

**identified as assumed variables affecting long-term bank deposit**

Abstract

Bank deposit is one of the effective factors in capital formation and achieving economic development. The purpose of the study is to investigate the effect of intra-organizational and extra-organizational variables in predicting the absorption of long-term bank deposits in Melli bank branches in Yazd. The Research method in terms of applied purpose and in terms of the data collection method, is a descriptive analysis of correlation type. By examining the research background and experts' views, five intra-organizational variables (Interest rate as the main policy tool, number of branches, staff skills, variety of services, and advertising) and three extra-organizational variables (per capita income .Parallel market returns and population) were identified as assumed variables affecting long-term bank deposit, and a researcher-made questionnaire was developed. The statistical population included customers with time deposit accounts in 33 branches of Melli bank in Yazd and the sample group consisted of 140 people who were selected using a stratified random sampling method. To analyze the hypotheses, multiple regression analysis methods were used to examine the effect of each of the variables inside and outside the organization in predicting the absorption of term bank deposits.

<https://dx.doi.org/10.30510/psi.2022.292915.1914>

## نقش متغیرهای درون سازمانی و برون سازمانی (با تاکید بر سیاست پولی) در پیش بینی جذب سپرده مدت دار بانکی و تاثیر آن بر جامعه مطالعه موردی: بانک ملی شهرستان یزد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۲/۷

سیدمصطفی میرجلیلی<sup>۱</sup>

مهدی ناظمی اردکانی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۵

جمالبرزگری خانقاه<sup>۳</sup>

### چکیده

سپرده بانکی از عوامل موثر در تشکیل سرمایه و دستیابی به توسعه اقتصادی است. هدف پژوهش بررسی تاثیر متغیرهای درون سازمانی و برون سازمانی در پیش بینی جذب سپرده های مدت دار بانکی در شعب بانک ملی شهرستان یزد است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده ها، توصیفی از نوع همبستگی است. با بررسی پیشینه پژوهش و دیدگاه خبرگان، پنج متغیر درون سازمانی (نرخ بهره، بعنوان اصلی ترین ابزار سیاست پولی، تعدد شعب، مهارت کارکنان، تنوع خدمات و تبلیغات) و سه متغیر برون سازمانی (درآمد سرلنه، بازدهی بازارهای موازی و جمعیت) به عنوان متغیرهای مفروض مؤثر بر جذب سپرده مدت دار بانکی شناسایی شده و پرسشنامه محقق ساخته تدوین گردید. جامعه آماری شامل مشتریان دارای حساب سپرده مدت دار در ۳۳ شعبه بانک ملی شهرستان یزد و گروه نمونه مشتمل بر ۱۴۰ نفر از آنان بود که از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. به منظور تحلیل فرضیه ها از روش تحلیل رگرسیون چند گانه استفاده گردید. جامعه مطالعه موردی: بانک ملی شهرستان یزد. تحلیل داده ها نشان داد تمام متغیرهای پیش بینی کننده (غیر از جمعیت) علاوه بر رابطه معنادار با جذب سپرده مدت دار بانکی، تاثیر معناداری در پیش بینی میزان جذب سپرده داشته و مجموعاً ۴۶ درصد از واریانس آن را پیش بینی می کنند.

**واژه های کلیدی:** درون سازمانی، برون سازمانی، سپرده مدت دار، بانک ملی، سیاست پولی

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری مهندسی مالی دانشگاه یزد (mirjaliliseyedmostafa@gmail.com)

<sup>۲</sup> استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد (نویسنده مسئول) (nazemi@yazd.ac.ir)

<sup>۳</sup> دانشیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری دانشگاه یزد (barzegari@yazd.ac.)

در دنیای پیچیده تجارت و بازرگانی، چه در سطح داخلی چه در سطح بین‌المللی «انباشت سرمایه<sup>۱</sup>» یکی از ارکان اساسی در ساماندهی و تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی‌های مالی و اقتصادی در شکل کلان آن است. بانک‌ها نیز به نوبه خود یکی از ابزارهای مهمی هستند که در اخذ سپرده‌ها و دادن تسهیلات مالی نقشی حیاتی ایفا می‌کنند (رمضانی، ۱۳۸۵، ص ۱). نظام بانکی خدماتی را عرضه می‌کند که بدون آن نظام اقتصادی کشور از حرکت بازمی‌ماند. سرمایه موجود در بانک‌ها منبع اصلی خرید محصولات و خدمات و وام‌های اعطایی آنها منبع ایجاد اعتبار برای همه واحدهای اقتصادی است. یکی از فعالیت‌های اصلی بانک‌ها تجهیز منابع مالی است. در صنعت بانک‌داری عوامل مختلفی بر تجهیز منابع مالی بانک‌ها تأثیر می‌گذارند (آقازاده و ذوالفقاری، ۱۳۸۹، ص ۱).

بانک‌ها از سویی نیازمند جذب نقدینگی سرگردان و در حال گردش در جامعه‌اند تا با تجهیز منابع<sup>۳</sup> خویش بتوانند در اجرای بخش دیگری از وظایف خود، که اعطای تسهیلات بانکی به مشتریان است، با موفقیت عمل کنند و از سوی دیگر برای جذب چنین سپرده‌هایی نیازمند اتخاذ شیوه‌ها و روش‌های خاصانند. به تعبیر دیگر، عواملی در جذب سپرده‌ها مؤثرند که بانک‌ها باید با آنها آشنا باشند و تا حد امکان از آنها بهره‌گیرند. همچنین، بانک‌ها محلی برای تأمین و پشتیبانی لویج و راهاندازی طرح‌های عظیم اقتصادی کشورند و این کار با جذب منابع و تزریق آن به شریان اقتصاد کشور تحقق می‌یابد. اصولاً توسعه یک بانک در درجه اول به افزایش حجم سپرده‌های آن بستگی دارد (رمضانی، ۱۳۸۵، ص ۱).

گرچه عواملی چون صنعتی شدن جوامع و گسترش و تحول فعالیت‌های اجتماعی و در نتیجه پدیدار شدن نیازهای جدید از عوامل مهم و اثرگذار در ایجاد و گسترش نهادهای مالی<sup>۴</sup> است، توسعه و پیشرفت‌های اقتصادی نیز از عوامل بسیار مهم در گسترش و تحول این نهادها به شمار می‌رود. در واقع نهادهای مالی جهت تسهیل پیشرفت دیگر نهادهای اقتصادی شکل گرفته‌اند. بنابراین، می‌توان گفت وجود نهادها و بازارهای مالی<sup>۵</sup> پیشرفته در کنار به‌کارگیری روش‌های نوین با درجه توسعه‌یافتگی یک کشور ارتباط مستقیم دارد. در این شرایط جذب بیشتر منابع مالی و رقابت مؤثر در جذب این منابع از سوی گروه‌های مختلف بانکی از موضوعاتی است که نهادهای مالی و اعتباری بدان توجه داشته و دارند (حبیبی پور، ۱۳۸۹، ص ۱).

اهمیت این مقاله از آن روست که در شرایط فعلی اقتصاد کشور و ضرورت اقتصاد مقاومتی، مشکل بسیاری از کارخانه‌ها و بخش‌های تولیدی، مسئله تأمین سرمایه در گردش و منابع توسعه‌ای است که منابع و سپرده‌های مدت‌دار بانکی تا حدود زیادی جوابگوی نیازهای آنها خواهد بود. کاهش سپرده‌های سپرده‌گذاران می‌تواند به بحران اقتصادی و ورشکستگی بانک‌ها و فلج شدن اقتصاد منجر شود. از این رو بانک‌ها باید بتوانند نسبت به جذب سپرده‌های مدت‌دار اقدام نمایند. حال اگر بتوان با شناسایی عوامل مؤثر در جذب سپرده‌ها به حل مسئله کمک کرد گام بزرگی در حل مشکلات

1 - Capital accumulation  
2 - Deposit  
3 - Equip of resources  
4 - Financial institutions  
5 - Financial markets

اقتصادی کشور برداشته خواهد شد. در این مقاله محقق در صدد بررسی نقش متغیرهای درون سازمانی و برون سازمانی در پیش بینی جذب سپرده مدت دار بانکی بود. این عوامل در کل، به عواملی که داخل سازمان در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار تاثیر میگذارند و عواملی که خارج از سازمان در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار تاثیر میگذارند تقسیم میشوند. محقق بر اساس هدف تحقیق و با بررسی پیشینه موضوع و استفاده از دیدگاه خبرگان، هشت متغیر به منزله متغیرهای موثر در پیش بینی جذب سپرده مدت دار بانکی به دست آمدند که پنج متغیر از آن ها درون سازمانی (شامل: نرخ بهره، تعدد شعب، مهارت کارکنان، تنوع خدمات و تبلیغات) و دو متغیر از آن ها متغیرهای برون سازمانی (شامل: درآمد سرانه، بازدهی بازارهای موازی و جمعیت) می باشد. بنابراین می توان نقش هر یک از عوامل یاد شده را در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار بانکی را اندازه گرفت. با توجه به این موارد، فرضیه های این تحقیق عبارتند از:

فرضیه اصلی: از نظر مشتریان، متغیرهای درون سازمانی و برون سازمانی نقش معناداری در پیش بینی میزان جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانک ملی دارند.

فرضیات فرعی:

۱. از نظر مشتریان، میزان نرخ بهره بانکی نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۲. از نظر مشتریان، میزان درآمد سرانه نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۳. از نظر مشتریان، میزان تنوع خدمات نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۴. از نظر مشتریان، مهارت کارکنان، نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۵. از نظر مشتریان، میزان تبلیغات نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۶. از نظر مشتریان، میزان جمعیت نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۷. از نظر مشتریان، میزان تعداد شعب نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

۸. از نظر مشتریان میزان بازدهی بازارهای موازی نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد.

## ۲. پیشینه پژوهش

نایینی (۱۳۸۷) در پایان نامه خود، برای پاسخ به سؤالات پژوهش (بررسی عوامل مؤثر بر جذب سپرده ها)، روش تحلیل عامل را به کار برد و در پاسخ به سؤالات پژوهش چهار عامل را مؤثر بر جذب سپرده ها شناسایی و اولویت هر یک را به ترتیب توجه به مشتریان (سپرده گذاران) در

اعطای تسهیلات و اعتبارات، رفتار مناسب کارکنان بانک‌ها با صاحبان سپرده‌ها، ارائه خدمات اعطایی به مشتریان در خصوص نرخ سود بالا جهت سپرده‌های بلندمدت و افزایش جوایز قرض‌الحسنه، حفظ اسرار مشتریان، و ارائه اطلاعات مورد نیاز به مشتریان تعیین کرد.

محمدی درویش بقال (۱۳۸۷) تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر جذب سپرده بانکی بر روی سپرده‌های بانک صادرات» به روش داده‌های تابلویی انجام داد. عوامل بررسی شده در این تحقیق عبارت بودند از: تعداد شعب، سپرده‌های دوره قبل، درآمد سرانه واقعی، تورم، جمعیت کشور. نتایج حاکی از آن بود که درآمد واقعی سرانه و بعد از آن تعداد شعب بیشترین اثر مثبت را بر حجم سپرده‌های بلندمدت بانک صادرات دارد. حجم سپرده‌های دوره پیشین نیز از عوامل تأثیرگذار بر حجم سپرده‌های جاری اشخاص و قرض الحسنه و سپرده‌های بلندمدت بانک صادرات بود. بین متغیرهایی که تأثیر مثبت بر حجم سپرده‌های بلندمدت بانک صادرات داشتند کمترین ضریب مربوط به متغیر تورم بود. بین متغیرها، متغیر جمعیت تأثیر معنادار بر حجم سپرده‌های بانک صادرات و مابقی بانک‌ها نداشت.

منصف (۱۳۸۹) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر حجم سپرده‌های بانکی با تأکید بر نرخ سود اوراق مشارکت» با روش اقتصادسنجی، مدل ARDL، نقش عوامل نرخ سود اوراق مشارکت و تولید ناخالص داخلی که ارتباط مستقیم با درآمد سرانه دارد را معنادار یافتند. به عبارت دیگر بین نرخ سود اوراق مشارکت و حجم سپرده‌های بانکی رابطه منفی و بین تولید ناخالص داخلی و حجم سپرده‌های بانکی رابطه مثبت وجود دارد.

پژوهش مروتی شریف آبادی و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر جذب سپرده‌های مشتریان در بانک» با استفاده از روش VIKOR فازی نشان داد که دو عامل نحوه برخورد کارکنان با مشتریان و نرخ سود سپرده، بیشترین تأثیر را بر جذب سپرده‌ها در بانک دارد.

یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان «تحلیل شبکه‌ای عوامل حیاتی مؤثر بر جذب سپرده‌های مشتریان» که از روش فرایند تحلیل شبکه‌ای برای رتبه‌بندی این عوامل استفاده نموده است، به این نتیجه رسید که عوامل ارتباطی انسانی (به‌خصوص نحوه برخورد کارکنان با مشتری) جایگاه نخست در رتبه‌بندی انجام شده را به دست آورده و بعد از آن به ترتیب عوامل خدماتی، عوامل و شرایط فیزیکی و عوامل مالی قرار داشتند.

آهنج (۱۳۹۵) در پایان‌نامه خود با عنوان «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار در بانک پاسارگاد قم از دیدگاه مشتریان» که از روش پیمایشی استفاده نموده است به این نتیجه رسید که عوامل سودپرداختی، تنوع خدمات، مهارت کارکنان، تبلیغات و تعدد شعب به ترتیب عوامل مؤثر بر جذب سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار بانکی می‌باشند.

پاسبان و روحی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر حجم سپرده‌ها در سیستم بانکی» با روش خودرگرسیون برداری به این نتیجه رسید که متغیرهای درآمد سرانه، نرخ ارز در بازار آزاد، قیمت سکه، شاخص مسکن اجاره‌ای، نرخ تورم و میزان جمعیت تأثیر معنادار بر حجم سپرده‌های

بانکی داشته و اولویت تاثیر گذاری به ترتیب مربوط به نرخ ارز، سکه، درآمد سرانه، جمعیت و نرخ تورم می باشد.

صفری و رافتی (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان « بررسی تاثیر عوامل اقتصادی بر حجم سپرده های بانک های خصوصی منتخب ایران» با استفاده از روش داده های ترکیبی نشان داد که متغیرهای نرخ سود سپرده، درآمد سرانه، تعداد شعب و تعداد دستگاه های POS بر حجم سپرده های بلند مدت بانکی اثر مثبت و معنادار دارد اما تاثیر متغیر نرخ تورم بر حجم سپرده های بلند مدت بر حجم سپرده های بلند مدت بانکی منفی و معنادار می باشد.

ساتریو و ستاورینیدس<sup>۱</sup> ان (۱۹۹۷)، تحقیقی تحت عنوان «مدل تحلیل پوششی کیفیت خدمات مشتری داخلی برای شعب بانک» انجام دادند. بدین منظور، پژوهشگران با توجه به نتایج به دست آمده از پرسش نامه ها و مقایسه آنها با یک مدل پیشنهادی شعب کارآمد و ناکارآمد را مشخص و برای بهبود کیفیت خدمات پیشنهادهایی به مدیران شعب ارائه کردند.

یونگ<sup>۲</sup> و جانگ (۲۰۰۶)، تحقیقی تحت عنوان «خدمات و سودآوری بلندمدت در بانک های تایوان» انجام دادند. نتایج نشان داد خدمات بانکی مهم ترین عامل در سودآوری و کسب منفعت برای شعب بانکی مورد مطالعه و کارکنان بانک ها مهم ترین و اساسی ترین عامل جهت دستیابی به افزایش سودآوری و کسب منفعت اند و هزینه های پرسنل یک بار جدی است. در تحقیقی که اولورانیو و هسو<sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، در زمینه اهمیت کارکنان بانک انجام دادند پاسخ دهی و دانش مهم تر تعیین شدند.

پولاک<sup>۴</sup> (۲۰۰۸)، از دانشکده مدیریت بازرگانی دانشگاه ویسکانسین در ایالات متحده، ریشه رابطه میان کیفیت خدمات و رضایت مشتری را بررسی کرد. اطلاعات مورد نیاز این پژوهش از سه بخش خدماتی (خدمات بانکی، خدمات مخابراتی، خدمات بهداشتی) با ابزار پرسش نامه به دست آمد. نتیجه تحقیق نشان داد سطح بالاتر کیفیت خدمات منجر به سطوح بالاتر رضایت مشتری می شود.

آبهیمان<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، با مطالعه برخی شعبه های بانک های بزرگ دولتی هند عواملی چون نیروی انسانی، سطح تحصیلات کارکنان، 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 برشمردند. به باور آنها مهم ترین و اثرگذارترین عامل جذب سرمایه های افراد نیروی انسانی است.

رشید و همکاران<sup>۶</sup> (۲۰۱۲)، پژوهشی با عنوان «معیار های انتخاب بانک در کشور های در حال توسعه» در دانشگاه بنگلادش انجام داد و بانکداری الکترونیک، شایستگی کارکنان، ظاهر داخلی و خارجی بانک و تبلیغات را بعنوان مهمترین عوامل انتخاب یک بانک نشان داد.

1 - Soteriou & Stavrinides

2 - Yong-Chin

3 - Olorunniwo, F. & Hsu, M. K.

4 - Pollack

5 - Abhiman & etal

6 - Rashid, M & etal

سیانی و مینوئی<sup>۱</sup> (۲۰۱۳)، در پژوهش خود با عنوان «عوامل موثر بر انتخاب یک بانک در امارات متحده عربی» به این نتیجه رسیدند که سود، توصیه دوستان، موقعیت شعبه، هزینه خدمات، اعتماد و تسهیلات ارائه شده و پرسنل مهربان و با ادب، معیارهای انتخاب یک بانک توسط مشتریان هستند.

شمس بارگیچوادم<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان «عوامل موثر بر سپرده‌های بانک‌های تجاری در اتیوپی» انجام داده و نتایج بیانگر وجود رابطه‌ی مثبت بین نرخ سود بانکی، نرخ تورم، تولید ناخالص داخلی، با سپرده‌ی بانک‌ها می‌باشد.

مکینده<sup>۳</sup> (۲۰۱۶)، به بررسی «اثر نرخ بهره بر سپرده‌های بانک‌های تجاری نیجریه» پرداخته است. نتایج نشان داد که رابطه‌ی منفی بین نرخ بهره و سپرده‌های بانکی وجود داشته است.

در همه تحقیقات یادشده واضح و مبرهن است که جذب منابع و سودآوری شعب به وفاداری و رضایت مشتری و رضایت مشتری به عوامل بسیاری از قبیل ریاست شعب، کارکنان شعب، امکانات شعب، مکان شعب، و ... بستگی دارد که هر یک از محققان یادشده به برخی از این موارد اشاره کرده اند. برای تأیید تحقیقات قبلی، محقق هفت متغیر اثرگذار بر موفقیت شعب بانک ملی را در جذب منابع مالی از دید مشتریان بررسی نمود.

### ۳. مبانی نظری

#### ۳.۱. تجهیز منابع بانکی<sup>۴</sup>

به موجب ماده سوم از فصل دوم قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک‌ها می‌توانند تحت عناوینی که در پی می‌آید سپرده‌ها را بپذیرند.

#### ۳.۱.۱. سپرده‌های قرض الحسنه<sup>۵</sup>

##### ۳.۱.۱.۱. جاری

حساب جاری<sup>۶</sup> که در دفاتر بانک به تقاضای اشخاص حقیقی یا حقوقی باز می‌شود، قراردادی دوجانبه است که رعایت مفاد آن برای بانک و مشتری الزامی است. بانک با افتتاح حساب جاری به نفع اشخاص امتیاز صدور چک به نام بانک را به دارنده حساب می‌دهد (بهمنی و غفاری، ۱۳۸۴، ص ۸۵).

##### ۳.۱.۱.۲. پس‌انداز

سپرده پس‌انداز<sup>۷</sup> عبارت است از سهمی از درآمد مردم یک کشور که به مصارف جاری و زودگذر تخصیص نیافته و صرف اندوخته یا سرمایه‌گذاری (پس‌انداز) می‌شود، به امید آنکه درآمد آتی مؤثر در افزایش سرمایه ملی از آن حاصل شود (بهمنی و غفاری، ۱۳۸۴، ص ۸۷).

#### ۳.۱.۲. سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت دار<sup>۸</sup>

##### ۳.۱.۲.۱. کوتاه‌مدت

<sup>۱</sup> - Sayani, H., & Mini aoui, H

<sup>۲</sup> - Shemsu Bargicho Adem

<sup>۳</sup> - Makinde, O.H

<sup>۴</sup> - Furnishing a Bank of resources

<sup>۵</sup> - Deposits loan

<sup>۶</sup> - Current account

<sup>۷</sup> - Saving

<sup>۸</sup> - Term deposits in vestment

در افتتاح این گونه حساب‌ها از کارت مخصوص استفاده می‌شود که در آن متقاضی به بانک حق وکالت با توکیل می‌دهد تا سپرده وی را به کار گیرد و منافع حاصله را طبق مقررات و آیین‌نامه‌ها با داشتن حق مصالحه بین بانک و سپرده‌گذار به تناسب مبلغ و مدت و پس از کسر حق الوکاله پرداخت کند.

### ۳. ۱. ۲. بلندمدت

سپرده‌گذار، در صورتی که نخواهد از وجوه خود در طول مدتی که سپرده خود را نزد بانک می‌گذارد استفاده کند، می‌تواند از سپرده سرمایه‌گذاری بلندمدت استفاده کند. سپرده سرمایه‌گذاری بلندمدت در حال حاضر از نظر مدت یک‌ساله، دوساله، سه‌ساله، چهارساله، و پنج‌ساله است (بهمنی و غفاری، ۱۳۸۴، ص ۸۹).

### ۳. ۲. عوامل درون‌سازمانی مؤثر بر جذب منابع

در بانک‌داری نوین مؤلفه‌هایی وجود دارد که بر روند تجهیز منابع پولی بانک‌ها و مؤسسات مالی تأثیر می‌گذارد. در این بخش برخی مؤلفه‌های مؤثر بر افزایش قدرت بانک‌ها در جذب منابع مالی معرفی می‌شود.

#### ۳. ۲. ۱. تبلیغات<sup>۱</sup>

تبلیغات یکی از ابزارهای مهم برای تأثیرگذاری بر خریداران احتمالی و یک ابزار مهم ارتباطی و ترویجی است. گستره وسیعی از شرکت‌ها، از شرکت‌های بزرگ چندملیتی تا خرده‌فروشی‌های کوچک، برای به فروش رساندن محصولات خود بر تبلیغات متکی‌اند. افزایش اهمیت تبلیغات به‌خوبی در رشد روزافزون هزینه‌های تبلیغاتی بنگاه‌ها آشکار است. تبلیغات نگرش‌ها<sup>۲</sup> و رفتار خرید<sup>۳</sup> مصرف‌کنندگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (حسن‌قلی‌پور و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۴).

#### ۳. ۲. ۲. تعدد شعب بانک

طی سال‌های اخیر و به‌ویژه با ورود بانک‌های خصوصی به عرصه فعالیت، شاهد رقابتی شدید در تأسیس شعبه‌های بانکی بودهایم. این وضعیت بیشتر جنبه رقابتی پیدا کرده است. در این شرایط بانکی موفق است که بتواند با آینده‌نگری تعادل منطقی و مناسبی را بین توسعه فیزیکی و توسعه مجازی خود فراهم کند تا در رقابت‌های آینده، که قطعاً تعداد شعب شاخصی مهم به شمار نمی‌رود، موفق‌تر عمل کند (حضره، ۱۳۸۵، ص ۶).

#### ۳. ۲. ۳. سود پرداختی<sup>۴</sup>

در بانک‌داری امروز رعایت این اصل واجب است که کسب سود و افزایش آن باید با توجه به اولویت مدیریت نقدینگی و بعد انتخاب ترکیب مناسبی از دارایی‌ها (تسهیلات، سهام، اوراق قرضه، ارز، طلا، ...) باشد تا بانک موفق شود، ضمن پوشش هزینه‌ها، سود سهامداران خویش را افزایش دهد. افزایش بازدهی دارایی‌ها زمانی امکان‌پذیر است که مسئولان بانک در امور پولی و مالی تخصص داشته باشند و بتوانند با تشخیص مناسب فرصت‌های اقتصادی سیاست بانکی و اعتباری

1 - Advertising

2 - Attitudes

3 - Buying behavior

4 - Interest payments



خود را سریع با تحولات وفق دهند و از فعالیت در بازار پول و سرمایه بهره‌مند شوند (آریا، ۱۳۸۹، ص ۲۵).

### ۳.۲.۴. مهارت کارکنان<sup>۱</sup>

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. در بعد ادراکی، نیروی انسانی شاغل باید به شناسایی و تجزیه و تحلیل و حل مشکلات مشتریان پردازد (یزدانی دهنوی، ۱۳۸۴، ص ۶۸). به‌کارگیری کارکنان مجرب با روابط عمومی مناسب، که سوابق کاری و تحصیلات مرتبط داشته باشند، به منظور کاهش میزان اختلاف عملکرد بانک با انتظارات مشتریان، در زمینه ارائه خدمات، حائز اهمیت است. زیرا ارائه خدمات بانکی با قابلیت نیروی انسانی شاغل در این صنعت ارتباط مستقیم دارد و یکی از مؤلفه‌های اساسی افزایش و ارتقای کارایی محسوب می‌شود (حبیبی پور، ۱۳۸۹، ص ۳).

### ۳.۲.۵. تنوع خدمات بانکی<sup>۲</sup>

خدمات عبارت است از انجام دادن کارهایی که مجموعه‌ای از مزایا را به خریداران (مشتریان) عرضه می‌کند. در نظام بانک‌داری، خدمت ممکن است به کمک دستگاه (عابربانک)، فرد (مشاور)، یا ترکیبی از این دو (صندوقدار) عرضه شود. فرایند بازاریابی خدمات مشابه فرایند بازاریابی کالاهاست و از همه مفاهیم بازاریابی جدید برای عرضه خدمات می‌توان استفاده کرد (ونوس و صفایان، ۱۳۸۳، ص ۲۹).

### ۳.۳. عوامل برون سازمانی موثر بر جذب منابع

#### ۳.۳.۱. درآمد سرانه<sup>۳</sup>

عددی است که از تقسیم تولید ناخالص داخلی بر جمعیت یک کشور به دست می‌آید و چون تولید ناخالص داخلی در برگیرنده ارزش مجموع کالاها و خدماتی است که طی یک دوره معین، معمولاً یک سال در یک کشور تولید می‌شود پس معنای ساده تر درآمد سرانه این است که به ازای هر نفر در یک کشور چه میزان درآمد وجود دارد. نسبت تولید ناخالص داخلی به جمعیت را درآمد سرانه می‌گویند. (عبدلی و سلکی، ۱۳۹۷، ص ۱۰۸)

#### ۳.۳.۲. جمعیت<sup>۴</sup>

به مجموعه افرادی از یک گونه که در یک مکان و زمان زندگی می‌کنند جمعیت گفته می‌شود و به تعداد این افراد (اندازه جمعیت) می‌گویند. جمعیت، یکی از عوامل مهم در میزان جذب سپرده بانکی می‌باشد و مقدار آن برای همه ی بانک‌ها ثابت است (امینی و همکاران ۱۳۸۸، ص ۱۶۳).

#### ۳.۳.۳. بازدهی بازار های موازی<sup>۵</sup>

1 - Employees' Skills  
 2 - Variety of Banking services  
 3 - capitation income  
 4 - population  
 5 . Parallel market returns

منظور از بازارهای موازی و هم ارز، بازار بورس، ارز، طلا، مسکن و خودرو می باشد که در دو سال اخیر شاهد قوت گرفتن بازارها در کشور هستیم. افراد زیادی خصوصا در یک سال اخیر جذب این بازارها شده اند و مهمترین دلیل آن بازدهی بسیار بالای این بازار برای سرمایه گذاران بوده است.

#### ۴. روش شناسی تحقیق

۴.۱. روش تحقیق: پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده ها، تحقیقی توصیفی از نوع همبستگی است.

۴.۲. جامعه، نمونه و روش نمونه گیری: جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مشتریان بانک ملی که دارای حساب سپرده بلندمدت در ۳۳ شعبه شهرستان یزد می باشند بوده است. در پژوهش های از نوع همبستگی حداقل ۳۰ شرکت کننده مورد نیاز است. با این حال مؤلفان مختلف برای مطالعات از نوع رگرسیون چندگانه رهنمودهای متفاوتی دارند. با توجه به ادبیات فوق برای پژوهش حاضر از فرمول تباکنیک و فیدل (۲۰۱۳) برای محاسبه اندازه نمونه ارائه کردند که در آن حجم نمونه ی لازم براساس تعداد متغیرهای پیش بینی کننده تعیین می شود ( $N > 50 + 8m$ ). یعنی حجم نمونه باید بزرگتر از ۵۰ به اضافه ۸ برابر متغیرهای پیش بینی کننده باشد (رضایی و علی اکبری، ۱۳۹۸، ص ۱۱۰) استفاده شد. از آنجا که متغیرهای پیش بینی کننده در این پژوهش، هفت متغیر بوده است حجم نمونه طبق فرمول مذکور حداقل باید ۱۰۶ نفر باشد ولی برای جبران احتمال افت آزمودنیها و جبران پاسخ نامه های ناقص و یا پاسخ نامه های غیرصحیح، این حجم به ۱۴۰ افزایش یافت. براساس روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای ابتدا ۱/۳ شعب بانک ملی شهرستان یزد براساس قاعده تصادفی ساده بعنوان گروه اول انتخاب گردیدند و از بین این ده شعبه، به نسبت تعداد مشتریان، تعداد ۱۴۰ نفر بعنوان حجم نمونه انتخاب شدند. پس از توزیع پرسشنامه بین مشتریان در نهایت تعداد ۱۲۵ پرسشنامه صحیح و کامل جمع آوری شد.

۴.۳. ابزار پژوهش: روش های گردآوری اطلاعات در این تحقیق عبارتست از:

۴.۳.۱. مطالعه کتابخانه ای: جهت گردآوری اطلاعات در زمینه مبانی نظری و پیشینه تحقیق از منابع کتابخانه ای، مقالات، کتابها و نیز از شبکه جهانی اطلاعات استفاده شد.

۴.۳.۲. تحقیقات میدانی: در این روش برای گردآوری اطلاعات محقق ناگزیر با انسانها و سازمانها و مؤسسات ارتباط برقرار کند (محمدی، ۱۳۸۹، ص ۹۲). در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات میدانی از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شده است.

جهت سنجش روایی محتوایی، پرسشنامه در اختیار بیست نفر از استادان و مدیران بانک قرار گرفت که بیش از ۷۰ درصد خبرگان درباره پرسشنامه نظر موافق داشتند و بر این اساس روایی پرسشنامه تأیید شد. ضریب پایایی این پرسشنامه با کمک ضریب آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۷ بدست آمد که ضریب پایایی بالا و مناسبی را نشان می دهد. برای یافتن میزان سپرده مدت دار، از مشتریانی که بعنوان نمونه انتخاب شده بودند پرسش بعمل آمد.

#### ۵. روش تجزیه و تحلیل داده ها

در این بخش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مهمترین شاخص های آمار توصیفی و آزمونهای مناسب در بخش آمار استنباطی استفاده شده است.

۵. ۱. آمار توصیفی. در آمار توصیفی از فراوانی، درصد فراوانی، میانه و میانگین برای توصیف نمونه کمک گرفته شده است.

۵. ۲. آمار استنباطی: در آمار استنباطی از آزمون های زیر استفاده شده است: آزمون کولموگروف - اسمیروف، آزمون همبستگی پیرسون، آزمون رگرسیون چند گانه ANOVA.

## ۶. یافته های پژوهش

### ۱. یافته های توصیفی

۶. ۱. ۱. توصیف وضعیت پاسخگویان از حیث میزان سپرده بلندمدت بانکی

یافته های جدول شماره ۱ نشان می دهد که ۲۳/۲ درصد از پاسخگویان دارای میزان سپرده مدت دار پایین و ۱۹/۲ درصد از پاسخگویان دارای میزان سپرده مدت دار زیر متوسط و ۳۱/۲ درصد از پاسخگویان دارای میزان سپرده مدت دار بالای متوسط و ۱۲/۸ درصد پاسخگویان دارای میزان سپرده مدت دار بالا هستند. این یافته ها نشان می دهد که میزان سپرده مدت دار در جامعه مورد نظر متوسط است.

جدول (۱): میزان سپرده مدت دار بانکی در میان پاسخگویان

درجه بندی میزان سپرده	میزان سپرده	فراوانی	درصد	صد تجمعی
پایین	(۱/۰۰۰/۰۰۰ تا ۲۰/۰۰۰/۰۰۰)	۲۹	۲۳/۲	۲۳/۲
زیرمتوسط	(۲۱/۰۰۰/۰۰۰ تا ۴۰/۰۰۰/۰۰۰)	۲۴	۱۹/۲	۴۲/۴
متوسط	۴۱/۰۰۰/۰۰۰ تا ۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۹	۳۱/۲	۷۳/۶
بالای متوسط	۶۱/۰۰۰/۰۰۰ تا ۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۷	۱۳/۶	۸۷/۲
بالا	۸۱/۰۰۰/۰۰۰ تا ۱۱۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۶	۱۲/۸	۱۰۰
کل		۱۲۵	۱۰۰	

### ۶. ۲. یافته های استنباطی

۶. ۲. ۱. آزمون بررسی نرمال بودن داده ها

برای بررسی نرمال بودن توزیع داده ها، آزمون کولموگروف- اسمرنیوف (K-S) به کار گرفته شد.

فرض های آماری برای این آزمون به شرح زیر است

فرض صفر: داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند.

فرض یک، داده ها از توزیع نرمال پیروی نمی کنند.

جدول شماره ۲ وضعیت نرمال بودن داده ها را نشان می دهد.

جدول (۲): بررسی وضعیت نرمال بودن مؤلفه های تحقیق

مؤلفه	تعداد	Kolmogorov-Smirnovz	Sig	نتیجه آزمون
جمعیت	۱۲۵	۰/۳۳۵	۰/۴۱۰	پذیرش فرض صفر
درآمد سرانه	۱۲۵	۰/۲۷۴	۰/۴۲۰	پذیرش فرض صفر
مهارت کارکنان	۱۲۵	۰/۱۳۵	۰/۳۲۰	پذیرش فرض صفر

نرخ بهره	۱۲۵	۰/۲۵۵	پذیرش فرض صفر
تعداد شعب	۱۲۵	۰/۱۸۸	پذیرش فرض صفر
تنوع خدمات	۱۲۵	۰/۱۸۹	پذیرش فرض صفر
تبلیغات	۱۲۵	۰/۱۸۴	پذیرش فرض صفر
بازدهی بازارهای موازی	۱۲۵	۰/۲۶۳	پذیرش فرض صفر
سپرده مدت دار	۱۲۵	۰/۳۰۰	پذیرش فرض صفر

با انجام دادن آزمون بررسی نرمال بودن توزیع داده های تحقیق حاضر در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح معناداری برای جمعیت ۰/۴۱۰، برای درآمد سرانه ۰/۴۲۰، برای مهارت کارکنان ۰/۳۲۰، برای نرخ بهره ۰/۰۹۵، برای تعداد شعب ۰/۱۳۵، برای تنوع خدمات ۰/۲۵۴، برای تبلیغات ۰/۲۰۵، برای بازدهی بازارهای موازی ۰/۱۱۰ و برای سپرده مدت دار ۰/۰۹۱ بدست آمد که همگی بزرگتر از سطح خطای ۵ درصد است. بنابراین فرض صفر را می پذیریم و فرض مقابل (فرض یک) را رد می کنیم. پس داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند. در نتیجه، نرمال بودن توزیع کل داده ها پذیرفته می شود.

#### ۶.۲.۲. آزمون همبستگی بین متغیرهای تحقیق

#### جدول (۳): نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای پیش بینی و جذب سپرده مدت دار بانکی

مؤلفه	متغیر وابسته	تعداد	ضریب پیرسون	سطح معناداری	جهت رابطه
جمعیت	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	۰/۰۴۰	۰/۶۵۵	رابطه ندارد
درآمد سرانه	جذب سپرده مدت دار بانک	۱۲۵	۰/۵۶۷	۰/۰۳۷	مثبت و مستقیم
مهارت کارکنان	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	۰/۵۱۷	۰/۰۰۹	مثبت و مستقیم
نرخ بهره	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	۰/۶۶۷	۰/۰۰۱	مثبت و مستقیم
تعداد شعب	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	۰/۴۶۷	۰/۰۰۱	مثبت و مستقیم
تنوع خدمات	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	۰/۴۵۸	۰/۰۰۱	مثبت و مستقیم
تبلیغات	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	۰/۳۶۱	۰/۰۰۶	مثبت و مستقیم
بازدهی بازارهای موازی	جذب سپرده مدت دار بانکی	۱۲۵	-۰/۴۶۱	۰/۰۰۱	منفی و غیرمستقیم

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می شود ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر جمعیت و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی برابر ۰/۰۴۰ شده است و با توجه به سطح معناداری ۰/۶۵۵ که بیشتر از ۵٪ می باشد می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار وجود ندارد. به عبارت دیگر متغیر جمعیت رابطه معناداری با میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ندارد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر درآمد سرانه و میزان جذب سپرده مدت دار برابر با ۰/۵۶۷ شده است و با توجه به سطح معناداری ۰/۰۳۷ که کمتر از ۵٪ می باشد می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین درآمد سرانه و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی، مثبت و مستقیم

است. بعبارت دیگر درآمد سرآنه تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش میزان درآمد سرآنه موجب افزایش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر مهارت کارکنان و میزان سپرده مدت دار بانکی برابر  $0/517$  شده است و با توجه به سطح معناداری  $0/009$  که کمتر از  $5\%$  می باشد می توان نتیجه گرفت همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین مهارت کارکنان و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ، مثبت و مستقیم است. بعبارت دیگر مهارت کارکنان تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش میزان مهارت کارکنان موجب افزایش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر نرخ بهره و میزان سپرده مدت دار بانکی برابر  $0/667$  شده است و با توجه به سطح معناداری  $0/01$  که کمتر از  $5\%$  می باشد می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین نرخ بهره و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ، مثبت و مستقیم است. به عبارت دیگر نرخ بهره تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش نرخ بهره موجب افزایش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد.

ضریب همبستگی پیرسون در متغیر تعداد شعب و میزان سپرده مدت دار بانکی برابر  $0/467$  شده است و با توجه به سطح معناداری  $0/001$  که کمتر از  $5\%$  می باشد می توان نتیجه گرفت همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین تعداد شعب و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ، مثبت و مستقیم است. بعبارت دیگر تعداد شعب تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش تعداد شعب موجب افزایش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر تنوع خدمات بانکی و میزان سپرده مدت دار بانکی برابر  $0/458$  شده است و با توجه به سطح معناداری  $0/001$  که کمتر از  $5\%$  می باشد می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین تنوع خدمات بانکی و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ، مثبت و مستقیم است. بعبارت دیگر تنوع خدمات بانکی تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش تنوع خدمات بانکی موجب افزایش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد. ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر تبلیغات و میزان سپرده مدت دار بانکی برابر  $0/361$  شده است و با توجه به سطح معناداری  $0/006$  که کمتر از  $5\%$  می باشد می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین تبلیغات و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ، مثبت و مستقیم است. بعبارت دیگر تبلیغات تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش تبلیغات موجب افزایش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد.

ضریب همبستگی پیرسون دو متغیر بازدهی بازارهای موازی و میزان سپرده مدت دار بانکی برابر  $0/461$  - شده است و با توجه به سطح معناداری  $0/001$  که کمتر از  $5\%$  می باشد می توان نتیجه گرفت که همبستگی معنادار وجود دارد و رابطه ی بین بازدهی بازارهای موازی و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ، منفی و غیرمستقیم است. بعبارت دیگر بازدهی بازارهای موازی تأثیر معناداری بر میزان جذب سپرده مدت دار بانکی دارد و افزایش بازدهی بازارهای موازی موجب کاهش میزان جذب سپرده مدت دار خواهد شد.

همچنین ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر نرخ بهره و میزان جذب سپرده مدت دار بانکی بیشتر از ضریب همبستگی پیرسون بقیه ی متغیرها نسبت به میزان جذب سپرده مدت دار بانکی می باشد و این نشان می دهد افزایش نرخ بهره پرداختی به سپرده ها نقش موثرتری در میزان جذب سپرده ی مدت دار نسبت به بقیه متغیرها دارد.

۳.۲.۶. آزمون رگرسیون بین میزان جذب سپرده مدت دار بانکی و متغیرهای ارتباطی

جدول (۴): معناداری مدل رگرسیون پیش بینی میزان جذب سپرده مدت دار بانکی بوسیله آزمون

## ANOVA

R <sup>2</sup>	Sig	F	نسبت	میانگین	درجه	مجموع مجزورات	
				مجزورات	آزادی		
۰/۴۶۱	۰/۰۰۱	۳۷/۶۸۲		۳۱۷۹۰۱/۷۸۱	۸	۲۲۲۵۳۰۷/۱۲۵	رگرسیون
				۸۴۲۰/۰۶۴	۱۱۶	۹۸۵۲۲۱/۶۷۵	باقیمانده
					۱۲۴	۱۰۰۰۵۶۷۵۴/۸۰۰	کل

با توجه به جدول شماره ۴ معناداری مدل پیش بینی میزان جذب سپرده مدت دار بانکی از روی متغیرهای پیش بینی با آزمون ANOVA تأیید شده است بنابراین می توان به تبیین اثر هر یک از اجزای مدل پیش بینی پرداخت.

جدول (۵): رگرسیون چند متغیری همزمان برای پیش بینی میزان جذب سپرده مدت دار بانکی

متغیرهای پیش بینی	B	Beta	T	Sig
مقدار ثابت	۴۵۴/۴۹۱		۱/۰۴۵	۰/۲۹۸
جمعیت	۴۲/۰۴۰	-۰/۰۵۸	-۰/۴۷۶	۰/۶۳۵
نرخ بهره	۲۵/۶۴۰	۰/۸۱۳۰	۲/۲۳۵	۰/۰۰۱
تنوع خدمات	۳/۲۲۵	۰/۷۰۲۱	۲/۸۸	۰/۰۰۳
مهارت کارکنان	۴/۷۴۹	۰/۵۶۲	۲/۹۵	۰/۰۰۲
تعداد شعب	۲/۳۳۵	۰/۴۹۸	۲/۳۲	۰/۰۱۱
درآمد سرانه	۲/۶۵۱	۰/۶۹۵	۲/۶۹	۰/۰۰۱
تبلیغات	۳۰/۸۲۰	۰/۴۵۸	۱/۹۹	۰/۰۴۹
بازدهی بازارهای موازی	-۴/۸	-۰/۵۴۰	-۲/۰۱	۰/۰۰۱

به منظور بررسی توان پیش بینی متغیرهای پیش بینی، متغیرهای جمعیت، تعداد شعب، تنوع خدمات، مهارت کارکنان، درآمد سرانه، نرخ بهره، تبلیغات و بازدهی بازارهای موازی با استفاده از تحلیل رگرسیون چند متغیره و روش همزمان وارد تحلیل شدند که مشخص گردید روی هم رفته متغیرهای: تعداد شعب، تنوع خدمات، مهارت کارکنان، درآمد سرانه، نرخ بهره، تبلیغات و بازدهی بازارهای موازی مجموعاً ۴۶ درصد واریانس متغیر ملاک یعنی میزان جذب سپرده مدت دار بانکی را تبیین می کنند اما از این میان سهم متغیر نرخ بهره و سپس درآمد سرانه در قیاس با متغیرهای دیگر بیشتر است.

میزان ضریب رگرسیون استاندارد بدست آمده بین متغیر وابسته یعنی میزان جذب سپرده مدت دار بانکی با هر یک از متغیرهای پیش بینی معنادار به این صورت است: میزان بتای متغیر تعدد شعب ۰/۴۹۸، بتای متغیر تنوع خدمات ۰/۷۰۲۱، بتای متغیر مهارت کارکنان ۰/۵۶۲، بتای متغیر درآمد سرآنه ۰/۶۹۵، بتای متغیر نرخ بهره ۰/۸۱۳۰ بتای متغیر تبلیغات ۰/۴۵۸، بتای متغیر بازدهی بازارهای موازی ۰/۵۴۰- و بتای متغیر جمعیت ۰/۰۵۸- است. بدین ترتیب آنچه از نتایج پژوهش حاضر بدست آمده است نشان می دهد هرچه تعداد شعب بیشتر، تنوع خدمات بیشتر، مهارت کارکنان بیشتر، درآمد سرانه بیشتر، نرخ بهره بیشتر و تبلیغات بیشتر باشد، میزان جذب سپرده مدت دار بانکی بیشتر خواهد بود. همچنین میزان جمعیت نقشی در میزان جذب سپرده مدت دار بانکی ندارد.

اکثر اقتصاد دانان بر این نکته تاکید دارند که موتور توسعه ی اقتصادی هر کشور، سرمایه گذاری است و هر کشور برای تامین مالی سرمایه گذاری، نیاز به پس انداز جامع دارد. در اقتصاد ایران ، بعنوان یک کشور در حال توسعه، تشکیل سرمایه مهمترین عامل رشد و توسعه اقتصادی است و یکی از منابع مهم سرمایه سپرده های افراد نزد بانک هاست.

تحولات اجتماعی،سیاسی و اقتصادی بعد از انقلاب از قبیل جنگ تحمیلی،تحریم های اقتصادی،سیاست های پولی و بانکی،تحول نظام بانکی کشور به بانکداری بدون ربا بر روی نحوه سپرده گذاری مردم در بانک ها موثر بوده است. علاوه بر آن پاره ای عوامل از قبیل نرخ بهره ، درآمد سرانه ، مهارت کارکنان بانک ها، تنوع خدمات، تعداد شعب و تبلیغات نیز از اهمیت خاص برخوردار بوده است. تمامی عوامل یاد شده در تصمیم گیری مردم برای اینکه پولشان را به چه صورت از دارایی نگهداری کنند موثرند.

پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل مرتبط با جذب سپرده مدت دار بانکی بانک ملی شهرستان یزد انجام شده است. به طور کلی نتایج زیر از این پژوهش به دست آمده است:

۱- بین میزان نرخ بهره و جذب سپرده مدت دار بانکی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد. بعبارت دیگر هرچه میزان نرخ بهره بیشتر باشد احتمال جذب سپرده بلندمدت بانکی بیشتر است. لذا فرضیه ی میزان نرخ بهره به سپرده ها نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار بانکی دارد، تایید می گردد و این فرضیه با یافته های تحقیقات آهنج (۱۳۹۸)، محمدی درویش بقال (۱۳۸۷) ، ناینی (۱۳۸۷) ، مروتی و همکاران (۱۳۹۲)، صفری و رافتی (۱۳۹۸) ، سیانی و مینوئی (۲۰۱۳) و شمسو بارگیچوادم (۲۰۱۵) همخوان است.

در تبیین این فرضیه میتوان گفت که توانایی بانک در افزایش میزان نرخ بهره به سپرده ها در مقایسه با نرخ سود سایر اوراق میتواند زمینه ساز افزایش و جذب سپرده ی مدت دار بانکی شود و سرمایه های راكد را به سمت سپرده مدت داربانکی حرکت دهد بنابراین پیشنهاد می شود که دولت و بانک مرکزی با اتخاذ سیاست های پولی و بانکی از جمله افزایش نرخ بهره، زمینه را برای افزایش پس انداز فراهم نماید.

۲- بین میزان درآمد سرآنه و میزان جذب سپرده های مدت دار بانکی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد بعبارت دیگر هرچه میزان درآمد سرآنه افراد بیشتر باشد احتمال جذب سپرده مدت دار بانکی بیشتر است. لذا فرضیه میزان درآمد سرانه نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار بانکی دارد تایید می گردد و این فرضیه با یافته های تحقیقات محمدی درویش بقال (۱۳۸۷)، منصف (۱۳۸۹)، پاسبان و روحی (۱۳۹۶)، صفری و رافتی (۱۳۹۸) و شمسو و بارگیچوادم (۲۰۱۵) همخوان است.

در تبیین این فرضیه می توان گفت افزایش درآمد سرانه ، باعث بالارفتن سطح رفاه و مصرف مردم خواهد شد ، بنابراین یکی از زمینه های بهبود سپرده های بانکی ، افزایش درآمد ملی است که پیشنهاد می شود توسعه و بهبود فضای کسب و کار صورت پذیرد تا متعاقب آن ، درآمد سرانه افزایش یابد.

۳- بین میزان تنوع خدمات بانکی و جذب سپرده ی مدت دار بانکی رابطه ی مثبت و مستقیم وجود دارد بعبارت دیگر هرچه میزان تنوع خدمات بانکی بیشتر باشد احتمال جذب سپرده ی مدت دار



بانکی بیشتر است. لذا فرضیه میزان تنوع خدمات نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار بانکی دارد، تایید می گردد و این فرضیه با یافته های تحقیقات آهنج (۱۳۹۸)، نایینی (۱۳۸۷)، یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴) یونگ و جانگ (۲۰۰۶)، یولاک (۲۰۰۸) و سیانی و مینوئی (۲۰۱۳) همخوان است.

در تبیین این فرضیه می توان گفت: تنوع خدمات بانکی از قبیل تسهیلات بویژه وام مسکن و ... گروهی را برای بهره مندی از این خدمات به سمت سپرده گذاری مدت دار بانکی حرکت می دهد.

۴- بین میزان مهارت کارکنان بانک و جذب سپرده ی مدت دار بانکی رابطه ی مثبت و مستقیم وجود دارد بعبارت دیگر هرچه میزان مهارت کارکنان بانک بیشتر باشد احتمال جذب سپرده مدت دار بانکی بیشتر است. لذا فرضیه ی مهارت کارکنان نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد تایید می گردد و این فرضیه با یافته های تحقیقات آهنج (۱۳۹۸)، نایینی (۱۳۸۷)، مروتی و همکاران (۱۳۹۲)، یعقوبی و همکاران (۱۳۹۴)، یونگ و جانگ (۲۰۰۶)، آبهیمان و همکارانش (۲۰۰۹)، رشید (۲۰۱۲) و سیانی و مینوئی (۲۰۱۳) همخوان است.

در تبیین این فرضیه میتوان گفت مهارت کارکنان در برخورد صحیح، مناسب و درست با مشتریان تاثیر قابل توجهی در میزان جذب سپرده های مشتریان دارد. بر این اساس لازم است مدیران بانک ها به این موضوع اهتمام جدی نموده و دوره های مستمر و کاربردی جهت آموزش کارکنان و به روز نمودن اطلاعات ان ها در زمینه فنون و مهارت های ارتباطی و انسانی در سازمان برگزار کنند.

۵- بین میزان تبلیغات و جذب سپرده ی مدت دار بانکی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد بعبارت دیگر هرچه میزان تبلیغات بیشتر باشد احتمال جذب سپرده ی مدت دار بانکی بیشتر است. لذا فرضیه میزان تبلیغات، نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد تایید می گردد. این فرضیه با یافته های تحقیقات آهنج (۱۳۹۸)، آبهیمان و همکارانش (۲۰۰۹) و رشید (۲۰۱۲) همخوان است.

در تبیین این فرضیه می توان گفت توانایی بانک در تبلیغات مناسب که با تجربه ها و نگرش های مشتریان تناسب داشته باشد و به زبان مشتری صحبت کند، می تواند علاقمندی مشتریان را به سپرده گذاری مدت دار بانکی افزایش دهد.

۶- بین میزان تعدد شعب و جذب سپرده ی مدت دار بانکی رابطه مثبت و مستقیم وجود دارد بعبارت دیگر هرچه میزان تعدد شعب بیشتر باشد احتمال جذب سپرده ی مدت دار بانکی بیشتر است و لذا فرضیه میزان تعدد شعب نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده سرمایه گذاری مدت دار بانک دارد، تایید می گردد. این فرضیه با یافته های تحقیقات آهنج (۱۳۹۸)، محمدی درویش بقال (۱۳۸۷)، صفری و رافتی (۱۳۹۸)، آبهیمان و همکارانش (۲۰۰۹) و شمسو و بارگیچوادم (۲۰۱۵) همخوان است. در تبیین این فرضیه می توان گفت بانکداری الکترونیک که نیاز به شعب فیزیکی بانک هارا کاهش می دهد، در جامعه نهادینه نشده و لزوم آموزش و تبلیغات بیشتر در زمینه مزایای به کار گیری ابزار های موجود در شیوه های نوین بانکداری در جامعه ضروری می باشد.

۷- بین میزان جمعیت و جذب سپرده ی مدت دار بانکی رابطه ای وجود ندارد. بعبارت دیگر میزان جمعیت تاثیر معناداری بر جذب سپرده ی مدت دار بانکی ندارد. لذا فرضیه ی میزان جمعیت، نقش

معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی مدت دار بانکی دارد، تایید نمی گردد. این فرضیه با یافته های تحقیقات محمدی درویش بقال(۱۳۸۷) همخوان است. در تبیین این فرضیه میتوان گفت: افزایش جمعیت لزوماً سپرده هارا بیشتر نخواهد کرد چون جمعیتی با درآمد سرانه پایین و فقیر نمی توانند سپرده ها و پس انداز خودرا افزایش دهند و تمامی در آمد خود را صرف مصرف خود می نمایند و از سوی دیگر، جمعیت رابطه ی عکس با درآمد سرانه خواهد داشت

۸- بین میزان بازدهی بازارهای موازی و جذب سپرده مدت دار بانکی رابطه ی منفی و غیرمستقیم وجود دارد بعبارت دیگر هرچه میزان بازدهی بازار های موازی بیشتر باشد احتمال جذب سپرده ی مدت دار بانکی کمتر است و لذا فرضیه ی میزان بازدهی بازار های مالی نقش معناداری در پیش بینی جذب سپرده ی سرمایه گذاری مدت دار بانکی دارد، تایید می گردد. در تبیین این فرضیه می توان گفت با افزایش بازدهی بازارهای موازی در مقایسه با نرخ سود سپرده ها، این سیگنال را به مردم می دهد که نگه داشتن سرمایه شان به شکل ریال بازدهی نخواهد داشت و باید پول را از سپرده ها خارج کنند و به سراغ بازار های موازی بروند؛ که البته این تصمیم، تبعات تورمی خواهد داشت. و این افزایش تورم سبب کاهش پیش از پیش سپرده های بانکی می گردد و برای اولین بار در تاریخ بانکداری کشور، خواباندن پول در بانک به هیچ وجه صرفه ی اقتصادی ندارد لذا پیشنهاد میگردد با سیاست گذاری های متعدد و اجرایی نمودن آن ها کنترل بازارهای موازی از جمله سکه و طلا، ارز، خودرو و مسکن که اقدامی سخت و دشوار نیز می باشد را در دست بگیرد. همچنین باید به این جمله توجه ویژه ای کرد: ((از رشد بازارهای ارز، سکه، طلا، خودرو و مسکن بسیاری از مردم متضرر خواهند شد اما از رشد بازار بورس هیچ گروهی از مردم ضرر نخواهند کرد)).

لازم به ذکر است افزایش نرخ بهره، اگرچه سپرده هارا افزایش می دهد، ولی سبب می شود تا حجم زیادی از سپرده های مردم، به جای سرمایه گذاری در کسب و کار و طرح های اقتصادی در سیستم بانکی، سرمایه گذاری گردد، همچنین باعث میشود، میزان بهره، وام های تحصیلاتی افزایش یافته و منجر به افزایش بهای تمام شده تولیدات و کاهش مصرف جامعه و کاهش تولید ناخالص داخلی و در نهایت افزایش بیکاری و رشد اقتصادی را با خطر مواجه می سازد. افزایش بیکاری و کاهش مصارف عمومی جامعه، بر سلامت و آسایش روانی افراد جامعه تاثیر گذاشته و آن را با خطر مواجه می سازد و امید به زندگی را کاهش می دهد، لذا پیشنهاد می شود، دولت و مدیران بانک ها، به جای افزایش نرخ بهره ی بانکی، از عوامل دیگری که موجب افزایش سپرده ها می شود و نرخ بهره را کاهش می دهد، استفاده نمایند.

۱. آقازاده، هاشم و ذوالفقاری، مهین (۱۳۸۹)، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت شعب بانک در تجهیز منابع مالی مطالعه موردی: شعب بانک تجارت سمنان، دومین کنفرانس بین‌المللی بازاریابی خدمات مالی، مرکز بازاریابی خدمات مالی.
۲. آریا، کیومرث (۱۳۸۹)، سیاست های پولی و ارزی و بانک‌داری، تهران، کویر.
۳. آهنج، هدی (۱۳۹۵)، شناسایی و اولویت بندی عوامل درون سازمانی مؤثر بر جذب سپرده های مدت دار بانکی، مطالعه: بانک پارسارگاد قم، پایان نامه کارشناسی ارشد، پردیس قم، دانشگاه تهران.
۴. امینی، صفی‌ار و همکاران (۱۳۸۸)، بررسی عوامل مؤثر بر جذب سپرده های بانکی، بانک های منتخب با تاکید بر بانک صادرات ایران، اقتصاد مالی، شماره ۶، بهار، ص ۱۵۹-۱۷۲.
۵. بهمنی، محمود و غفاری، مهدی (۱۳۸۴)، اصول بانک‌داری، تهران، مؤسسه عالی بانک‌داری ایران.
۶. پاسبان، فاطمه و روحی، میلاد (۱۳۹۶)، بررسی عوامل مؤثر بر حجم سپرده ها در سیستم بانکی، فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، شماره ۱۹، ص ۶۸-۵۳.
۷. حسن‌قلی‌پور، طهمورث و انوشه، مرتضی و موسوی، سید مجتبی و محسنی، علی (۱۳۸۸)، مدیریت تبلیغات، تهران، نگاه دانش.
۸. خضراء، نادیا (۱۳۸۵)، بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع مالی کشور، سرمایه، ش ۳۵۱، ص ۶.
۹. رضایی، اکبر و علی اکبر دهکردی، مهناز (۱۳۹۸)، روش تحقیق در روان شناسی، انتشارات دانشگاه پیام نور.
۱۰. رضوانی، عیسی (۱۳۸۵)، بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانک سپه استان گلستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران.
۱۱. سرمد، زهره و بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۶)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، چ ۱۴، تهران، آگاه.
۱۲. صفری، سعیده و رأفتی، مریم (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر عوامل اقتصادی بر حجم سپرده های بانک های خصوصی منتخب در ایران. فصلنامه اقتصاد مالی، ش ۴۷، تابستان ۹۸، ص ۲۱۶-۱۹۹.
۱۳. عبدی، مائده و سلگی، صدیقه (۱۳۹۷)، رابطه رشد درآمد سرانه، اعتبارات دریافتی خانوار و نابرابری درآمدی، فصلنامه پژوهشی اقتصادی، شماره ۶۹، تابستان ۹۷، ص ۱۳۲-۱۰۷.
۱۴. محمدی درویش‌بقال، سمیه (۱۳۸۷)، بررسی عوامل مؤثر بر جذب سپرده بانکی (مطالعه بانک صادرات طی دوره ۱۳۶۸-۱۳۸۶)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده پژوهشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء.

۱۵. محمدی، فاطمه (۱۳۸۹)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توان رقابتی هتل‌ها در استان قم از دیدگاه مشتریان، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، پردیس قم، دانشگاه تهران.
۱۶. مروتی شریف آبادی، علی و همکاران (۱۳۹۲)، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر جذب سپرده مشتریان در بانک با استفاده از روش LVIKOR فازی (مورد مطالعه: بانک صادرات استان یزد)، فصلنامه بهبود مدیریت، دوره ۷، ش ۲۰، ص ۱۶۳-۱۴۳.
۱۷. منصف، عبدالعلی و منصوری، نسرين (۱۳۸۹)، بررسی عوامل مؤثر بر جذب سپرده‌های بانکی با تاکید بر نرخ سود اوراق مشارکت (طی دوره ۱۳۶۷-۱۳۸۷)، مجله دانش و توسعه، شماره ۳۴، اسفند ۸۹، ص ۹۰-۷۴.
۱۸. نایینی، محمدحسین (۱۳۸۷)، تعیین عوامل مؤثر در جذب سپرده‌ها در بانک‌های سپه شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد.
۱۹. ونوس، داور و صفاریان، میترا (۱۳۸۳)، روش‌های کاربردی بازاریابی خدمات بانکی برای بانک‌های ایرانی، ج ۳، تهران، نگاه دانش.
۲۰. یزدانی دهنوی، محسن (۱۳۸۴)، مؤلفه‌های مؤثر بر موفقیت بانک‌ها و مؤسسات مالی در تجهیز منابع پولی، مدیرساز، ش ۱۷، ص ۶۵-۷۸.
۲۱. یعقوبی، نورمحمد و همکاران (۱۳۹۴)، تحلیل شبکه‌ای عوامل حیاتی مؤثر بر جذب سپرده‌های مشتریان، دو فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های بازرگانی، سال هفتم، ش ۱۳، تابستان، ص ۱۵۷-۱۳۳.
22. Abhiman, D., Subhash, C., & Ray, A. N. ( 2009). "Labor-use efficiency in Indian banking: Abranch - level analysis", Omega, 37(2): pp. 411- 425.
23. Makinde, O. H. (2016) " effect of interest rate on commercial bank deposits in Nigeria (2000-2013)", AAR16 New York conference, USA, 25-28 May Paper Id: N644.
24. Olorunniwo, F. & Hsu, M. K. (2006 ). "A typology analysis of service quality, customer satisfaction and behavioral intentions in mass services", Managing Service Quality: An International Journal, 16( 2): pp. 106-123.
25. Pollack, B. L. (2008 ). "The nature of the service quality and satisfaction relationship: Empirical evidence for the existence of satisfiers and dissatisfiers", Managing Service Quality: An International Journal, 18(6): pp. 537-558.
26. Rashid, M., Bhuiyan, A. B., & Nishat, A. (2012). Bank selection criteria in developing country : Evidence from Bangladesh. Asian journal of scientific research, 5(2), 58-69
27. Sayani, H., & Mini aoui, H. (2013). Determinants of bank selection in the united Arab Emirates. International Journal of bank marketing, 31(3), 206-228

28. Shemsu Bargicho Adem (2015); Determinants of commercial Bank Deposits in Ethiopia : A case Of Commercial Bank of Ethiopia", Addis Ababa University, June.
29. Soteriou, A. C. & Stavrinides, Y. ( 1997). An internal customer service quality data envelopment analysis model for bank branches", International Journal of Operations & Production, Management 17(8): pp. 780-789.
- 30 . Yong-Chin, L. & Jung, H. (2006). Services and the long -term profitability in Taiwan's banks", Global Finance Journal, 17(2): pp. 177-191.