

ارائه مدلی از عوامل اثر گذار بر تقویت مدل های کسب و کار بانکی

علی حیدری^{*}

۱. دانش آموخته کارشناسی ارشد بانکداری اسلامی، موسسه عالی بانکداری ایران، واحد اصفهان

چکیده

این تحقیق با هدف ارائه مدلی از عوامل اثر گذار بر تقویت مدل های کسب و کار بانکی شکل گرفت. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه افراد آگاه، متخصص و صاحب نظر و افراد با سابقه کار تخصصی و تحقیقاتی در زمینه کسب و کارهای بانکی بودند که به سبب پراکندگی اعضای نمونه ۳۸۵ نفر به شیوه در دسترس از نوع هدفمند انتخاب و پرسشنامه تحقیق را تکمیل نمودند. مولفه های شناسایی شده در اثر گذاری بر تقویت کسب و کار بانکی بر اساس مدل معادلات ساختاری موجود نشان داد بار عاملی تمامی متغیرهای آشکار از سطح مشخص بیشتر است، بنابراین این عوامل به خوبی متغیرهای مکنون را تبیین نمودند. بر اساس یافته های بدست آمده همه متغیرهای مورد بررسی بر تقویت کسب و کارهای بانکی تاثیر دارند و بر اساس ضرایب اثر به ترتیب بازار یابی چند وجهی، نیروی انسانی کارآمد، الگوی مدیریتی، نو آوری، تجارت دیجیتال و زیر ساخت سازی بیشترین اثر در این زمینه را دارا می باشند. همچنین مدل ساخته شده از برازش مطلوبی برخوردار بود.

کلید واژه: کسب و کار، تجارت دیجیتال، کسب و کار بانکی، الگوی مدیریتی

۱. مقدمه

سیستم تجارت در هر دوره بر حسب مصرف کننده الگوی متفاوت و مختص به خود را دارد (آسمن و همکاران، ۲۰۲۰) در همین زمینه تجارت جهانی و سیاست های کلان، موفقیت ساختاری نوین در راستای تغییر مدیریت کلان اقتصادی و تجاری را به وجود آورده است (بریان، ۲۰۱۷) و سیاست های تجاری و ساختاری جدید مبتنی بر مزیت گرایی تدوین شده است (کاگین، ۲۰۱۶). یکی از مهمترین ملزومان در کسب و کارهای اخیر نو آوری و افزایش اعتبار کسب و کار می باشد.

شرکت های نوآور می توانند در هر شکلی و به هر اندازه ای ایجاد شوند و دارای انعطاف اولیه و نو آوری بیشتری در امور و انجام کارها می باشند (کولکارنی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰) معمولاً یک شرکت نوآوری موفق قابلیت رشد بیشتری نسبت به یک شرکت جا افتاده دارد، یعنی می تواند با سرمایه ای کمتر، نیروی کار یا زمینه رشد بیشتری نسبت به شرکت های قدیمی داشته باشد (جوهانسن و کلاوسن^۲، ۲۰۱۱).

مدل کسب و کار یک سازمان به عنوان فرایند اتخاذ تصمیمات راهبردی هیچ وقت کامل نمیشود و آزمایش ارزیابی مدل های کسب و کار بایستی به صورت مداوم و مکرر صورت پذیرد، از این رو، ارزیابی منظم مدل کسب و کار میتواند مبنایی برای بهبود مستمر مدل کسب و کار بوده و تبدیل به محرکی برای ایجاد تغییرات جدی و نوآورانه در مدل شود (رضایی، ۱۳۹۵). در زمینه مدل های کسب و کار، عصر اخیر دوره دیجیتال و بکارگیری چنین رویکردی در صنعت و ساختار تجارت است و عمده شکل کسب و کار نیز معطوف به این مساله است (کولکارنی، ۲۰۲۰). بر همین اساس در شرایط کنونی بکارگیری تکنولوژی های نوین و کارساز یک مزیت رقابتی بسیار موثر برای بهبود شاخص های خویش در رقابت با دیگر منابع و سازمان ها و شرکت ها می باشد (اویزا^۳، ۲۰۱۵). یکی از مهمترین کسب و کارها در شرایط کنونی کسب و کار بانکی می باشد که این کسب و کارها نیاز دارند مطابق با شرایط به تقویت ساختار خویش بپردازند، در همین راستا این تحقیق، بررسی پیرامون عوامل اثر گذار و میزان اثر گذاری عوامل را در کسب و کارهای بانکی مورد بررسی قرار می دهد.

^۱ نویسنده مسئول: علی حیدری

ایمیل: ali2.heidari@bankmellat.ir

^۲ Usman

^۳ Bryan

^۴ Cugin

^۵ Kulkarni

^۶ Johansen and Clausen

^۷ Oyza

۲. مبانی نظری

در زمینه موفقیت کسب و کارها یکی از مباحث مهم در این زمینه نقشه راه و مسیر برنامه ریزی می باشد و در این زمینه کارکرد تجاری و الگوی آن در سطوح گوناگون با ریسک های مختلفی در این بخش همراه است (فرناندز، ۲۰۱۶). یک سرمایه گذاری مطلوب اشاره به یک برنامه و سیاست جامع اولیه، تکوینی - تدریجی و پایانی و هدف گرا دارد که با قرار دادن همه عناصر در کنار یکدیگر و پیش بینی تلاطم های بخش تجاری، زمینه موفقیت و رشد در حیطه را پیش بینی و اساس موفقیت در آن را شامل گردد (هو^۸ و همکاران، ۲۰۱۵). با همه این وجود و علی رغم جامعیت اهمیت توجه به همه عناصر جهت سرمایه گذاری بی خطر و کم خطر، عموماً هر شاخه مدیریتی و تجارتي همواره در لحظه و موقعیت نیازهای ویژه ای را طلب می نماید (بوتازی^۹ و همکاران، ۲۰۱۶) که اصول سیاستی جامع و هدف گرا در این زمینه را طلب می نماید سرمایه گذاری بی خطر و کم خطر در فرایند تجارت یک سازه اساسی و مهم در تحقق اهداف و دستیابی به موفقیت تجاری می باشد که نیاز به یک برنامه تدوینی همه جانبه و دقیق در حیطه های گوناگون دارد (مارتین^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۵). اساس یک سرمایه گذاری با ریسک پایین نیازمند بکارگیری مدیریت صحیح و کارآمد برای هدایت فرایند مورد بررسی، تحلیل های پایه و ابزار سازی لازم جهت دستیابی به اهداف پیش رو (البان^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۵)، تحلیل های صورت گرفته از امکانات و ضعف های موجود و شناسایی کامل نیازمندی ها و ابزار موجود در حرکت به سمت مسیر مشخص شده است (هسیانگ^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۵). از مهمترین ریسک های موجود و آسیب زنده بر کسب و کارها می توان به ریسک مالی و بحران بانکی اشاره نمود. این شاخص در این زمینه اشاره به این موضوع دارد که عدم انتخاب صحیح مدیریت ریسک در شرایط خاص ممکن است شکل دهنده یک شکست بزرگ اقتصادی و مشکلات گسترده در این طیف گردد (رامپینی^{۱۳} و همکاران، ۲۰۲۰). در این زمینه لازم است با برنامه ریزی دقیق و ساختاری آسیب های موجود در این زمینه کاهش و برنامه ساختاری تقویت گردد.

از آنجایی که هر کسب و کاری در ارتباط با مخاطب و مشتریان می باشد. مشتری و رفتار آن مهمترین دارایی سازمان در موفقیت تجاری و الگوهای مرتبط با آن می باشند و شرکت های در ارتباط با مردم، مهمترین برنامه خویش را بر این شاخص و دستیابی به آن جستجو می نمایند (بریان^{۱۴}، ۲۰۱۷). به عبارت دیگر فروش محصول و بکارگیری خدمات و موفقیت در بازار رقابتی و اقتصادی منوط به جذب مشتری و حفظ اعتماد مشتری به محصول مورد نظر است (جی، ۲۰۱۶). سازمان های تجاری متفاوت، راهکارهای مشخص جهت افزایش درآمد و موفقیت تجاری را بکار می گیرند تا به این طریق حداکثر سود و توانمندی مالی و درآمدی را به وجود آورند (فدرو و کارانزا^{۱۵}، ۲۰۱۶). بنابراین آنچنان که مشخص است در وضعیت فعلی، شناسایی رفتار مشتری و علائق و دیدگاههای آنان امری بسیار مهم و ضروری در موفقیت تجاری و رقابت اقتصادی است. پیش هدف اساسی در این زمینه بکارگیری ابزاری جهت تغییر و شناسایی علائق و سلیقه مشتری به سمت کسب قدرت و ایجاد تغییرات اساسی در این زمینه است (سولومن^{۱۶}، ۲۰۱۳). پس شرکت ها و واحدهای تولیدی و خدماتی، اهمیت تجاری و رقابتی خویش را به مرور زمان و با بکارگیری ابزار آلات و تخصص کاری در این زمینه کسب و حفظ می نمایند (مارتینز^{۱۷} و همکاران، ۲۰۱۶). به همین منظور با شناخت این عوامل، این تحقیق هدف دارد تقویت مدل های کسب و کار بانکی و اثر بخشی عوامل و میزان اثر هر کدام را بررسی نماید.

۳. روش تحقیق

این پژوهش با توجه به ماهیت خویش تحقیقی توصیفی - پیمایشی از نوع علی - مقایسه ای می باشد و دارای ماهیت اکتشافی می باشد.

۴. جامعه آماری و روش نمونه گیری

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه افراد آگاه، متخصص و صاحب نظر و افراد با سابقه کار تخصصی و تحقیقاتی در زمینه کسب و کارهای بانکی می باشد که به سبب پراکندگی اعضای نمونه به شیوه در دسترس از نوع هدفمند انتخاب و پرسشنامه تحقیق را تکمیل نمودند.

جهت تعیین حجم نمونه:

$$n = \frac{(1/96)^2(0/5)(1-0/5)}{(0/5)(1-0/5)} \approx 385$$

⁸ Fernandez

⁹ Hua

¹ Bottazzi 0

¹ Martin 1

¹ Elbanna 2

¹ Hsiang 3

¹ Rampini 4

¹ Bryan 5

¹ Jie 6

¹ Federo and Carranza 7

¹ Solomon 8

¹ Martínez 9

جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید. نکته‌ای که لازم است در خصوص این فرمول، گفته شود آن است که چنانچه مقدار p در دسترس نباشد، می‌توان مقدار $0/5$ را برای آن در نظر گرفت، که در این حالت، این فرمول بزرگترین و محافظه کارانه‌ترین عدد ممکن را به دست خواهد داد، با قراردادی اطلاعات بدست آمده از اعضای نمونه و شاخص‌های دیگر مورد بررسی تعداد اعضای نمونه ۳۸۵ نفر در نظر گرفته شد.

۵. ابزار تحقیق

به منظور شناسایی شاخص‌های اثر گذار بر تقویت کسب و کار بانکی با انجام تحلیل محتوا عوامل موثر در این زمینه شناسایی شد و پرسشنامه‌ای محقق ساخته طراحی شد که روائی محتوایی این پرسشنامه از طریق اساتید فن به اثبات رسید و همسانی درونی ماده‌های آزمون از طریق آلفای کرونباخ سنجیده شد.

جدول شماره ۱: بررسی ویژگی‌های روانسنجی پرسشنامه محقق ساخته

مؤلفه	روائی سازه	ضریب آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
نو آوری	۰/۶۱۲	۰/۸۵۲	۰/۸۸۷
تجارت دیجیتال	۰/۷۱۵	۰/۷۷۹	۰/۸۱۹
بازار یابی چند جهی	۰/۶۴۸	۰/۸۱۴	۰/۸۵۱
زیر ساخت سازی	۰/۶۹۹	۰/۸۳۲	۰/۸۶۹
نیروی انسانی کارآمد	۰/۷۴۳	۰/۸۴۴	۰/۸۸۱
الگوی مدیریتی	۰/۷۹۱	۰/۸۱۵	۰/۸۵۳
کل پرسشنامه	-	۰/۸۶۹	۰/۹۰۱

با توجه به اینکه مقدار شاخص AVE برای همه مفاهیم و ابعاد تحقیق بزرگتر از $0/50$ می‌باشد، از آنجا که روایی همگرا زمانی تأیید می‌شود که مقدار شاخص متوسط استخراج تبیین شده بزرگتر از $0/50$ باشد، لذا می‌توان گفت روایی همگرا برای همه مفاهیم و ابعاد تحقیق تأیید می‌شود. همچنین پایایی هر یک از مؤلفه‌ها از که نشان از تناسب درونی ماده‌های آزمون است در همه مؤلفه‌ها بیشتر از $0/7$ که نشان از قابلیت اکتفا ابزار ساخته شده است.

۶. یافته‌ها

بررسی خصوصیات توصیفی آزمودنی‌های تحقیق نشان می‌دهد که دامنه سنی همه اعضای تحقیق ما بین ۲۴ تا ۶۲ سال قرار دارد که از این تعداد ۶۹ درصد افراد مشارکت کننده در تحقیق مرد و بالای ۸۶ درصد سابقه کاری فعال در حیطه مورد بررسی تحقیق را داشتند.

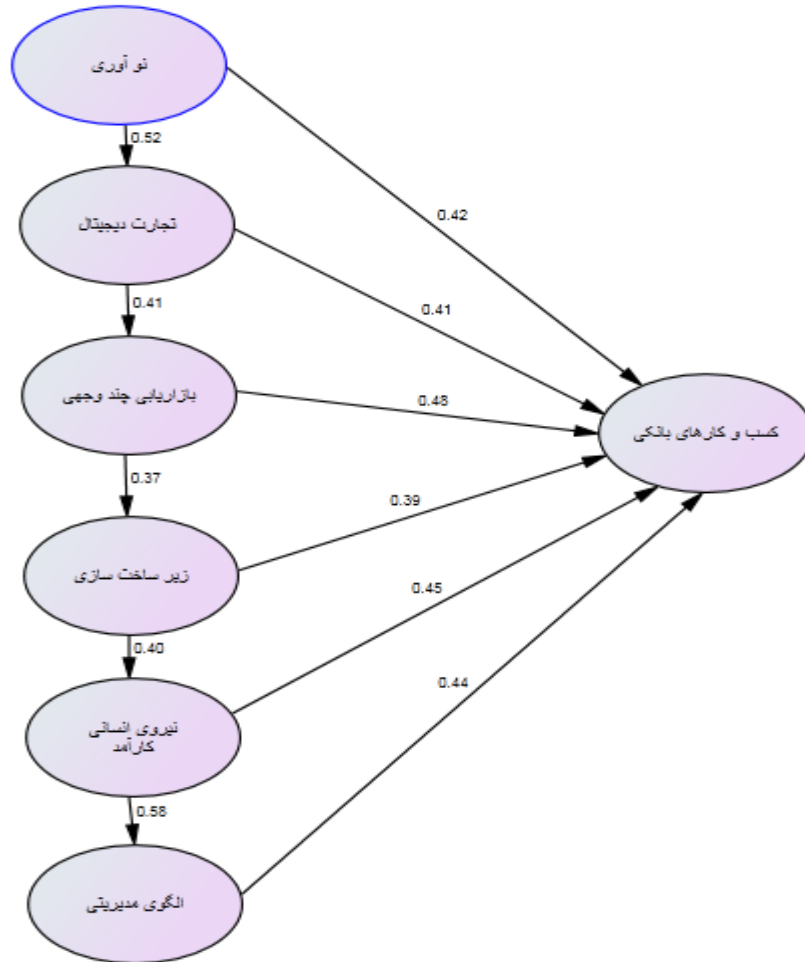
جدول شماره ۲ معناداری آزمون کلموگروف اسمیرنوف برای نرمال بودن توزیع نمونه

مؤلفه	نمونه	معناداری
نو آوری	۳۸۵	۰/۲۲۷
تجارت دیجیتال	۳۸۵	۰/۱۸۱
بازار یابی چند جهی	۳۸۵	۰/۳۱۹
زیر ساخت سازی	۳۸۵	۰/۱۷۲
نیروی انسانی کارآمد	۳۸۵	۰/۱۹۸
الگوی مدیریتی	۳۸۵	۰/۲۲۱

با توجه به اینکه معناداری بدست آمده در این متغیر و همه مؤلفه‌ها بالای $0/05$ بدست آمد، توزیع داده‌ها نرمال و انجام آزمون پارامتریک بلامانع است.

در بخش اول بررسی روابط ما بین متغیرهای تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردید که نتایج حاصل از روابط همبستگی پیرسون در بین متغیرهای تحقیق نشان داد که بین همه مؤلفه‌های تحقیق همبستگی مثبت معنادار وجود دارد و این همبستگی در سطح $0/01$ معنادار می‌باشد.

از آنجا که ضرایب همبستگی متغیرها معنادار بود، امکان استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری فراهم شد.



نمودار شماره ۱: الگوی مدل معادلات ساختاری تقویت مدل کسب و کارهای بانکی

الگوی های مدل معادلات ساختاری موجود نشان می دهد بار عاملی تمامی متغیرهای آشکار از سطح مشخص ۰/۳ بیشتر می باشد، بنابراین این عوامل به خوبی متغیرهای مکنون شامل را تبیین می کنند. با توجه به نتایج جدول و بر اساس معناداری t-value بدست آمده همه روابط اصلی معنادار می باشند. در ادامه روابط بدست آمده بررسی می گردد.

جدول ۲: بررسی روابط تحقیق

فرضیه	متغیر مستقل	وابسته	ضریب مسیر (β)	آماره تی	نتیجه
۱	نو آوری	تقویت کسب و کار بانکی	۰,۴۲	۷,۱۲۹	تایید رابطه
۲	تجارت دیجیتال	تقویت کسب و کار بانکی	۰,۴۱	۶,۹۹۸	تایید رابطه
۳	بازار یابی چند وجهی	تقویت کسب و کار بانکی	۰,۴۸	۹,۸۶۵	تایید رابطه
۴	زیر ساخت سازی	تقویت کسب و کار بانکی	۰,۳۹	۴,۴۴۲	تایید رابطه
۵	نیروی انسانی کارآمد	تقویت کسب و کار بانکی	۰,۴۵	۸,۲۲۸	تایید رابطه
۶	الگوی مدیریتی	تقویت کسب و کار بانکی	۰,۴۴	۸,۰۴۱	تایید رابطه

بر اساس یافته های بدست آمده همه متغیرهای مورد بررسی بر تقویت کسب و کارهای بانکی تاثیر دارند و بر اساس ضرایب اثر به ترتیب بازار یابی چند وجهی، نیروی انسانی کارآمد، الگوی مدیریتی، نو آوری، تجارت دیجیتال و زیر ساخت سازی بیشترین اثر در این زمینه را دارا می باشند.

در بخش پایانی برای ارزیابی برازش مدل از شاخصهای برازندگی استفاده میشود.
جدول شماره ۴: شاخص های برازندگی مدل معادلات ساختاری

ساختمار	شاخص های آماری	χ^2	AGFI	GFI	CFI	RMSEA
کسب و کارهای بانکی	بrazش	۴۱۹/۸۲	۰/۹۵	۰/۹۲	۰/۹۲	۰/۰۱۸

مدل یابی معادلات ساختاری دارای شاخص های برازندگی و مدل ساختاری است. متداول ترین روش برای برآورد بهترین برازندگی در SEM روش بیشینه احتمالی نامیده می شود. از مجموعه آماره های برازش مربوط به مدل ۵ عامل: χ^2 ، AGFI، GFI، CFI و RMSEA در این مدل اندازه گیری گردید. دو شاخص AGFI و GFI هرچه به یک نزدیک باشند برازش کامل مدل را نشان می دهند و کم بودن شاخص RMSEA به منزله مطلوبیت برازش مدل است. شاخص هرچه به یک نزدیکتر باشد، مطلوبیت (CFI) برازندگی تطبیقی بیشتر مدل را نشان می دهد.

با توجه به اینکه مقدراری دو تقسیم بر درجه آزادی کمتر از ۳ است و میزان AGFI و GFI و CFI بالای ۰/۹ می باشند و در این شاخص های برازش هر چه میزان بدست آمده نزدیکتر به ۱ باشد نشان دهنده برازش مناسب تر است و با توجه به اینکه میزان RMSEA برابر با ۰/۰۱۸ و میباشد که هر چه به صفر نزدیک تر باشد نشان دهنده برازش مناسب تر است. هر سه مدل دارای برازش بسیار مناسبی می باشد و تمام ساختارها معنادار و منطبق بر مدل است.

۷. نتیجه گیری

امروزه کسب و کارهای مختلف، اهداف مشخصی را برای دستیابی به بازار و سود آوری طراحی می کنند (گایتان^۲ و همکاران، ۲۰۱۹) و در بین منابع فیزیکی، مالی، اطلاعاتی، تکنولوژی و انسانی یک سازمان، نیروی انسانی به عنوان استراتژیک ترین منبع در هر سازمان مطرح شده است که تغییرات اساسی سازمان توسط آن صورت می پذیرد (نیشتر^۳ و همکاران، ۲۰۱۳). سرمایه سازمانی بکارگیری مجموعه ملاک های اثر بخش و تعیین کننده در زمینه بکارگیری صحیح منابع از مرحله تدوین اهداف تا دستیابی به شاخص های مورد نظر مربوط به آن است که زمینه موفقیت در الگوی مرتبط به آن را موجب می گردد (الحداد^۴، ۲۰۱۵).

علت توجه به مدیریت نیروی انسانی و سرمایه فکری شناسایی و کشف اهمیت این مقوله در سود آوری و موفقیت تجاری در زمینه های مختلف مربوط به آن می باشد. سرمایه های انسانی مهمترین پیش بینی کننده بهره وری و افزایش عملکرد کارکنان و کیفیت محیط کاری است و بهبود و استفاده بهینه آن از مواردی است که همواره نیاز به بررسی جدی و تحلیلی در این حیطه دارد (المیر، ۱۳۹۹). این بکارگیری صحیح از مدیریت انسانی در سایه یک بازاریابی خدماتی و بکارگیری صحیح از منابع ممکن می گردد که باید در کسب و کارهای مختلف به آن توجه کرد.

یکی از کسب و کارهای مهم در شرایط کنونی، کسب و کار بانکی می باشد که بررسی ها گواه بر برخی عملیات های ضعیف و کم کاربرد بر اثر کم توجهی به همه عناصر کسب و کار می باشد بر همین اساس این تحقیق به بررسی و شناخت این عوامل و ارزیابی اثرات آن ها پرداخت. بر اساس یافته های بدست آمده همه متغیرهای مورد بررسی بر نقویت کسب و کارهای بانکی تاثیر دارند و بر اساس ضرایب اثر به ترتیب بازار یابی چند وجهی، نیروی انسانی کارآمد، الگوی مدیریتی، نو آوری، تجارت دیجیتال و زیر ساخت سازی بیشترین اثر در این زمینه را دارا می باشند. این نتایج همسو با مبانی بررسی شده در این سیر، گواه بر این موضوع است که برای تقویت سازی کسب و کار بانکی در درجه اول باید ساختاری نوین و همسویی با تجارت و کسب و کار بین الملل بر مبنای یک تجارت دیجیتال را ایجاد نمود و پس از آن باید با سیاست گذاری و بکارگیری نیروی انسانی قوی در سایه یک مدیریت کارآمد با بازاریابی در ساختار هدف، زمینه بهبود شرایط و کارکرد را موجب گردانید.

² Adjusted Goodness of Fit Index⁰
² Goodness of Fit Index 1
² Comparative Fit Index 2
² Root Mean Square Error of Approximation
² Gaitán 4
² Nishtar 5
² Al-haddad 6

۸. منابع

- رضایی، سیاوش (۱۳۹۵). توسعه کسب و کار های انشعایی. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد همدان
- مالمیر، مرتضی (۱۳۹۹). ارائه مدلی اکتشافی از عوامل مرتبط با هدر رفت سرمایه اجتماعی و انسانی در مسیر پیشرفت، سیزدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت، تهران.
- Al-Haddad, S., Kotnour, T.(2015) "Integrating the organizational change literature: a model for successful change", *Journal of Organizational Change Management*, 28(2), 234-262, <https://doi.org/10.1108/JOCM-11-2013-0215>.
- Bottazzi, L., Da Rin, M., Hellmann, T.(2016). The Importance of Trust for Investment: Evidence from Venture Capital, *The Review of Financial Studies*, 29(9): 2283–2318, <https://doi.org/10.1093/rfs/hhw023>
- Bryan, D., Rafferty, M., Wigan, D.(2017). Capital unchained: finance, intangible assets and the double life of capital in the offshore world. *Review of International Political Economy*, 24:56-86.
- Cugin, L.J., Nj, J.L., Lee, I.(2016). Controlling healthcare professionals: how human resource management influences job attitudes and operational efficiency. *Human Resources for Health*, 8, 10.1186/s12960-016-0149-0
- Elbanna, S., Andrews, R., Pollanen, R.(2015). Strategic Planning and Implementation Success in Public Service Organizations: Evidence from Canada. *Public Management Review*, 17(7):1018-1042.
- Federo, R., Carranza, A.S.(2016). Devising Strategic Plans to improve Organizational Performance of Intergovernmental Organizations. *Global Policy*, 8(2): 202-212.
- Fernandez, M.R.(2016). Social responsibility and financial performance: The role of good corporate governance. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(2): 137-151.
- Gaitán, J.A., Altamira, B.S., Ramírez-Correa, P. E.(2019). Complexity of Understanding Consumer Behavior from the Marketing Perspective," *Complexity*, 8, <https://doi.org/10.1155/2019/2837938>.
- Hou, K., Xue, C., Zhang, L.(2015). Digesting Anomalies: An Investment Approach, *The Review of Financial Studies*, 28(3): 650–705, <https://doi.org/10.1093/rfs/hhu068>
- Jie, L, Rui, D, Xueqi Yongbing, Li. (2016) Information revelation and customer decision-making process of repeat-bidding name-your-own-price auction. *Decision Support Systems*, 90: 46-55.
- Johansen, V. and Clausen, T.H. (2011). "Promoting the entrepreneurs of tomorrow: entrepreneurship education and start-up intentions among schoolchildren", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(2), 208-219.
- Kulkarni, P.(2020). Role of strategic management foremployee engagement and skilldevelopment for start-ups. *Role of strategic management*, 3, 79-95.
- Martínez-Cañas, R., Ruiz-Palomino, P., Linuesa-Langreo, J., & Blázquez-Resino, J. J. (2016). Consumer Participation in Co-creation: An Enlightening Model of Causes and Effects Based on Ethical Values and Transcendent Motives. *Frontiers in Psychology*, 7, 793. <http://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00793>
- Maarten J. Gijsenberg, Harald J. Van Heerde and Peter C. Verhoef. (2015) Losses Loom Longer Than Gains: Modeling the Impact of Service Crises on Perceived Service Quality over Time. *Journal of Marketing Research* 52(5), 642-656. 2: 1-7.
- Nishtar, S., Ralston, J.(2013). Can human resources for health in the context of noncommunicable disease control be a lever for health system changes? *Bulletin of the World Health Organization*. 91(11), 895-6.
- Oyza, A., Edwin, A.(2015). Effectiveness of Social Media Networks as a Strategic Tool for Organizational Marketing Management. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 4, 65-75.
- Rampini, A.A., Et al(2020). Risk Management in Financial Institutions. *The journal of Finance*, 75(2), 591-637.
- Solomon M. R. (2013). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (10th ed.). Essex, England: Pearson Education.
- Usman, M.U., Kumar, P.(2020) Factors Influencing Consumer Intention to Shop Online in Nigeria: A Conceptual Study. *Vision*. 4, [doi:10.1177/0972262920926797](https://doi.org/10.1177/0972262920926797)