درشت و هدایت آن ها به سمت بنگاه های تولیدی، زمینه های رشد و شکوفایی اقتصاد را فراهم می آورند. در بانکداری نوین، مشتریان برای سپردن وجوه خود به بانک ها انگیزه های متفاوتی دارند. بنابراین شایسته است در بازار رقابت کنونی که با خصوصی شدن تعداد زیادی از بانک های دولتی همراه است، بانک ها هر چه سریع تر برای جذب منابع از یک سو و حفظ مشتریان خویش از سوی دیگر چاره اندیشی نمایند. موفقیت در جذب منابع مالی در فعالیت های بانک ها می تواند عاملی برای موفقیت در سایر زمینه ها باشد، با توجه به وظیفه نظام بانکی در تجهیز منابع مالی و تخصیص بهینه آن در سیستم اقتصادی، هرچه نظام بانکی در تجهیز منابع مالی و تخصیص آن در فضای رقابتی و به صورت کارآتری عمل نماید، می توان شاهد کاهش هزینه های تولید و بهبود امر تولید و اشتغال و رشد اقتصادی بود؛ در غیر این صورت، عدم کارآیی نظام بانکی در تجهیز و تخصیص بهینه منابع مالی منجر به اتلاف منابع و دامن زدن به رکود اقتصادی می گردد. جذب منابع مالی برای هر بانک و سیستم بانکی هم به عوامل برون سازمانی و هم به عوامل درون سازمانی مربوط می شود، لذا شناخت این عوامل و میزان تأثیرگذاری هر کدام از آنها برای موفقیت در این زمینه مهم و اساسی است. در این پژوهش تلاش می شود با بررسی عوامل موثر بر تامین منابع مالی در بانک مهر اقتصاد، این عوامل را به روش تحلیل سلسله مراتبی اولویت بندی نموده و معیارهایی را در اختیار مدیران مالی قراردادها تا بتوانند در این زمینه بهتر تصمیم گیری نمایند. سازماندهی تحقیق بدین صورت است که پس از بیان مقدمه، بیان مسأله، مبانی نظری تحقیق و پیشینه آن شده است. در ادامه روش تحقیق مورد بررسی قرار گرفته و پس از بیان عوامل مؤثر بر روش تامین مالی و اولویت های آنها از دید کارشناسان نتایج تحقیق مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۲. بیان مسأله

کمبود سرمایه در مباحث اقتصادی، از مهمترین عوامل توسعه نیافتگی مطرح شده است. به عبارت دیگر، رشد و توسعه اقتصادی بدون انباشت سرمایه امکان پذیر نخواهد بود. به گونه ای که بسیاری از متفکران دلیل توسعه نیافتگی بسیاری از کشورها را کمبود درآمد و پس انداز و در نتیجه، سرمایه گذاری ناکافی می دانند. روش های متعدد و رویکردهای متنوع موجود در حوزه تامین مالی، گزینه ها و تصمیمات متفاوتی را در اختیار قرار می دهد که خود می تواند موجبات پیچیدگی بیشتر این فرایند را سبب

شود (شبان، ۱۳۸۸). گرچه عواملی چون صنعتی شدن جوامع، گسترش و تحول در فعالیت‌های اجتماعی و در نتیجه پدیدار شدن نیازهای جدید از عوامل مهم و اثرگذار در ایجاد و گسترش نهادهای مالی بوده‌اند ولی توسعه و پیشرفت‌های اقتصادی نیز یکی از مهمترین عوامل در گسترش و تحول این نهادها به شمار می‌روند، در واقع نهادهای مالی جهت تسهیل در پیشرفت‌های دیگر نهادهای اقتصادی شکل گرفته‌اند و لذا می‌توان عنوان نمود وجود نهادها و بازارهای مالی پیشرفته همراه با به‌کارگیری روش‌های نوین، با درجه توسعه یافتگی یک کشور ارتباط مستقیم دارد. در این شرایط جذب بیشتر منابع مالی و رقابت مؤثر در جذب این منابع توسط گروه‌های مختلف بانکی از موضوعاتی است که مورد توجه نهاد‌های مالی و اعتباری قرار داشته و دارد. البته گرچه بلافاصله پس از انقلاب با حذف بانک‌های خصوصی، همه گروه‌های بانکی زیر نظر دولت اداره شدند، ولی کم و بیش در جذب بیشتر منابع مالی با یکدیگر به رقابت پرداخته‌اند. امروزه به جز رقابت بین گروه‌های بانکی دولتی و خصوصی موجود، ایجاد بانک‌های خصوصی جدید، مؤسسات مالی و اعتباری جدید و همچنین گسترش دامنه فعالیت مؤسسات قرض‌الحسنه نیز مزید بر علت شده و لذا در سیستم بانکی کشور در جذب منابع مالی به رقابت پرداخته‌اند (رازانی، ۱۳۸۲). مسأله مهم در نظام پولی و بانکی، نحوه تجهیز منابع مالی و سپس تخصیص و توزیع آن در بخش‌های مختلف اقتصاد و بین فعالان اقتصادی و نیز مسیریایی است که حجم پول موجود وارد سیستم اقتصادی شده و در آن گردش می‌کند. یکی از بزرگترین چالش‌های بانک‌ها، کمبود منابع مالی برای تامین نیازهای سرمایه‌ای است. با توجه به وظیفه نظام بانکی در تجهیز منابع مالی و تخصیص بهینه آن در سیستم اقتصادی، هرچه نظام بانکی در تجهیز منابع مالی و تخصیص آن در فضای رقابتی و به صورت کارآتری عمل نماید، می‌توان شاهد کاهش هزینه‌های تولید و بهبود امر تولید و اشتغال و رشد اقتصادی بود؛ در غیر این صورت، عدم کارآیی نظام بانکی در تجهیز و تخصیص بهینه منابع مالی منجر به اتلاف منابع و دامن زدن به رکود اقتصادی می‌گردد. آگاهی نسبت به معیارهای انتخاب یک بانک توسط مشتریان، به بانک‌ها کمک می‌کند که استراتژی‌های بازاریابی مناسبی برای جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان کنونی شناسایی کنند. در حقیقت، رقابت رو به رشد و تشابه خدمات ارائه شده توسط بانک‌ها، این مورد را به طور فزاینده‌ای آشکار می‌سازد، چرا که این فاکتورها ملاک اساسی مشتریان در انتخاب محصولات مهیاکنندگان خدمات مالی می‌باشد. در نتیجه موضوع این که مشتریان چگونه بانک‌ها را انتخاب می‌کنند، توسط محققان مورد توجه قرار گرفته است (رمضانی، ۱۳۸۵). سرمایه مالی سرمایه‌ایست که بانک‌ها در اختیار دارند و صاحبان صنایع آن را به کار می‌برند. برای تامین مالی، شیوه‌های مختلفی وجود دارد، که هر یک دارای مزایا و معایبی است و انتخاب شیوه‌ی بهینه و مطلوب با در نظر گرفتن تمامی عوامل، تصمیمی مهم و سرنوشت‌ساز، تلقی می‌

گردد. تجهیز منابع همواره اصلی ترین وظیفه سیستم بانکی بوده است. بانک ها وجوه مازاد را جمع آوری و با دادن وام به متقاضیان، وظیفه سنتی خود یعنی واسطه گری را میان سپرده گذاران و وام گیرندگان ایفا می نمایند. معمولاً در فعالیت های یک بانک، جذب منابع مالی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، زیرا موفقیت در این زمینه می تواند عاملی برای موفقیت در سایر زمینه ها باشد، جذب منابع مالی برای هر بانک و سیستم بانکی هم به عوامل برون سازمانی و هم به عوامل درون سازمانی مربوط می شود، لذا شناخت این عوامل و میزان تأثیرگذاری هر کدام از آن ها برای موفقیت در این زمینه مهم و اساسی است (منصف و منصور، ۱۳۸۹). تحقیقات معدودی در زمینه اولویت بندی عوامل مؤثر بر تجهیز و تامین منابع مالی در بین بانک ها انجام گردیده است. شرایط خاص استان اصفهان، از لحاظ زیرساخت های آموزشی، فرهنگی و نگرش های مذهبی به خصوص در حوزه کسب و کار و فعالیت های اقتصادی، می طلبد که تحقیقاتی با در نظر گرفتن این شرایط ویژه در محیط اقتصادی استان و بالاخص بانک ها صورت گیرد. با عنایت به این شرایط، محرک هایی که سبب گرایش افراد به سمت بنگاه های اقتصادی و به خصوص بانک ها می گردد، اگر چه ممکن است همان محرک های سایر مناطق کشور باشد؛ اما به نظر می رسد وزن هر کدام از عوامل و اولویت بندی آن ها تفاوت های قابل تأملی با سایر مناطق داشته باشد. بر این اساس در پژوهش حاضر هدف آن است که عمده ترین و مهم ترین عوامل مؤثر بر تامین و تجهیز منابع مالی در بانک مهر اقتصاد مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. این تحقیق به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی است که مهمترین عوامل موثر بر تجهیز منابع مالی در شعب بانک مهر اقتصاد استان اصفهان برحسب اهمیت و اولویت کدام اند؟

۳. مبانی نظری

فرایند تامین مالی، از رویدادهایی است که در چرخه عمر یک واحد تجاری، برای ادامه ی حیات و توسعه ی فعالیت ها، بارها و بارها اتفاق می افتد. برای تامین مالی، شیوه های مختلفی وجود دارد، که هر یک دارای مزایا و معایبی است و انتخاب شیوه ی بهینه و مطلوب با در نظر گرفتن تمامی عوامل، تصمیمی مهم و سرنوشت ساز، تلقی می گردد (ابزری و همکاران، ۱۳۸۶). در عصر حاضر بانک ها برای تجهیز منابع مالی نیاز به تغییرات اساسی در محصولات و خدمات خود دارند و با خدمات ساده و ساختار سنتی بانکداری نمی توانند در عرصه های جهانی به تجهیز منابع پردازند. در بانکداری نوین، بانک ها در زمینه های مالی غیربانکی، 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 بانک ها سرازیر شود و در واقع در بانکداری نوین، بخش عمده ای از منابع از طریق فعالیت های غیربانکی به دست می

آید و عوامل تاثیرگذار بر تجهیز منابع پولی حتی برای هر یک از شعب یک گروه بانکی متفاوت باشد. از طرفی با توسعه روزافزون تکنولوژی و صنعتی شدن کشورها در جذب منابع مالی، تغییرات چشمگیری به وجود آمده است، به نحوی که شبکه‌های اتوماسیون بانکی و بانکداری اینترنتی یکی از مهم‌ترین راه‌های تجهیز منابع مالی برای بانک‌ها شده‌اند. در عصر حاضر به دلیل وجود رقابت بین بانک‌ها و مؤسسات مالی برای جذب بیشتر منابع، تسلط بر عوامل موثر بر تجهیز منابع مالی اهمیت ویژه‌ای یافته است. عوامل سخت افزاری و نرم افزاری متعدد باعث می‌شوند که جذب منابع مالی در بانک‌ها با روشی صحیح و در مسیری مناسب انجام گیرد (پور کاظمی، ۱۳۸۵). سه منبع عمده تامین منابع مالی برای بانک‌های تجاری وجود دارد: ۱. جذب سپرده از اشخاص حقیقی و حقوقی (اولین منبع و عمده‌ترین منبع تامین مالی در بانک‌های تجاری است و به چند دسته تقسیم می‌شود: سپرده‌های دیداری؛ سپرده‌های پس انداز؛ سپرده‌های مدت دار و سپرده‌های قرض الحسنه) ۲. اخذ وام از بانک مرکزی و سایر بانک‌ها ۳. انتشار و فروش سهام عادی، سود انباشته و اندوخته‌ها (شبان، ۱۳۹۲).

در یک تقسیم بندی کلی عوامل مؤثر بر جذب منابع بانکی را می‌توان به دو دسته عوامل درون سازمانی و برون سازمانی تقسیم نمود: عوامل برون سازمانی عوامل غیر قابل کنترل مدیریت بانک است و عواملی نظیر نرخ تورم، نرخ رشد عرضه پول، درآمد ملی، رشد اقتصادی، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی و سیاست‌های بانک مرکزی را شامل می‌شود. عوامل درون سازمانی را در یک تقسیم بندی کلی می‌توان به عوامل خدماتی، عوامل مالی، عوامل ارتباطی و انسانی، عوامل فیزیکی تقسیم نمود (دایی کریم زاده، ۱۳۸۹)؛ که این پژوهش به بررسی عوامل درونی موثر بر تامین منابع مالی در بانک‌ها می‌پردازد. عوامل درون سازمانی شامل: ۱- عوامل خدماتی، ۲- عوامل مالی، ۳- عوامل ارتباطی و انسانی و ۴- عوامل و شرایط فیزیکی.

۳-۱- عوامل خدماتی

الف: تنوع خدمات بانکی: بهبود خدمات و تنوع سازی آن در سیستم بانکی می‌تواند هم به سودآوری و بهره‌وری بانک‌ها بیانجامد و هم باعث جذب منابع بیشتر شود. از این رو بایستی خدمات بانکی را بهبود بخشید و راهی است که تمام بانک‌های موفق دنیا آن را آزموده و نتیجه هم گرفته‌اند. بانک‌ها برای ارائه خدمات نوین و محصولات جدید نیاز به بازاریابی نوین علمی دارند. شناسایی مشتریان و نیازهای متنوع آن‌ها با بازاریابی نوین امکان پذیر است. در بانکداری نوین، بانک‌ها برای شناسایی مشتریان و نیازهای آن‌ها دست به بازاریابی تک به تک و بازاریابی بر اساس پایگاه داده‌ها می‌زنند. بازاریابی تک به تک، یعنی ایجاد و مدیریت رابطه فردی با تک تک مشتریان (تحویلداری، ۱۳۸۶).

ب: کیفیت خدمات بانکی: با توجه به ویژگی ناملموس بودن خدمات، یکی از راه هایی که یک بانک می تواند با توسل بدان خود را از سایر رقبا متمایز کند، ارائه کیفیت خدماتی برتر نسبت به آنهاست. ارائه خدمات با کیفیت، موجب ایجاد مزیت رقابتی برای بانک شده و سرانجام سود بالاتری را به ارمغان م یآورد. برای دستیابی به این هدف کافی است به انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات، پاسخ مناسبی داده شده یا از آن پیشی گرفته شود (دایی کریم زاده، ۱۳۸۷).

ج: خدمات بانکداری الکترونیکی: بانکداری الکترونیکی شامل تمام کانال های الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حساب های خود و نقل و انتقال وجه بین حساب ها و یا پرداخت صورت حساب های خود از آن استفاده می کنند. این کانال ها شامل: اینترنت، موبایل، تلفن، تلویزیون دیجیتال و دستگاه های خودپرداز است (دندپانی^۱، ۲۰۰۸). توجه روزافزون بانک های بزرگ در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه به ارائه خدمات بانکی از طریق کانال های الکترونیکی و توسعه بانک ها و مؤسسات مالی مجازی، موجب افزایش رقابت در صنعت بانکداری شده است، به طوری که سایر بانک ها نیز در صدد توسعه رویکردهای مختلف بانکداری الکترونیک برآمده اند (مثلاً و همکاران، ۲۰۰۳).

د: مهارت های تخصصی کارکنان: استفاده از کارکنان مجرب و با روابط عمومی مناسب که دارای سوابق و تحصیلات مرتبط باشند به منظور کاهش میزان اختلاف عملکرد بانک با انتظارات مشتریان درخصوص ارائه خدمات، حائز اهمیت است. زیرا که ارائه خدمات بانکی بستگی مستقیم به قابلیت نیروی انسانی شاغل در این صنعت داشته و یکی از مؤلفه های اساسی افزایش و ارتقای کارایی محسوب می شود (یزدانی دهنوی، ۱۳۸۴).

۳-۲- عوامل مالی

الف: تسهیلات پرداختی: وظیفه اصلی بانک ها واسطه گری وجوه است، به این معنی که از یک سو وجوه را از سپرده گذاران دریافت کرده و از سوی دیگر، این وجوه را در قالب تسهیلات به متقاضیان پرداخت می کنند. دارندگان وجوه مازاد، با سپرده گذاری در بانک عملاً وجوه خویش را به بانک قرض داده و نرخ سود معینی دریافت می کنند. متقاضیان تسهیلات نیز در ازای پرداخت سود معینی از بانک ها قرض می گیرند. طبیعی است که مابه التفاوت بهره پرداختی به سپرده گذاران و سود دریافتی از گیرندگان تسهیلات، سود بانک را تشکیل می دهد (یزدانی دهنوی، ۱۳۸۴).

1- Dandapani

2- Mithila

ب: نرخ سود پرداختی به سپرده‌ها: سپرده‌گذاری مردم نزد بانک‌ها از دو لحاظ دارای اهمیت می‌باشد؛ اول آن که پولی که مردم به بانک‌ها می‌سپارند، قدرت وام دهی بانک‌ها را افزایش می‌دهد و لذا بانک‌ها می‌توانند از محل پس‌اندازهای جمع‌آوری شده وام‌های جدید بیشتری در جهت امور تولیدی و سرمایه‌گذاری تامین کنند. دومین اهمیت افزایش سپرده‌های مردم نزد بانک‌ها این است که وقتی مردم ترجیح دهند پول خود را نزد بانک نگهداری نموده و کمتر برای خرج آن اقدام نمایند، از حجم پول در گردش کاسته شده که این امر باعث کاهش نرخ تورم و در نتیجه افزایش قدرت خرید مردم می‌گردد (خضراء، ۱۳۸۵)

ج: جواز پرداختی به سپرده‌گذاران قرض الحسنه: قرعه‌کشی شبکه بانکی بایستی به نحو مطلوبی در جذب نقدینگی مردم و هدایت سرمایه‌های سرگردان به سوی بانک‌ها مؤثر باشد و از سوی دیگر انتظارات سپرده‌گذاران حساب‌های قرض الحسنه اغلب برآورده شود. همچنین میزان جوایزی که بانک‌ها در نظر می‌گیرند، بایستی نسبت به سپرده‌های مردمی در خور توجه باشد (حسینی، ۱۳۸۹)

۳-۳- عوامل ارتباطی و انسانی

الف: تبلیغات: امروزه یکی از شاخص‌های تضمین سوددهی واحد‌های تولیدی و بنگاه‌های تجاری ارائه طرح‌های موفق تبلیغات است. هدف تبلیغات عبارت است از تشریح جایگاه و معرفی توانمندی‌های یک بانک و ایجاد روشننگری‌های لازم در مورد شرایط و موقعیت منحصر به فرد آن بانک در زمینه ارائه خدمات به مشتریان. یک تبلیغ بانکی چه رادیویی و چه تلویزیونی باید خود را در بین تبلیغات دیگر جای دهد، سپس باید ارتباط خود را با مخاطب برقرار سازد. در عین حال، تبلیغ خدمات بانکی باید به نحو موفق و درستی آن را معرفی کند (حسینی، ۱۳۸۰).

ب: رفتار و نحوه برخورد کارکنان بانک با مشتریان: امروزه سازمان‌هایی در عرصه رقابت موفق‌تر خواهند بود که در برآوردن نیازها و خواسته‌های مشتریان گوی سبقت را از سایر رقبای بازار برابند. با توجه به این که صنعت بانکداری از ارکان اصلی هر اقتصادی به حساب می‌آید و مشتریان نقش کلیدی در آن دارند، مهارت‌های ارتباطی و روابط انسانی مطلوب مدیران و کارکنان باعث ایجاد احساسات خوشایند و مؤثر و مثبت در مشتریان گردیده و کمک مؤثری است تا نقش خود را در انجام بهتر وظایف و جذب بیشتر مشتریان به نحو مطلوب ایفاء نمایند (صفری، ۱۳۹۲)

ج: اطلاع‌رسانی مناسب و ارائه آموزش به مشتریان: اطلاع‌رسانی و ارائه آموزش‌های لازم به مشتریان را می‌توان از زوایای مختلفی بررسی نمود. ولی آنچه که بیشتر از همه، لازم و ضروری جلوه می‌کند یادگیری و آموزش خدمات بانکداری الکترونیک است. مزایای اطلاع‌رسانی مناسب و ارائه آموزش به

مشتریان نه تنها منجر به کاهش هزینه ها می شود بلکه می توان به آثار اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی همچون کاهش هزینه چاپ اسکناس، بهداشت و کنترل اشاره نمود (خضرا، ۱۳۸۵).

د: ویژگی های فردی مناسب کارکنان: کارکنان بانک ها نیز همانند 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. ویژگی های فردی مناسبی همچون ظاهر مناسب و مرتب، توجه به نظرات مشتریان، امانت داری و صداقت، مردم داری و تواضع بایستی همواره مدنظر کارکنان و پرسنل بانک قرار گیرد (دایی کریم زاده، ۱۳۸۷).

۳-۴- عوامل و شرایط فیزیکی

الف: محل استقرار شعب بانک: باتوجه به افزایش و شدت رقابت، ارائه خدمات در مکان و محل های مورد نظر مشتریان عاملی تعیین کننده در جذب و نگهداری مشتریان است. به همین دلیل امروزه بانک ها و دیگر سازمان های خدماتی به ایجاد شعب در مناطق مختلف پرداخته اند تا ضمن ارائه خدماتی بهتر، حوزه وسیع تری را تحت پوشش قرار دهند (روستا، ۱۳۸۰).

ب: تعداد شعب بانک: طی سال های اخیر و به ویژه با ورود بانک های خصوصی به عرصه فعالیت شاهد رقابتی شدیدی در تأسیس شعبه های بانکی بوده ایم که این وضعیت که بیشتر جنبه رقابتی پیدا کرده است. در این شرایط بانکی موفق است که بتواند با آینده نگری تعادل منطقی و مناسبی را بین توسعه فیزیکی و توسعه مجازی خود فراهم کند تا در رقابت های آینده که قطعاً تعداد شعب شاخص مهمی در آنها نیست موفق تر عمل کند (خضرا، ۱۳۸۵).

ج: طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی شعب: یک محیط خوب می تواند بر رشد ارزش های کارکنان و افزایش توان و بهره وری آنان اثرگذار باشد. با متنوع شدن فعالیت های بانکی، سازماندهی محیط کار و ایجاد محیطی آرام و بهره ور در سازمان ها به صورتی که منجر به فعال شدن بیشتر نیروی انسانی، شادابی آن ها، کاهش افسردگی ها، رشد خدمات مثبت و در نهایت دستیابی به بهره وری مورد نظر شود، ضروری به نظر می رسد. در بانک داری نوین، این امر از دغدغه های مدیران اجرایی و مدیران ارشد بانک ها است. بانک ها برای جذب بیشتر منابع مالی مشتریان، می بایست به محیط های کاری مناسب که دارای شاخص های محیط کاری از نظر فیزیکی، روانی و اجتماعی باشد، مجهز شوند (عباسقلی پور، ۱۳۸۹).

د: امکانات فیزیکی شعب بانک: امکانات فیزیکی شعب بانک باعث سهولت فعالیت مشتریان و کارکنان شعب بانک می شود. امکانات و ویژگی های فیزیکی مختلفی را بانک بایستی مد نظر داشته باشد که می

توان به برخی از این موارد اشاره نمود: داشتن فضای کافی شعبه برای ارائه خدمات، مبلمان مناسب جهت سالن انتظار مشتریان، سهولت دسترسی به وضعیت حساب توسط مشتری، سهولت پارک خودرو مشتری، امکان استفاده از دستگاه خودپرداز و دسترسی مناسب به ملزومات موردنیاز (عبدالباقی و همکاران، ۱۳۸۳).

۴- معیارهای تصمیم‌گیری

بهترین ابزار تأمین مالی با توجه به شرایط داخلی شرکت و منبع تأمین مالی کننده متفاوت است و انتخاب آن با در نظر گرفتن این شرایط و معیارها امکان پذیر است. معیارهای انتخاب مناسب ترین روش تأمین مالی به ۳ دسته معیارها و شرایط داخل شرکت، معیارهای منبع تأمین مالی کننده و عوامل کلان اقتصادی- سیاسی تقسیم می شوند، که عبارتند از: معیارهای انتخاب منبع تأمین مالی کننده: چهار فاکتور اصلی که تعیین کننده منبع تأمین مالی مناسب هر شرکتی هستند شامل ریسک، بازده، میزان تأمین مالی و افق زمانی سرمایه گذاری هستند از سوی دیگر، منابع تأمین مالی را می توان به ۴ دسته، دسته بندی نمود: سرمایه شخصی (سرمایه خود شرکت)، بازار پول، بازار سرمایه ساختاریافته (بورس) و بازار سرمایه خارج از بورس (بت شکن و سیف الدینی، ۱۳۸۹).

معیارها و شرایط داخل شرکت یا پروژه تأمین مالی شونده: شش فاکتور اصلی شامل؛ ساز و کار تقسیم سود ابزار مالی، محدودیت استفاده از وجوه ابزار مالی، ساختار بهینه سرمایه (بهینه نمودن هزینه سرمایه)، هزینه فرایند تأمین مالی، وضعیت اعتباری شرکت، ریسک های مرتبط با ابزار مالی.

عوامل کلان اقتصادی - سیاسی: چهار فاکتور اصلی؛ شامل سیاست های مالی دولت، سیاست های پولی بانک مرکزی، سیاست های نظارتی سازمان بورس، وجود محدودیت های شرعی قانونی.

از بین موارد گفته شده جهت بررسی در این تحقیق، معیارهای زیر انتخاب شده اند:

وجود محدودیت های شرعی قانونی: در ایران و کشورهای اسلامی برخی محدودیت های شرعی مانع استفاده از برخی روش های تأمین مالی می شوند، به عنوان مثال حرمت ربا در اسلام مانع استفاده از اوراق قرضه جهت تأمین مالی شرکت ها می شود یا وجوه حاصل از صکوک اجاره می بایست در همان جهتی مصرف شوند که برای آن تهیه شده اند و اینکه نمی توان وجوه حاصل از انتشار صکوک اجاره برای تهیه کشتی را صرف پرداخت بدهی های جاری شرکت یا حقوق کارکنان نمود و می بایست در همان جهتی صرف شوند که برای آن تجهیز شده اند (واحد و مایلی، ۱۳۹۳).

بازده مورد انتظار: هر یک از منابع تأمین مالی بازده (یا به عبارت دیگر) سود یا بهره خاصی را از شرکت یا پروژه مطالبه دارند و شرکت یا پروژه می بایست میزان بهره ای را که می تواند در قبال تأمین مالی

بپردازد مدنظر گرفته و با توجه به بازده مورد انتظار هر یک از منابع تأمین مالی به سراغ آنها برود. با توجه به اینکه درصد بازده مورد انتظار منابع تأمین مالی در اقتصادهای مختلف متغیر است (بت شکن و سیف الدینی، ۱۳۸۹).

هزینه فرایند تأمین مالی: از موارد دیگری که می بایست در انتخاب تأمین مالی مدنظر داشت و شامل هزینه هایی است که می بایست شرکت برای فرایند تأمین مالی پرداخت نماید. (برلی و مارکوس^۱، ۲۰۰۱).

وضعیت اعتباری شرکت: یعنی شرکت به تبع اعتباری که در بازار اقتصادی دارد می تواند ابزارهای خاصی را برای تأمین مالی انتخاب نماید. به عنوان مثال، شرکت هایی که دارای اعتبار بالایی در بازار هستند می توانند با انتشار اوراق تجاری با قیمت اسمی پایین خود را تأمین مالی نمایند (واحد و مایلی، ۱۳۹۳).

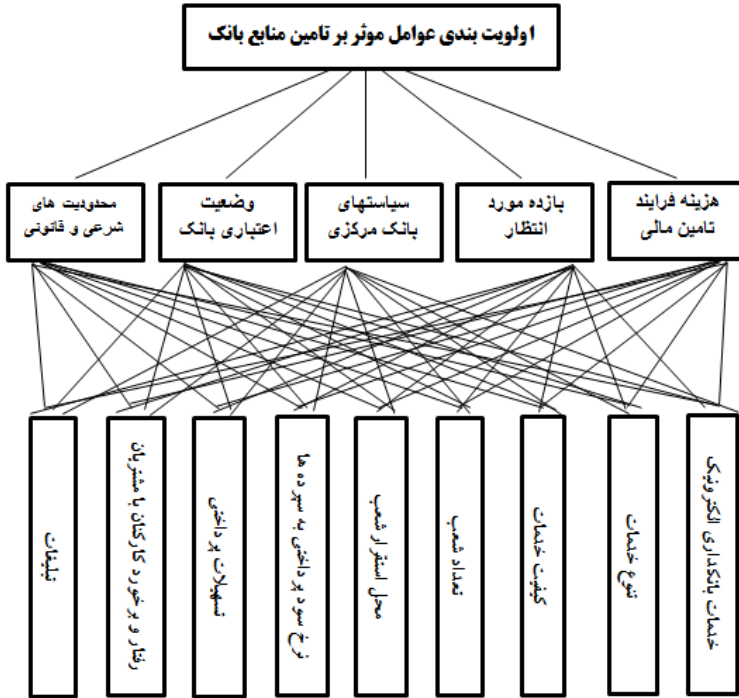
سیاست های پولی بانک مرکزی: سیاست هایی که توسط بانک مرکزی در جهت کنترل نقدینگی اعمال می شود سیاست های پولی نامیده می شود (واحد و مایلی، ۱۳۹۳).

مدل مفهومی به صورت زیر در قالب درخت سلسله مراتبی جهت تجزیه و تحلیل به روش AHP ترسیم شده است. (نمودار ۱)

۵. پیشینه تحقیق

رحیم زاده و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "انتخاب بهترین شیوه تأمین مالی از میان شیوه های موجود، با استفاده از الگوی فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)" پس از بررسی مطالعات پیشین و در نظر گرفتن معیارهای انتخاب، به این نتیجه رسیدند که اعتبارات تجاری، بهترین شیوه ی تأمین مالی است. محمودنیا (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "بررسی و اولویت گذاری عوامل موثر بر تأمین مالی شرکت های تعاونی" بیان نموده اند که عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، جغرافیایی، تکنولوژیکی و قانونی بر تأمین منابع مالی شرکت های تعاونی موثر می باشند و به صورت اقتصادی، سیاسی، قانونی، جغرافیایی، اجتماعی- فرهنگی و تکنولوژیکی اولویت بندی شده است. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان "تحلیل شبکه ای عوامل حیاتی مؤثر بر جذب سپرده های مشتریان" به رتبه بندی عوامل و شاخص های مؤثر بر تشدید گرایش مشتریان به سپرده گذاری در شعب بانک ملی استان

سیستان و بلوچستان بیان نموده اند که عوامل ارتباطی انسانی بیشترین تأثیر را در جذب و حفظ سپرده های بانکی و به تبع آن تجهیز منابع مالی بانک مذکور داشته است.



نمودار (۱) مدل تحقیق (درخت سلسله مراتبی)

عرفانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "رتبه بندی عوامل مؤثر بر منابع بانکی استان سمنان به روش تاپسیس (TOPSIS)" ضمن شناسایی عوامل مؤثر بر منابع بانکی استان سمنان، به رتبه بندی این عوامل به روش تاپسیس - دوره زمانی ۱۳۸۰-۱۳۹۰ پرداخته اند. نتایج حاصل از رتبه بندی عوامل مؤثر بر منابع بانکی استان سمنان به روش تاپسیس نشان داده که اطمینان به شبکه بانکی با مقدار ۰/۶۸۸۴ جایگاه اول را در بین عوامل مؤثر بر منابع بانکی استان و در حالات متفاوت (با و بدون در نظر گرفتن تأثیر متغیرها بر معادله)، دارا می باشد و هم چنین رتبه این عوامل در بین بانک های تجاری و تخصصی استان، نیز متفاوت می باشد. حبیبی پور، علیمزادی، دایی کریم زاده (۱۳۸۹) « در تحقیق خود تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی: مطالعه موردی (شعب بانک رفاه شهر اصفهان) به بررسی نقش عوامل خدماتی، عوامل فیزیکی، عوامل ارتباطی و انسانی، عوامل مالی و عوامل وابستگی سازمانی در

جذب بهینه منابع پرداخته و این گونه نتیجه گیری کرده اند که از بین عوامل تأثیر گذار بر تجهیز منابع مالی، عوامل خدماتی (تنوع خدمات بانکی، کیفیت خدمات بانکی، خدمات بانکداری الکترونیکی، مهارت انسانی) بیشترین تأثیر و عوامل وابستگی سازمانی (پرداخت حقوق و مزایای کارکنان و بازنشستگان و دریافت عواید سازمان تأمین اجتماعی) کمترین تأثیر را بر موفقیت شعب بانک رفاه شهر اصفهان داشته است.

سارکر^۱ (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان "ارزیابی ابزارهای سیاست پولی در برخی از کشورهای عضو^۲ OIC" به بررسی مفاهیم و روش های عملیاتی ابزار سیاست پولی معرفی شده توسط بانک های مرکزی اعضای سازمان کنفرانس اسلامی (مالزی، سودان، بحرین، ایران و بنگلادش) جهت مدیریت امور مالی خود را در راستای شرح مقدس اسلام پرداخته، این مطالعه به بررسی جنبه های نظری و هم چنین تجربی ابزارهای سیاست پولی اسلامی که تاکنون توسط بانک های مرکزی عضو سازمان کنفرانس اسلامی معرفی شده، پرداخته؛ بیان نموده که ابزار مرابحه و صکوک، به طور گسترده به تقویت فعالیت های درآمدزا در اقتصاد کمک نموده و فضا را برای بانک های اسلامی جهت رفع مشکل نقدینگی مساعد می نماید. نیشر^۳ و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی با عنوان "آیا بانکداری اسلامی می تواند به افزایش شمول مالی منجر شود؟" به تجزیه و تحلیل اطلاعات در سطح کشورهای اسلامی - اعضای سازمان همکاری اسلامی (OIC) در رابطه با توسعه بانکداری اسلامی و شمول مالی پرداخته اند و بیان نموده اند که به نظر می رسد بانکداری اسلامی یک مسیر موثر برای شمول مالی است و استفاده از خدمات مالی در کشورهای اسلام توجیهی داشته است. بخاری و همکاران^۴ (۲۰۱۳) در مطالعه ای به دنبال کشف و ارزیابی اهمیتی که مدیریت برای ابعاد حاکمیت شرکتی در بانکداری اسلامی در پاکستان قابل می شود، بودند. و برای تحلیل و رتبه بندی این شاخص ها در بانک اسلامی و ۱۲ بانک دیگر که ارایه دهنده ی خدمات بانکداری اسلامی بودند از AHP بهره بردند. نتایج پژوهش آن ها، این شاخص ها را به ترتیب زیر نشان داد: ۱- هیات مدیره ۲- هیات نظارت بر اجرای شریعت ۳- حسابرسی ۴- سرمایه گذاران عمده ۵- افشای اطلاعات و ۶- شفافیت؛ امیرزاده و شورورزی^۵ (۲۰۱۳) در پژوهشی، به دنبال شناخت، بررسی و اولویت بندی عوامل کیفیت خدمات در بانکداری اسلامی با استفاده از تاپسیس فازی نشان داده اند که "صف کوتاه و مناسب" و "کارمندان مورد اطمینان و قابل اعتماد" مهم ترین عوامل کیفیت در خدمات

1 Sarker

2 Organization of Islamic Cooperation

3 Naceur

4 Bukhari et al

5 Amirzade & Shoorvarzy

بانکداری هستند. از طرف دیگر "برابری با آموزه های اسلامی" و "شعب در دسترس"، حداقل عوامل مهم کیفیت خدمات از نگاه مشتریان بانک های ایران هستند. این پژوهش، به بانک ها کمک می کند بودجه خود را بر اساس اولویت ها تخصیص دهند.

۶. روش تحقیق

به منظور تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده، از روش تحلیل سلسله مراتبی^۱ (AHP) استفاده شده است. این روش که برای اولین بار از سوی پروفیسور ساعتی^۲ در سال ۱۹۸۰ ارائه گردیده، علی رغم برخی انتقادات، از سوی محافل علمی مورد استقبال قرار گرفت. فرایند تحلیل سلسله مراتبی یکی از جامع ترین فرایندهای طراحی شده برای تصمیم گیری با معیارهای چندگانه است، زیرا امکان فرموله کردن مسأله به صورت سلسله مراتبی فراهم می شود. مهم ترین قابلیت روش تحلیل سلسله مراتبی در توانایی تبدیل ساختار سلسله مراتبی یک مسئله پیچیده چند شاخصه به ساختار بسط داده شده، برای درک بهتر تصمیم گیرنده از مساله تصمیم گیری است. برای یک تحلیل سلسله مراتب گروهی، پس از ساخت سلسله مراتبی، گام های زیر پیش رو خواهد بود (عطایی، ۱۳۸۹).

گام اول: تشکیل ماتریس های مقایسه زوجی برای هر زیر معیار و تشکیل ماتریس معیارها که درایه های آن اعدادی در فاصله ای مشخص اند و برتری نسبی یکی را بر دیگری بیان می کنند. در این مرحله عناصر هر سطح نسبت به سایر عناصر مربوط خود در سطح بالاتر به صورت زوجی مقایسه شده و ماتریس های مقایسه زوجی تشکیل می شوند. تخصیص امتیازهای عددی مربوط به مقایسه زوجی اهمیت دو گزینه یا دو معیار بر اساس جدول شماره (۱) صورت می گیرد. جهت تکمیل ماتریس مقایسات زوجی، از مقیاس ۱ (اهمیت یکسان) تا ۹ (رجحان فوق العاده زیاد یا کاملاً مرجح) استفاده می شود تا اهمیت نسبی هر عنصر نسبت به عناصر دیگر، در رابطه با آن خصوصیت، مشخص شود. یک ماتریس مقایسه زوجی به صورت زیر نشان داده می شود:

$$a = \begin{bmatrix} a_{11} & \cdots & a_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{m1} & \cdots & a_{mn} \end{bmatrix}$$

که در آن a_{ij} ترجیح عنصر i نسبت به عنصر j می باشد. در مقایسه زوجی معیارها نسبت به یکدیگر بنا به شرط معکوسی رابطه زیر برقرار است:

$$a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}} \quad \text{رابطه (۱)}$$

ماتریس مقایسه زوجی یک ماتریس $n * n$ بوده که n تعداد گزینه هایی است که مورد مقایسه قرار گرفته اند.

جدول (۱) طبقه بندی کمی و کیفی برای مقایسه زوجی معیارها

مقایسه نسبی شاخص ها (قضاوت شفاهی)	امتیاز عددی
اهمیت مطلق	۹
اهمیت خیلی قوی	۷
اهمیت قوی	۵
اهمیت ضعیف	۳
اهمیت یکسان	۱
ترجیحات بین فاصله های بالا	۲۰۶ و ۴۰۸

منبع: ساعتی و الکساندره ۱۹۸۱.

به طور کلی اگر مساله تصمیم گیری شامل m گزینه و n معیار باشد، باید n ماتریس مقایسه زوجی $m * n$ و یک ماتریس مقایسه زوجی $n * n$ ایجاد شود. و تعداد مقایسه های زوجی سلسله مراتب (کل مساله) برابر است با:

$$N_h = \frac{n(n-1)}{2} + \left(n \times \frac{m(m-1)}{2} \right) \quad \text{رابطه (۲)}$$

گام دوم: محاسبه وزن نسبی

پس از تعیین ماتریس مقایسه زوجی، وزن عناصر محاسبه می شود. روش های مختلفی برای محاسبه وزن نسبی بر اساس ماتریس مقایسه زوجی وجود دارد که مهم ترین آن ها، روش حداقل مربعات، روش حداقل مربعات لگاریتمی، روش بردار ویژه و روش تقریبی می باشد. در روش حداقل مربعات، میانگین حسابی خطاها صفر می شود. اگر ماتریس A سازگار باشد، داریم:

$$a_{ij} = \frac{w_j}{w_i} \leftarrow w_j = a_{ij} \cdot w_i \quad \text{رابطه (۳)}$$

گام سوم: محاسبه وزن نهایی

وزن نهایی هر گزینه در یک فرایند سلسله مراتبی، از مجموع حاصل ضرب هر معیار در امتیاز گزینه مورد نظر به دست می آید. جمع امتیازهای بدست آمده برای هر گزینه از رابطه زیر محاسبه می شود:

$$A_{\text{AHP Score}} = \sum_{j=1}^n a_{ij} \cdot w_j \quad i=1,2,3,\dots,m \quad \text{رابطه (۴)}$$

که در آن بیانگر میزان اهمیت نسبی گزینه i به ازای معیار C_j و w_j نشانگر اهمیت معیار C_j می باشد. هم چنین لازم است که مقادیر گزینه ها و وزن شاخص ها با استفاده از روابط ۵ و ۶ نرمال شود.

$$\sum_{j=1}^n a_{ij} = 1 \quad j = 1, 2, \dots, n \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$\sum_{j=1}^n w_j = 1 \quad \text{رابطه (۶)}$$

گام چهارم: محاسبه نرخ ناسازگاری

یکی از مزایای فرایند تحلیل سلسله مراتبی کنترل سازگاری تصمیم است، به عبارت دیگر همواره در فرایند تحلیل سلسله مراتبی می توان میزان ناسازگاری تصمیم را محاسبه کرد و مادامی که کمتر از ۰/۱ باشد لازم به تجدید نظر در قضاوت ها و ترجیحات نمی باشد. که برای محاسبه آن از رابطه (۷) استفاده می شود.

$$I. R = \frac{I. I}{R. I. I} \quad \text{رابطه (۷)}$$

که در آن

$$R. I. I = 1.98 \frac{n-2}{n}$$

و

$$I. I = \frac{\lambda_{\max} - n}{n-1}$$

و

$$A \times w = \lambda_{\max} \cdot w$$

که λ_{\max} بردار ویژه است.

گام پنجم: تعیین وزن نهایی: بردار وزن های هر سطح در بردار های وزن (یا ماتریس وزن) سطوح بالاتر ضرب شده و در نهایت بردار وزن نهایی به دست می آید:

$$w = w^{(L)} w^{(L-1)} \dots w^{(2)} \quad \text{رابطه (۸)}$$

$W^{(L)}$: ماتریس وزن های سطح L ؛ $W^{(L-1)}$: ماتریس وزن های سطح $L-1$ و $W^{(2)}$: بردار وزن سطح دو نسبت به هدف (عطایی، ۱۳۹۳).

۷. عملیات و محاسبات

پس از ساخت سلسله مراتبی، تنظیم، ارسال و جمع آوری پرسشنامه ها محاسبات انجام و ابتدا وزن پنج معیار ۵ معیار منتخب جهت تصمیم گیری به شرح جدول (۱) الویت بندی شدند. نتایج حاصل از تحلیل سلسله مراتبی نشان می دهد که سیاست های بانک مرکزی بالاترین وزن و محدودیت های شرعی و قانونی کمترین وزن را در تصمیم گیری داشته اند.

مرحله بعد اولویت بندی هر یک از عوامل موثر بر تجهیز منابع مالی در بانک مهر اقتصاد، با توجه به هر یک از معیارهای مورد نظر است که در جداول زیر به تفکیک آمده است:

رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص سیاست های بانک مرکزی: بر اساس معیار سیاست های بانک مرکزی، عامل نرخ سود پرداختی به سپرده ها، بالاترین اولویت، و عامل رفتار و برخورد کارکنان پایین ترین اولویت را نشان داده است.

جدول (۲) اولویت بندی معیارهای تصمیم گیری جهت اولویت بندی عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی

رتبه	وزن	معیار
۱	۰,۳۱۴	سیاست های بانک مرکزی
۲	۰,۲۲۴	بازده مورد انتظار
۳	۰,۱۶۸	هزینه فرایند تامین مالی
۴	۰,۱۶۱	وضعیت اعتباری بانک
۵	۰,۱۳۳	محدودیت های شرعی و قانونی

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.02 \leq 0.1$

رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص بازده مورد انتظار: بر اساس معیار بازده مورد انتظار، عامل تسهیلات پرداختی، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیکی پایین ترین اولویت را نشان داده است.

جدول (۳) رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص سیاست های بانک مرکزی

رتبه	وزن	عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی
۱	۰,۲۶۵	نرخ سود پرداختی به سپرده ها
۲	۰,۲۲۲	تسهیلات پرداختی
۳	۰,۱۶۵	خدمات بانکداری الکترونیکی
۴	۰,۱۳۱	تنوع خدمات
۵	۰,۰۸۶	تبلیغات
۶	۰,۰۷۴	کیفیت خدمات
۷	۰,۰۳۳	محل استقرار شعب
۸	۰,۰۲۵	رفتار و برخورد کارکنان

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.02 \leq 0.1$

رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص بازده مورد انتظار: بر اساس معیار بازده مورد انتظار، عامل تسهیلات پرداختی، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیکی پایین ترین اولویت را نشان داده است.

جدول (۴) رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص بازده مورد انتظار

رتبه	وزن	عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی
۱	۰,۲۱۱	تسهیلات پرداختی
۲	۰,۱۹۴	نرخ سود پرداختی به سپرده ها
۳	۰,۱۵۸	تبلیغات
۴	۰,۱۳۳	رفتار و برخورد کارکنان
۵	۰,۱۰۸	محل استقرار شعب
۶	۰,۰۹۷	تنوع خدمات

۷	۰,۰۶۲	کیفیت خدمات
۸	۰,۰۳۷	خدمات بانکداری الکترونیک

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.02 \leq 0.1$

رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص هزینه فرایند تامین مالی: بر اساس معیار هزینه فرایند تامین مالی، عامل تسهیلات پرداختی، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیک پایین ترین اولویت را نشان داده است.

جدول (۵) رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص هزینه فرایند تامین مالی

رتبه	وزن	عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی
۱	۰,۲۰۹	تسهیلات پرداختی
۲	۰,۱۹۳	نرخ سود پرداختی به سپرده ها
۳	۰,۱۶۱	تبلیغات
۴	۰,۱۳۶	رفتار و برخورد کارکنان
۵	۰,۱۰۴	محل استقرار شعب
۶	۰,۰۸۱	تنوع خدمات
۷	۰,۰۷۹	کیفیت خدمات
۸	۰,۰۳۷	خدمات بانکداری الکترونیک

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.03 \leq 0.1$

رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص وضعیت اعتباری بانک: بر اساس معیار وضعیت اعتباری بانک، عامل تنوع خدمات، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیک پایین ترین اولویت را نشان داده است.

جدول (۶) رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص وضعیت اعتباری بانک

رتبه	وزن	عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی
۱	۰,۲۲۲	تنوع خدمات
۲	۰,۱۸۹	رفتار و برخورد کارکنان
۳	۰,۱۶۲	تسهیلات پرداختی
۴	۰,۱۴۸	نرخ سود پرداختی به سپرده ها
۵	۰,۱۱۳	محل استقرار شعب
۶	۰,۱۰۷	تبلیغات
۷	۰,۰۴۰	کیفیت خدمات
۸	۰,۰۲۰	خدمات بانکداری الکترونیک

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.03 \leq 0.1$

رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص محدودیت های شرعی و قانونی: بر اساس معیار محدودیت های شرعی و قانونی، بالاترین اولویت، و عوامل محل استقرار شعب، کیفیت خدمات و رفتار و برخورد کارکنان (با امتیاز یکسان) پایین ترین اولویت را نشان داده است.

جدول (۷) رتبه بندی عوامل بر اساس شاخص محدودیت های شرعی و قانونی

رتبه	وزن	عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی
۱	۰,۲۵۴	تنوع خدمات
۲	۰,۲۴۶	نرخ سود پرداختی به سپرده ها
۳	۰,۲۴۳	تسهیلات پرداختی
۴	۰,۱۴۳	تبلیغات
۵	۰,۰۲۹	خدمات بانکداری الکترونیک
۶	۰,۰۲۸	محل استقرار شعب
۶	۰,۰۲۸	کیفیت خدمات

رفتار و برخورد کارکنان ۰,۰۲۸ ۶

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.03 \leq 0.1$

رتبه بندی عوامل بر اساس کلیه شاخص ها: با توجه به جدول نرخ سود پرداختی به سپرده ها با در نظر گرفتن کلیه شاخص ها به عنوان تأثیر گذارترین عامل بر تجهیز منابع بانکی است.

جدول (۸) رتبه بندی عوامل بر اساس کلیه شاخص ها

رتبه	وزن	عوامل موثر بر تجهیز منابع بانکی
۱	۰,۲۱۲	نرخ سود پرداختی به سپرده ها
۲	۰,۲۰۹	تسهیلات پرداختی
۳	۰,۱۴۴	تنوع خدمات
۴	۰,۱۲۸	تبلیغات
۵	۰,۱۰۰	رفتار و برخورد کارکنان
۶	۰,۰۷۸	محل استقرار شعب
۷	۰,۰۶۹	خدمات بانکداری الکترونیک
۸	۰,۰۶۱	کیفیت خدمات

منبع: یافته های تحقیق

Inconsistency Ratio: $0.02 \leq 0.1$

۸. نتیجه گیری

در این پژوهش تلاش شد اولویت بندی عوامل موثر بر تأمین مالی در ایران با استفاده از روش AHP بررسی شود. نخستین یافته ها مربوط به اولویت بندی معیارهای مورد استفاده در تحقیق جهت اولویت بندی عوامل موثر بر تأمین منابع مالی بود که بر اساس نتایج، عامل سیاست های بانک مرکزی با وزن (۰,۳۱۴) بالاترین امتیاز و معیار محدودیت های شرعی و قانونی با وزن (۰,۱۳۳)؛ کمترین امتیاز را از دید مدیران و کارشناسان بانک مهر اقتصاد به خود اختصاص داده است. به بیان دیگر جهت اولویت بندی عوامل موثر بر تأمین منابع مالی در بانک مهر اقتصاد، معیار سیاست های بانک مرکزی، مهم ترین معیار و محدودیت های شرعی و قانونی کم اهمیت ترین معیار است. بر اساس معیار سیاست های بانک

مرکزی، عامل نرخ سود پرداختی به سپرده‌ها با وزن (۰,۲۶۵)، بالاترین اولویت، و عامل رفتار و برخورد کارکنان با وزن (۰,۰۲۵) پایین‌ترین اولویت را نشان داده است. بر اساس معیار بازده مورد انتظار، عامل تسهیلات پرداختی با وزن (۰,۲۱۱)، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیک با وزن (۰,۰۳۷) پایین‌ترین اولویت را نشان داده است. بر اساس معیار هزینه فرایند تامین مالی، عامل تسهیلات پرداختی با وزن (۰,۲۰۹)، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیک با وزن (۰,۰۳۹) پایین‌ترین اولویت را نشان داده است. بر اساس معیار وضعیت اعتباری بانک، عامل تنوع خدمات با وزن (۰,۲۲۲)، بالاترین اولویت، و عامل خدمات بانکداری الکترونیک با وزن (۰,۰۲۰) پایین‌ترین اولویت را نشان داده است. بر اساس معیار محدودیت‌های شرعی و قانونی، تنوع خدمات با وزن (۰,۲۵۴)، بالاترین اولویت، و عوامل محل استقرار شعب، کیفیت خدمات و رفتار و برخورد کارکنان با وزن (۰,۰۲۸) پایین‌ترین اولویت را نشان داده است.

همان‌طور که نتایج فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی نشان داده است در اولویت‌بندی عوامل موثر بر تامین منابع مالی با در نظر گرفتن کلیه معیارها، نرخ سود پرداختی به سپرده‌ها با وزن (۰,۲۱۲)، بعنوان اولین عامل تاثیرگذار بر تجهیز منابع در بانک مهر اقتصاد می‌باشد، تسهیلات پرداختی با وزن (۰,۲۰۹) در مکان دوم قرار دارد. تنوع خدمات با وزن (۰,۱۴۴) در مکان سوم قرار دارد. تبلیغات با وزن (۰,۱۲۸) در مکان چهارم قرار دارد. رفتار و برخورد کارکنان با وزن (۰,۱۰۰) در مکان پنجم قرار دارد. محل استقرار شعب با وزن (۰,۰۷۸) در مکان ششم قرار دارد. خدمات بانکداری الکترونیک با وزن (۰,۰۶۹) در مکان هفتم قرار دارد. کیفیت خدمات با وزن (۰,۰۶۱) در مکان هشتم قرار دارد.

بر اساس نتایج به دست آمده در رابطه با هدف اصلی پژوهش، پیشنهاد می‌گردد:

در جهت بهبود تاثیر عامل نرخ سود پرداختی به سپرده‌ها، طرح‌های مناسبی برای برآورده کردن انتظارات مشتریان و پرداخت سود مورد انتظار مشتریان و بهینه‌سازی بانک، با توجه به قوانین و مقررات بانک مرکزی، انتخاب نمایند. از آن‌جا که اکثر تسهیلات اعطایی از طرف بانک‌های بدون ربا قابل تبدیل به اوراق بهادار هستند لیکن از این میان تسهیلات فروش اقساطی و اجاره به شرط تملیک از اولویت برخوردارند. توجه ویژه به بهبود عوامل خدماتی از جمله مناسب بودن طرح‌های سپرده‌گذاری، تنوع در پرداخت تسهیلات، شیوه‌های عرضه خدمات بانکداری الکترونیکی، زمان کوتاه در دادن تسهیلات، سرعت و دقت در عرضه خدمات، متناسب بودن خدمات الکترونیکی گردد.

منابع و مآخذ

- ابزری م، دستگیر م، قلی پور ع. ۱۳۸۶. بررسی و تجزیه و تحلیل روشهای تأمین مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه اقتصاد مقداری، ۴: ۸۹-۷۳.
- اصغرپور، م. ۱۳۸۷. تصمیم گیری های چند معیاره. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ پنجم.
- بت شکن م، سیف الدینی ج. ۱۳۸۹. کسب و کارها و منابع تأمین مالی متناسب با آنها. مجله اقتصادی- ماهنامه بررسی مسائل و سیاستهای اقتصادی، شماره های ۹ و ۱۰: ۱۱۶-۸۶.
- تحویلداری م. ۱۳۸۶. تحلیل عوامل مؤثر بر جذب مشتری. مجله بانک و اقتصاد ۹۰: ۵۸-۴۴.
- حسینی هاشم زاده د. ۱۳۸۸. بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مندی مشتریان بانک صنعت و معدن. نشریه مدیریت بازرگانی، دوره ۱، ۲: ۸۲-۶۳.
- حشمتی مولائی ح. ۱۳۸۸. تأثیر عملکرد صندوقهای قرض الحسنه بر توسعه مالی. پژوهش نامه اقتصادی: ۱۳۸-۱۰۹.
- خضران. ۱۳۸۵. بررسی عوامل موثر بر تجهیز منابع مالی کشور. روزنامه سرمایه، ۳۵۱: ۱۴-۶.
- دایی کریم زاده س، علیمزادی م، حبیبی پور ح. ۱۳۸۹. بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی: مطالعه موردی (شعب بانک رفاه شهر اصفهان). اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، شیراز.
- رازانی ب. ۱۳۸۲. بررسی و معرفی روش های جدید و مؤثر جذب منابع مالی در شعب بانک تجارت استان لرستان پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم پایه، دانشگاه آزاد واحد خوراسگان.
- ربیعی ع، محمدیان م، برادران جمیلی ب. ۱۳۹۰. ارزیابی اثربخشی تبلیغات بانک پارسیان و شناسایی مهم ترین عامل در افزایش اثربخشی آن در سطح شهر تهران. مجله علمی پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، سال اول، ۲: ۴۰-۱۷.
- روستا، ونوس د، ابراهیمی ع. ۱۳۸۰. مدیریت بازاریابی. تهران: چاپ پنجم، انتشارات سمت.
- شبانلی م. ۱۳۸۸. بازار های مالی و پولی بین المللی. تهران. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه ها، انتشارات سمت.
- صفری ا. ۱۳۹۲. بررسی عوامل مؤثر بر جذب منابع بانکی در بانک انصار. فصلنامه توسعه مدیریت پولی و بانکی، سال اول، ۱: ۵۷.
- عباسقلی پور م. ۱۳۸۹. عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد بانک ها. نشریه بانک و اقتصاد، ۱۰۶: ۳۵-۲۴.
- عبدالباقی ع، دلوی م، ریسی م. ۱۳۸۳. بسط عملکرد کیفی در تعیین مشخصه های فیزیکی شعب. مجله مدیریت صنعتی، ۱۰۴: ۷-۸۳.

- عرفانی ع، همتی م. ۱۳۹۳. رتبه بندی عوامل مؤثر بر منابع بانکی استان سمنان به روش تاپسیس. دوفصلنامه اقتصاد پولی، مالی، سال بیست و یکم، ۸: ۸۴-۶۲.
- عطایی م. ۱۳۸۹. تصمیم گیری چند معیاره. تهران: چاپ اول، انتشارات دانشگاه صنعتی شاهرود.
- فدایی واحد م، مایلی م. ۱۳۹۳. اولویت بندی عوامل مؤثر بر تأمین مالی در ایران با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی. فصلنامه سیاست های مالی و اقتصادی، سال دوم، ۶: ۱۶۰-۱۴۱.
- محمودنیا م. ۱۳۹۴. بررسی و اولویت گذاری عوامل مؤثر بر تأمین مالی شرکتهای تعاونی (مطالعه موردی شرکتهای تعاونی چند منظوره استان مازندران). پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد واحد قائمشهر.
- موسی خانی م، حمیدی ن. ۱۳۸۹. الویت بندی عوامل مؤثر بر عملکرد مدیران آموزش و پرورش با استفاده از فنون تصمیم گیری چندگانه. فصلنامه نوآوری های آموزشی، سال نهم، شماره ۳۴: ۱۵۶-۱۲۷.
- یزدانی دهنوی م. ۱۳۸۷. مؤلفه های مؤثر بر موفقیت بانک ها و مؤسسه های مالی در تجهیز منابع پولی. ماه نوین (ماهنامه داخلی شهروندان بانک اقتصاد نوین)، ۶: ۳۴-۲۵.
- یعقوبی ن، کرد ح، مرادزاده ع، دژکام ج. ۱۳۹۴. تحلیل شبکه ای عوامل حیاتی مؤثر بر جذب سپرده های مشتریان. دو فصلنامه علمی پژوهشی کاوشهای مدیریت بازرگانی. سال هفتم، ۱۳: ۱۲۷-۹۱.
- Amirzade R, Shoorvarzy M. 2013. Prioritizing service quality factors in Iranian Islamic banking using a fuzzy approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(1), 64-78.
- Bukhari khuram sh, Awan M, Ahmed F. 2013. An evaluation of corporate governance practices of Islamic banks versus Islamic bank windows of conventional banks: A case of Pakistan. *Management Research Review*, 36(4), 400-416.
- Dandaponi K. 2008. Internet banking services and credit union performance. *Managerial Finance*, 34(6), PP.437-446.
- Farquhar J Ds, Panther T. 2008. Acquiring and retaining customers in UK banks: An exploratory study. *Journal of Retailing and Customer Services*, Vol.15, PP.9-21.
- Firman M, Evardson B. 2003. A content analysis of complaints and compliments. *Managing Service Quality*, Vol.3.
- Karatepe O, Yavas Y, Babakus E. 2005. Measuring service quality of banks: scale development and validation. *Journal of Relating and Consumer Services*, Vol.12, PP.373-383.
- Mattila M. 2003. Internet banking adaption among mature customers: Early majority or laggards. *Journal of Service Marketing*, 17(5):514-526.
- Naceur B, Barajas A, Massara A. 2015. Can Islamic Banking Increase Financial Inclusion? IMF Working Paper No. 15/31. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2584382>.
- Nam J, & Ekinci, Y, & Whyatt, G. 2011. Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction. *Annals of Tourism Research*. Vol 38. No 3. 1009-1030.

-
- Nam J, & Ekinci, Y, & Whyatt, G. 2011. Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction. *Annals of Tourism Research*. Vol 38. No 3. 1009-1030.
- Pourkazemi M.2006. Ranking the country's commercial banks. *Journal of Research and Economic Policy*; 14(39):60(in Persian).
- Redman A, Tanner J, Manakyan H.2002. Corporate real estate financing methods: A statistical study of corporations' choices. *Journal of Corporate Real Estate*, 4(2), 169 – 186.
- Sarker a.2016. An Evaluation of Islamic Monetary Policy Instruments Introduced in Some Selected OIC Member Countries. *Islamic Economic Studies*. Vol. 24, No. 1: pp 1-47.