

شناسایی عوامل موثر بر سهم بازارهای پول و سرمایه استان گیلان و آرایه استراتژی رقابتی مناسب با آن برای بانک صادرات استان گیلان

نام و نام خانودگی نویسنده: موسی نصوری گزنی

کارمند بانک صادرات استان گیلان

Mousa.nasouri@Yahoo.com

چکیده:

امروز، در جهان کلیه مسائل اعم از سیاسی، نظامی، به خصوص در زمینه های اقتصادی و تجاری جنبه رقابتی به خود گرفته است که بالطبع بانک ها نیز از این قاعده مستثنی نیستند. بنابراین موسسه یا بانکی می تواند در بازار رقابت ماندگار باشد که عوامل دخیل در رابطه با این موضوع را تشخیص و پرورش دهد، مزیت رقابتی ایجاد و متعاقب آن حضور بیشتر در عرصه رقابت در بازار داشته باشد. از این جهت رساله حاضر دو هدف شناسایی عوامل موثر بر سهم بازار پول و سرمایه و ارائه استراتژی مناسب با آن در بانک صادرات گیلان را دنبال کرده است و برای گردآوری داده ها از پرسش نامه و برای آزمون فرضیات برای پاسخ دهی به سوالات تحقیق از آزمون های فریدمن و آزمون مجذور مربع استفاده شده است.

عوامل نوآوری و صدور گواهی سپرده و اعتبار اسنادی به عنوان عوامل داخلی و شناخت نیاز مشتریان و بازاریابی از طریق کارت های بانکی به عنوان عوامل خارجی از لحاظ برخورداری بانک صادرات از آنان در مقایسه با اهمیت آنان در بازار سرمایه و پول فاصله وجود دارد که باید برای رسیدن به سهم بیشتر بازار مورد نظر روی آنها بیشتر کار شود.

واژگان کلیدی: رقابت، ماندگار، سهم، شناسایی، استراتژی

۱- مقدمه:

امروز در جهان مبنای کلیه مسائل اعم از سیاسی، نظامی - به خصوص در زمینه اقتصادی و تجارت بر اساس رقابت بنا نهاده شده است و هر طرف که از میدان رقابت شکست خورده و کنار گذاشته شود محکوم به فنا و نابودی است، بنابراین ماندن در بازار رقابت نیاز به شناختن عوامل موثر در این زمینه دارد و این مسئله در مورد بنگاه ها و موسسات خصوصی از جمله بانکها بیشتر عینیت دارد. اصولاً هدف هر شرکت یا سازمان بالاخص خصوصی ایجاد ارزش برای سهامداران آن است. اگر چه سایر ذی نفعان نیز مهم هستند ولی سهامدار اصلی ترین ذی نفع بوده و ایجاد ارزش برای آن مهم ترین هدف به شمار می رود. (کیت وارد و روشنایدر، ۱۳۸۸) بنابراین برای ایجاد این ارزش شرکت و یا هر سازمانی مثل بانک باید مزیت رقابتی ایجاد کند. از وجود عدم ثبات در بازاری که

در آن فعالیت می کند استفاده کند هم در محیط تجاری و هم در محیط مالی خود . بنابراین شناسایی عوامل موثر بر رقابت و مزیت رقابتی را می طلبد ، بنابراین پژوهش حاضر بر آن است علاوه بر تکمیل یافته ها و نظریات قبلی به شناسایی عوامل موثر بر سهم بازار های پول و سرمایه و ارایه استراتژی رقابتی مناسب با آن برای بانک صادرات گیلان بپردازد.

۱-۱- بیان مساله

بازار پول ، بازاری است که ابزارهای مالی با سر رسید کوتاه مدت (یک سال و کمتر) در آن مبادله می گردند. وگردش پول نقد در آن سریع و نقد شوندگی بالا و ریسک سوخت اصل سرمایه پائین و ابزارهای بدهی بدون حق مالکیت و حق شریک شدن در دارائی بنگاه ها می باشند.

بازار سرمایه:

بازار سرمایه بازاری است که در آن منابع مالی مورد نیاز بنگاه های اقتصادی در دوره های زمانی بلند مدت بیشتر از یک سال تامین می گردد. و نقدشوندگی نسبت به بازار پول پائین و ریسک نرخ بهره و ریسک معاملات و سوخت اصل سرمایه در آن نسبت به بازار پول بالاست .

۱- عمده ترین نهاد های فعال در این بازار بانک های تخصصی ، شرکت های بیمه شرکت های سرمایه گذاری صندوق های بازنشستگی ، موسسات پس انداز و سایر موسسات واسطه سرمایه گذاری مثل کارگزاری ها، بانک های سرمایه گذاری و معامله گران می باشد

جدول شماره ۱-حجم تسهیلات اعطایی نظام بانکی به تفکیک انواع عقودها

سال	قرض الحسنه		عقدهای مبادله ای		عقدهای مشارکتی		سرمایه گذاری مستقیم		سایر		کل	
	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد	مقدار	درصد
۱۳۷۰	۶۸۲	۴	۹۷۳۸	۶۰	۸۵۲۶	۳۲	۲۲۱	۱	۴۱۱	۳	۱۶۳۱۱	۱
۱۳۷۱	۷۷۶	۴	۱۲۷۷۴	۶۰	۶۶۶۷	۳۱	۴۰۹	۲	۲۷۷	۴	۷۲۱۴۰	۱
۱۳۷۲	۱۲۸۹	۵	۱۶۲۶۸	۵۹	۸۲۴۵	۳۰	۷۲۶	۳	۳۰۱۲	۴	۲۷۷۵۸	۱
۱۳۷۳	۱۵۶۲	۴	۲۱۱۸۱	۵۹	۱۰۳۱۱	۲۹	۸۴۲	۲	۱۷۰۳	۵	۹۳۵۵۹	۱
۱۳۷۴	۲۰۴۸	۵	۲۵۵۳۲	۵۸	۶۱۲۶۰	۲۹	۴۷۶	۲	۳۲۷۰	۶	۴۳۶۵۱	۱
۱۳۷۵	۲۶۰۲	۴	۳۲۵۰۷	۵۶	۱۷۴۸۲	۳۰	۵۱۶۱	۳	۶۳۸۰	۷	۵۸۰۱۳	۱
۱۳۷۶	۳۲۷۲	۵	۴۵۲۲۶	۶۴	۱۶۱۷۱	۲۳	۱۸۰۹	۳	۴۵۹۲	۶	۷۰۷۱۰	۱

۱	۹۲۷۸۷	۷	۶۸۳۴	۲	۱۶۴۵	۱۹	۱۷۵۱۵	۶۶	۶۱۳۶۳	۶	۵۴۳۰	۱۳۷۷
۱	۱۳۴۰۴۸	۳۷	۵۰۲۴۰	۱	۲۰۰۹	۱۹	۲۵۷۴۵	۳۷	۴۹۹۵۴	۵	۶۱۰۰	۱۳۷۸
۱	۸۱۷۶۹۰	۳۸	۱۶۷۸۲	۱	۴۲۱۰	۱۸	۳۲۲۹۷	۳۸	۶۷۱۷۸	۴	۷۵۰۸	۱۳۷۹
۱	۲۳۷۴۵۰	۳۸	۲۸۹۵۰	۱	۲۲۲۸	۱۶	۳۷۳۵۸	۴۱	۹۷۷۱۸	۴	۱۰۶۴۴	۱۳۸۰
۱	۷۳۲۰۷۹	۳۶	۳۱۱۶۷۴	۱	۲۵۹۴	۱۳	۱۴۲۹۶	۴۲	۱۲۵۴۹۷	۷	۲۳۰۰۲	۱۳۸۱
۱	۸۴۴۲۳۹	۳۴	۶۱۵۲۵۴	۱	۵۳۷۸	۱۵	۶۴۳۴۵	۴۴	۷۱۹۵۹۲	۶	۲۵۷۹۵	۱۳۸۲
۱	۸۶۰۸۴۰	۳۲	۴۱۹۷۱۰	۱	۰۵۸۶	۱۶	۹۴۷۸۳	۴۶	۸۲۸۱۸۵	۵	۲۸۸۰۳	۱۳۸۳
۱	۲۸۳۲۸۳	۳۵	۲۲۹۰۴۰	۱	۲۸۰۴	۱۷	۸۱۴۰۵۱	۴۳	۹۰۳۵۷۲	۴	۳۶۵۸۱	۱۳۸۴
۱	۳۱۱۷۹۷۲	۳۶	۲۴۲۶۹۲	۱	۱۱۴۸۳	۲۰	۵۲۳۷۸۲	۳۹	۱۴۶۳۴۱	۳	۴۰۰۸۳	۱۳۸۵
۱	۱۶۱۵۷۲۴	۳۴	۶۵۵۵۷۹	۱	۱۴۱۸۱	۲۲	۲۳۵۴۴۹	۴۰	۶۴۱۰۶۱	۳	۵۰۱۹۵	۱۳۸۶
۱	۱۸۱۳۲۵۰	۱۷	۳۰۰۷۸۷	۱	۳۱۳۱۲	۲۵	۵۴۵۶۶۸	۵۴	۶۹۷۸۹۶	۴	۶۳۶۹۰	۱۳۸۷
۱	۲۰۴۴۲۱۴	۲۲	۹۴۵۰۱۰	۱	۱۱۳۲۳	۳۱	۶۲۶۲۰۵	۴۲	۳۸۶۲۹۷	۴	۹۱۶۹۷	تا پایان بهمن ۸۸

منبع: آمار سری های زمانی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ارقام به میلیارد ریال، ۱۳۹۰

موقعیت یک بانک نسبت به دیگر بازیگران صنعت بانکداری، تعیین کننده سود آن بوده و بانکی که بتواند خود را در موقعیتی مناسب نسبت به رقبای خود قرار دهد، سودی بالاتر از میانگین آن صنعت را کسب خواهد نمود. پایه اساسی ماندگاری چنین موقعیتی میان رقبا حفظ مزیت رقابتی خود در صنعت بانکداری است. بررسیها نشانگر آن است که عواملی همچون شناخت نیاز مشتریان، سرمایه گذاری بر روی نیروی انسانی، نوآوری در خدمات بانکی، زمینه های ایجاد اعتماد عمومی به بانک و ... می تواند بر افزایش سهم بانک صادرات از بازار پول و سرمایه موثر باشد. پژوهش حاضر بر آن است، عواملی که بر موفقیت بانک صادرات در کسب سهم بیشتر بازار پول و سرمایه موثرند را شناسایی نماید و بر اساس این عوامل استراتژی های مناسب برای بانک صادرات استان گیلان ارایه نماید. که معاقب آن در کل شبکه بانک صادرات ایران کاربردی شود.

۱-۲ ضرورت و اهمیت تحقیق:

با توجه به اینکه جو رقابت بین بانکها ایجاد شده و بانکی می تواند سر پا باشد که بتواند عواملی را که باعث تثبیت و ماندن در بازار رقابت و و افزایش سهم بازار در میدان رقابتی می شود را شناسایی کرد. و به تبع آن استراتژی مناسب را در این باره تدوین کند. بنابراین از میان بانکها بانک صادرات گیلان را بعنوان موردی انتخاب کردم که عوامل موثر بر افزایش سهم بازار پول و سرمایه را در این بانک در عرصه رقابت بررسی کرده تا بتوان استراتژی مناسب در رابطه با این عوامل برای ماندگاری و افزایش سهم بازار پولی و سرمایه در عرصه رقابت را تدوین کرده و از آنجائیکه وجود و ماندگاری بانکها در رشد و توسعه اقتصاد کشور موثر هستند، این پروژه می تواند کاربرد به سزایی در این زمینه داشته باشد.

1-3-1- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

در این بخش مسائل مورد نظر در دو بخش بررسی مفاهیم نظری، پیشینه تحقیق مطرح می شود. در بخش مفاهیم نظری موضوعاتی نظیر بازار، بازار پول، سهم بازار، سهم بازار پولی، سهم بازار سرمایه، ، جاری از ، خدمات نوین بانکی، ، مزیت رقابتی در بانکها، مطالعات تطبیقی بانکهای چندکشور، مفاهیم استراتژی، مورد بررسی و مذاقه قرار می گیرند.

بطور کلی ذینفعان را در هر سازمانی از جمله بانکها می توان به دو دسته ذینفعان داخلی (کارکنان و سهامداران) و ذینفعان خارجی (مشتریان، بازار و غیره) تقسیم بندی کرد.

1-3-1 بازار

بازار به مجموعه ای از خریداران بالقوه و بالفعل یک کالا یا خدمت اطلاق می شود. از نظر تاریخی، بازار به محلی اطلاق می شود که خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا یا خدمات به آن مراجعه می کنند. (Henrich, 2014) واژه بازار در طول سالیان طولانی معانی مختلفی داشته است بازار به معنی اولیه خود، مکان فیزیکی خاصی است که در آن خریداران و فروشندگان برای مبادله کالا و خدمات به دور هم جمع می شوند (wilder et al, 2014)

1-3-1-1- بازار پول :

بنا به تعریف بازار پول، بازاری برای داد و ستد پول و دیگر داراییهای مالی جانشین نزدیک به پول است که سر رسید کمتر از یکسال دارند. بعبارت صحیح تر از بازار پول می توان به عنوان بازار ابزارهای مالی کوتاه مدت با ویژگی اندک بودن ریسک عدم پرداخت، نقدشوندگی و ارزش اسمی زیاد نام برد. ویژگیهای این بازار استفاده از ابزارهایی است که امکان سرعت نقدینگی را به وضع مطلوب می رساند این ابزارها محل جغرافیایی خاص نداشته و مشارکت کنندگان دارای مزاد منابع نقدی بوده که بطور مستقیم و غیر مستقیم در ایجاد تسهیلات برای واحدهای اقتصادی به منظور تامین نقدینگی و سرمایه در گردش واحدهای اقتصادی مشارکت دارند. و ابزارهای بازار پول عبارتند از: اسناد خزانه، پذیرش بانکی، اوراق تجاری، گواهی سپرده. (خوش خرام، ۱۳۸۷)

1-3-2- سهم بازار

سهم بازار مفهوم بسیار مهمی است و با توجه به درصد کل فروش یک شرکت در یک دوره زمانی خاص به کل کالای فروش رفته در بازار اندازه گیری میشود. و باید در نظر داشته باشیم که قبل از مشخص کردن نقش اول بازار محدوده بازار را مشخص کنیم. مشخص است که سهم بازار یک کالای خاص در محدوده ای که شرکت در آن فعالیت دارد مفهوم پیدا می کند.

(solomon, 2014)

1-3-2-1- سهم بازار پولی

نسبت سپرده های مردم در یک بانک به سپرده های آنان در همه بانکها (Stophanilo and wang,2014)

1-3-2-2 سهم بازار سرمایه

سهم چیست؟ سرمایه هر شرکت سهامی ، به قسمت های مساوی تقسیم می شود که به هر یک از این قسمت ها یک سهم گفته می شود . معمولاً قیمت اسمی سهام در ایران ۱۰۰۰ ریال است . هر فرد پس از خرید سهام مالک جزئی از دارایی شرکت می شود . به یاد داشته باشید که وقتی اقدام به خرید سهام می کنید ، در بازار سرمایه شروع به فعالیت کرده اید . بورس اوراق بهادار به معنای یک بازار ثانویه متشکل و رسمی سرمایه است که در آن سهام بطور مساوی تقسیم می شوند که به هر یک از این قسمت ها، یک سهم گفته می شود که هدف مزیت رقابتی، افزایش در انواع سهم ها بخصوص در مورد بانکها در بازار است که از طریق اعطای حجم تسهیلات بلندمدت بدست می آید. (briker,2014)

1-3-3-1 تعریف و بررسی مفاهیم استراتژی:

واژه استراتژی (strategy) که اکنون در زبان فارسی تعبیر می شود مفهومی که از عرصه نظامی نشات گرفته است که همکنون در عرصه های از جمله اقتصاد، تجارت و بویژه عرصه سازمانی از کاربرد زیادی برخوردار شده است. ریشه واژه استراتژی واژه یونانی استراتژیا strategia به معنی فرماندهی و رهبری است. اکنون به معنای ساده است، طرح عملیاتی به منظور هماهنگی و سازماندهی و اقدامات در راستای هدف در اگر استراتژی را الگویی از عمده ترین هدف های عینی ،منظور ها یا هدف های کلان که به گونه ای بیان شده است که بیانگر آن باشد که شرکت در چه کسب و کاری است یا باید باشد (Hardon and Mayer,2014)

1-3-4-1 پیشینه تحقیق

تحقیقات مشابه تحقیق مورد نظر در گذشته انجام شده که می توان بطور مثال در مقاله (هاشمی ،۱۳۹۱) تحت عنوان تفاوت های فرهنگ در رفتار مصرف کننده و حمیدرضا ایرانی و مهدی گابینی باموضوع بررسی رضایت مشتریان از کیفیت خدمات خودپرداز بانکها اشاره کرد که شناخت نیاز مشتریان را رمز موفقیت در بازار دانسته اند . در مقاله (احمدی ،۱۳۹۰) تحت عنوان تعیین عوامل موثر بر توانمندسازی کارکنان بانک توسعه صادرات ایران و مقاله (سیدنقوی و ترک زاد ،۱۳۹۲) تحت عنوان رابطه مدل استاندارد سرمایه گذاری در افراد و کیفیت توانمندسازی کارکنان به این نتیجه دست یافتند که سرمایه گذاری در نیروی انسانی با توجه به بازار رقابتی بوجود آمده ضروری است

در مقاله ای (بهرامی، ۱۳۹۳) تحت عنوان تاثیر راهبردهای بازار یابی ارتباطی بر افزایش اعتماد و وفاداری الکترونیکی مشتریان بانک سامان در فرآیند ارائه خدمات اینترنتی و مقاله (پورزندی و نصیری، ۱۳۹۱) تحت عنوان مشتری گرایی منشأ نوآوری در بانک این نتیجه حاصل شد که نوآوری در ارائه خدمات بانکی می تواند سهم بازار را افزایش دهد و مزیت رقابتی را تضمین کند.

۱-۳-۱۵ اهداف تحقیق

تحقیق دارای هدف کلی شناسایی عوامل موثر بر سهم بازارهای پول و سرمایه استان گیلان و ارائه استراتژی رقابتی مناسب با آن برای بانک صادرات گیلان و اهداف عملیاتی آگاهی از موثر بودن عواملی چون شناسایی نشناخت نیاز مشتریان، سرمایه گذاری در نیروی انسانی، نوآوری در ارائه خدمات بانکی، اعتماد عمومی به بانک، کارائی کارکنان بانک، بازار یابی از طریق کارتهای بانکی، نوسان نرخ سود سپرده بانکی، عملیاتی شدن اعطای اعتبار در حساب جاری، مکان بانک، گشایش اعتبار اسنادی، اخذ مجوز گواهی سپرده بانکی بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان و تدوین استراتژی رقابتی مناسب برای افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان می باشد.

۱-۳-۶ سوالات تحقیق

۱- سؤال کلی: عوامل موثر بر سهم بازارهای پول و سرمایه استان گیلان و استراتژی رقابتی مناسب با آن برای بانک صادرات گیلان چیست؟

۲-سوالات عملیاتی: آیا عواملی چون شناخت نیاز مشتریان، سرمایه گذاری در نیروی انسانی، نوآوری در ارائه خدمات بانکی، اعتماد عمومی به بانک، کارائی کارکنان بانک، بازار یابی از طریق کارتهای بانکی، عملیاتی شدن اعطای اعتبار در حساب جاری، مکان بانک، گشایش اعتبار اسنادی، اخذ مجوز گواهی سپرده می تواند بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر باشد. و استراتژی رقابتی مناسب برای افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان چیست؟

۲- روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، تحقیق توصیفی است، چون به موقعیت و آنچه هست را مورد ارزیابی قرار می دهد. بر مبنای نتیجه یک تحقیق کاربردی است. همچنین، از لحاظ مبنای داده ها و چارچوب فلسفی و پارادایم آن، دارای طرح تحقیق آمیخته است که با استفاده از مدل آمیخته و طرح تشریحی انجام می پذیرد. توضیح اینکه، محقق در این قسمت برای ارزیابی وضعیت موجود بانک صادرات استان گیلان و مقایسه آن نیازهای سهم بازار پول و سرمایه استان گیلان از پرسشنامه استفاده

می نماید و برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدل های آماری استفاده می کند ، بنابراین کمی است . ولی در قسمت تدوین پرسشنامه از دیدگاه دینفعان کمک گرفته است. برای این قسمت پژوهش از گروه کانونی و به روش کیفی استفاده خواهد شد .

۱-۲ جامعه آماری و نمونه آماری

۱-۱-۲ جامعه آماری

در این تحقیق جامعه آماری شعب بانک صادرات استان گیلان است . در حال حاضر تعداد ۹۱ شعبه بانک در سراسر استان مشغول فعالیت هستند که ۲۷ شعبه در شهر رشت مستقرند

۲-۱-۲ نمونه آماری

در پژوهش حاضر ، تعداد ۴۵ شعبه یعنی حدود ۵۰ درصد شعب بانک صادرات استان گیلان به عنوان نمونه به روش تصادفی ساده انتخاب شده است. در هر شعبه رئیس شعبه و معاون شعبه و رئیس دایره تسهیلات شعبه اعضای نمونه پژوهش حاضر هستند . بدین ترتیب حجم نمونه تعداد ۴۵ ضربدر ۳ یعنی ۱۳۵ نفرند .

۲-۱-۳ ابزار سنجش

جمع آوری داده های مربوط به عوامل موثر بر سهم بازار پول و سرمایه در بانک صادرات استان گیلان از طریق پرسشنامه که به شرح ذیل تدوین می گردد صورت می پذیرد.

۱- استخراج شاخص های مختلفی که به نوعی بر سهم بازار پول و سرمایه موثر هستند با مراجعه متون مربوط

۲- توزیع شاخص های استخراج شده در بین ۵ نفر خبره در زمینه بانکداری و ارزیابی آنها

۳- تعدیل نظرات خبرگان به صورت پرسشنامه تدوین شده به عنوان ابزار سنجش شناسایی عوامل موثر بر سهم بازار پول و سرمایه بانک صادرات استان گیلان

۲-۱-۴ روائی پرسشنامه

تحویل ابزار تحقیق (پرسشنامه) به تعدادی صاحب نظر و متخصص در حوزه برنامه ریزی و مدیریت جهت داوری و قضاوت در مورد

۱- ارتباط آن با موضوع تحقیق

۲- پوشش دادن تمام ابعاد موضوع تحقیق توسط ابزار تحقیق

۳- استفاده از شیوه اعتبار صوری برای بررسی اعتبار ابزار تحقیق (پرسشنامه)

۲-۱-۵ پایانی پرسشنامه

در این تحقیق برای سنجش میزان پایایی مقیاس ها، بعد از پیش آزمون از ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) در تست و پاره تست استفاده شده است.

۲-۱-۶ تجزیه و تحلیل داده های تحقیق

در این تحقیق از نرم افزار SPSS استفاده شده و پژوهش حاضر از دو قسمت آمار توصیفی و آمار استنباطی (وضعیت بانک صادرات) در قسمت آمار توصیفی ویژگی های جمعیت شناختی نمونه آماری شامل سن، جنسیت، میزان تحصیلات، وضعیت تاهل و سابقه شغلی پاسخگویان و در قسمت آمار استنباطی سئوالات پژوهش مطابق با سطح سنجش آنها با آزمون های آماری مرتبط با وضعیت فعلی بانک صادرات گیلان و مقایسه آن با نیازهای بازار پول و سرمایه استان گیلان از لحاظ برخورداری از فاکتورهایی که برای کسب سهم بازار پول و سرمایه استان مورد نیاز هستند، مورد بررسی قرار می گیرند.

۳- یافته های تحقیق

جدول شماره ۲-۱ آشناسخت نیاز مشتریان از عوامل موثر بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
/000	61.186	.966	2.85	توانایی یادگیری ردگیری کردن مصرف کنندگان یا مشتریان (داده های رفتاری و تغییر ترجیحات خریدار)
/000	67.695	1.077	2.79	تمرکز بیشتر روی مشتریان
/000	149.322	.590	4.04	بوجود آوردن مشتریان وفادار و پایدار
/025	7.390	.869	2.88	درک واقعی از مصرف کنندگان و مشتریان
/000	100.797	.458	4.19	درگیر شدن بیشتر از گذشته با بازاریابی مردم (مشتریان)
/000	110.542	.612	4.28	حضور در کارهای فرهنگی از جمله برگزاری نمایشگاه ها، سینما و تئاتر از منظر مشتری مداری
/000	191.763	.494	4.14	طراحی و توسعه سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان
/000	44.034	1.282	3.12	اجرای فعالیت های افکار سنجی و جهت دهی به افکار
/020	11.661	1.296	3.41	تشکیل باجه مخصوص مشتریان ویژه در شعب
/000	33.271	1.129	3.64	بکارگیری بازاریابی شخصی و شرکتی جهت جلب مشتریان خصوصی و شرکتی
/000	50.305	1.322	2.94	طبقه بندی سنی مشتریان بر حسب عادت رفتاری خرید
/176	6.322	1.475	2.81	طبقه بندی جنسی مشتریان
/000	35.390	1.070	3.19	رضایت مشتری و متعاقب آن تبلیغات دهان به دهان
/000	61.153	1.024	3.10	احساس شخصیت و بها در مشتریان از طریق اعطای کارت اعتباری به آنها و شناخت این نیروی درونی توسط مدیران بانکی
/000	81.390	.739	2.91	ایجاد تمایز سرویس دهی مشتریان در طبقات متوسط و کوچک اجتماعی (از لحاظ مالی)
/000	203.949	.716	3.02	ضبط اطلاعات محیطی قوی
/000	97.661	.727	2.97	طراحی و توسعه نظام آموزش الکترونیک (e-Learning)
/000	83.763	.36250	3.3101	شناخت نیاز مشتریان کل

بر اساس جدول شماره ۲ با توجه به اینکه اکثر Sig ها سطوح معنی داری گویند کمتر از ۰,۰۱ هست و میانگین کل گویند ها

بالاتر از میانگین حد متوسط نظری است بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان گفت که شناخت نیاز مشتریان از عوامل موثر

بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است.

جدول شماره ۳-آیاسرمایه گذاری در نیروی انسانی برسهه بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان تاثیردارد؟)

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
/000	21.051	.988	3.40	ظرفیت برای ایجاد دانش جدید
/000	118.864	.915	3.25	مدیریت دانش
/000	48.034	.931	3.27	آموزش پرسنل و ارتقا سطح دانش کاری
/000	83.695	.849	3.40	پاداش ها و تشویق های مکفی کارکنان
/000	53.864	.511	3.33	سرمایه گذاری در نیروی انسانی کل

باتوجه به جدول شماره ۳ باتوجه به اینکه کل Sigهای گویه ها کمتر از ۰,۰۱ هست می توان گفت سرمایه گذاری در نیروی انسانی برسهه بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است .

جدول شماره ۴-آی نوآوری در ارائه خدمات بانکی یکی از عوامل موثر بر سهه بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است؟)

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
۰/۰۰۰	۵۱/۳۵۶	1.176	4.05	برگزاری نمایشگاه ها و مطرح کردن بحث کیفیتی و نوآوری محصولات
۰/۰۰۰	۷۵/۹۶۶	1.297	3.96	فناوری اطلاعات و ارتباطات (IT)
۰/۰۰۰	۱۴۲/۰۰۰	.578	4.08	سرویس دهی با فناوری با کیفیت
۰/۱۱۸	۵/۸۶۴	1.113	3.36	کنترل کیفیت و بهبود مستمر
۰/۰۰۰	۱۰۰/۷۹۷	.458	4.19	تنوع و نوآوری در محصولات و خدمات
۰/۰۰۰	۱۱۰/۵۴۲	.612	4.28	طراحی پر تفوی خدمات بانک(مانند بیمه، لیزینگ، خدمات خانوادگی، ..
۰/۱۹۴	۴/۷۱۲	1.189	3.49	بانکداری بر خط
۰/۰۰۰	۱۹۱/۷۶۳	.494	4.14	ابزارهای اندازه گیری کیفیت محصولات و خدمات نوین
۰/۰۰۰	۵۵/۶۹۵	.41862	3.9165	نوآوری در ارائه خدمات بانکی کل

باتوجه به جدول شماره ۴ که اکثر Sigهای گویه ها کمتر از ۰,۰۱ و میانگین کل گویه ها بالاتر از میانگین حد متوسط نظری است .بنابراین می توان گفت نوآوری در ارائه خدمات بانکی یکی از عوامل موثر بر سهه بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است .

جدول شماره ۵-آی زمینه های ایجاد اعتماد عمومی به بانک می تواند یکی از عوامل موثر بر سهه بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه باشد ؟)

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
/000	25.136	1.165	3.42	اعتماد عمومی
/000	31.915	1.123	3.11	حسن شهرت
/000	36.492	1.119	3.70	سهه عاطفی
/005	12.780	1.043	3.47	سابقه تاسیس
/008	11.966	1.074	3.43	حفظ امنیت اطلاعات شخصی و گردش حساب های مالی بر خط
/065	7.220	1.067	3.27	صندوق امانات
/000	43.831	8.489	3.40	اعتماد عمومی کل

باتوجه به جدول شماره ۵ که اکثر Sig های گویه ها کمتر از ۰,۰۱ هست می توان به این نتیجه رسید که اعتماد عمومی به بانک یکی از عوامل موثر بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان هست .

جدول شماره ۶-آیا افزایش کارایی کارکنان بانک بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است ؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
/000	156.831	1/043	3.76	توسعه و تقویت منابع از جمله توانایی منابع انسانی
/000	87.153	/875	3.49	سرعت و دقت کارکنان
/000	47.220	/954	3.14	باز مهندسی فرآیند ارتقا و انتصاب و فرآیند جذب و استخدام مبتنی بر شایستگی
/000	99.424	/909	2.58	بهره‌مندی از مدیران شایسته و منابع انسانی تحصیل کرده
/000	121.034	/425	2.87	به خدمت گرفتن کارشناسان و متخصصان ویژه و حرفه ای
/000	85.220	/401	3.17	توسعه و تقویت منابع از جمله توانایی منابع انسانی
/000	156.831	1/043	3.76	افزایش کارایی کارکنان کل

باتوجه به جدول شماره ۶ کل Sig های گویه ها کمتر از ۰,۰۱ هست بنابراین می توان گفت که افزایش کارایی کارکنان بانک یکی از عوامل موثر بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است .

جدول شماره ۷-آیا بازاریابی از طریق کارت های بانکی یکی از عوامل موثر بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است ؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
/000	196.644	.463	2.80	۱. گسترش پوشش جغرافیایی دستگاه های خود پرداز و ایجاد شعب ۲۴ ساعته
/000	145.339	.379	2.96	۲. توسعه و گسترش تعداد پایانه فروش
/000	57.424	.648	3.56	۳. توسعه و گسترش انواع کارت های اعتباری
/000	141.627	.470	3.81	۴. توسعه و ترویج بن کارت
/000	69.678	.536	3.63	۵. توسعه و گسترش برات کارت تضمینی
/000	55.644	.550	3.31	۶. توسعه و گسترش کارت های خانواده
/000	180.847	.260	3.34	۷. بازاریابی از طریق کارت های بانکی کل

باتوجه به جدول شماره ۷ که کل Sig های گویه ها کمتر از ۰,۰۱ می باشد و میانگین کل گویه ها بالاتر از میانگین حد متوسط نظری است می توان نتیجه گرفت که بازار یابی از طریق کارتهای بانکی یکی از عوامل موثر بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است .

جدول شماره ۸-آیا افزایش یا کاهش نرخ سود بانک بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است ؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
.000	22.763	1.232	3.49	رضایت همراه با خدمات و محصولات بانکی و سود قابل توجه حساب بانکی
.000	23.780	1.178	3.22	تاثیر نوسانات نرخ سود بر تصمیم گیری مشتریان برای سپرده گذاری
.002	17.424	1.305	2.92	کاهش نرخ سود موجب انتقال سپرده های مشتریان به بانکهای رقیب
.000	53.458	1.333	2.81	افزایش یا کاهش نرخ سود تسهیلات
.000	39.881	1.046	3.33	اعطای نرخ های توافقی سود برای سپرده های با مبالغ قابل توجه
.000	42.932	.87214	3.1542	نوسان نرخ سود کل

باتوجه به جدول شماره ۸ که کل sig های گویه ها کمتر از ۰,۰۱ می باشد میتوان گفت که نوسان نرخ سود سپرده بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان اثر دارد.

جدول شماره ۹-آیا مکان بانک بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است ؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
/013	12.678	1.294	3.08	محیط داخلی مطلوب شعب
/000	26.831	1.101	3.25	مرتب سازی و زیباسازی دوره ای شعب و استاندارد سازی ساختار فیزیکی
/000	27.847	1.280	3.32	محل استقرار شعب از لحاظ منطقه ای
/000	31.237	1.217	3.24	تعدد شعب
/000	23.864	1.166	3.43	محیط های کاری اروگونیک(انعطاف پذیر)
/000	46.915	1.008	3.2441	مکان بانک کل

باتوجه به جدول شماره 9 Sigهای گویه ها کمتر از ۰,۰۱ است بنابراین مکان بانک یکی از عوامل موثر برسهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است

جدول شماره 10- آیا عملیاتی شدن اعطای اعتبار در حساب جاری بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است ؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
.097	7.847	1.337	3.20	قائل شدن معدل موجودی حساب جاری شرط اعطای تسهیلات و اعتبار
.000	27.169	1.115	3.49	تعیین ضریب بالاتر معدل موجودی جهت اخذ تسهیلات برای حساب جاری
.000	58.271	1.023	3.59	اعطای کارت های اعتباری برای حساب های جاری با معدل موجودی قابل قبول
.000	49.186	.835	3.43	عملیاتی شدن اعطای اعتبار در حساب جاری کل

باتوجه به جدول شماره ۱۰، اکثر Sigهای گویه ها کمتر از ۰,۰۱ است بنابراین عملیاتی شدن اعطای اعتبار در حساب جاری یکی از عوامل موثر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است .

جدول شماره 11- گشایش خدمت اعتبارات اسنادی بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است ؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
.000	68.271	1.047	3.29	دخاله در امور مالی بازرگانی و تعهد پرداخت بازرگانی(صادر کنندگان و وارد کنندگان) از طریق اعتبارات اسنادی
.000	130.305	.980	3.12	تضمین پرداخت برای یک معامله از طریق اعتبار اسنادی
.000	78.271	.892	3.01	معاملات تجاری بین المللی از طریق اعتبارات اسنادی
.000	92.119	.75218	3.1473	گشایش خدمت اعتبارات اسنادی کل

باتوجه به جدول شماره 11 Sigهای گویه ها کمتر از ۰,۰۱ است در نتیجه گشایش خدمت اعتبار اسنادی یکی از عوامل اثرگذار بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان است .

جدول شماره 12- آیا اخذ مجوزهای لازم جهت ارائه خدمت گواهی سپرده بانکی بر افزایش سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه استان گیلان موثر است؟

Sig	Chi-Square	انحراف معیار	میانگین	پرسش ها
.000	42.729	.590	3.35	جذب سپرده ها با پرداخت سود از طریق گواهی سپرده عام
.000	204.034	.597	3.21	جذب سپرده شرکت های پیمانکاری برای تامین مالی طرح ها و پروژه های عمرانی از طریق گواهی سپرده خاص
.000	42.525	.595	3.31	تامین مالی سازمان ها و ارگان های دولتی از طریق گواهی سپرده
.000	93.898	.454	3.2910	اخذ مجوزهای لازم جهت ارائه خدمت گواهی سپرده بانکی کل

باتوجه به جدول شماره ۱۲ Sigهای گویه ها کمتر از ۰,۰۱ است. بنابراین اخذ مجوز برای گواهی سپرده بانکی یکی از عوامل موثر بر سهم بانک صادرات گیلان از بازار پول و سرمایه است.

جدول شماره ۱۳- رتبه بندی عوامل تاثیرگذار بر سهم بازار پول و سرمایه در وضعیت کنونی بانک صادرات گیلان

میانگین رتبه ای عوامل تاثیرگذار بر سهم بازار پول و سرمایه	
میانگین رتبه ای	
۶,۶۵	بازاریابی از طریق کارتهای بانکی
۶,۱۹	نوآوری
۶,۱۵	اعتبارسنجی
۶,۱۳	اخذ مجوز گواهی سپرده
۶,۰۵	مکان بانک
۶,۰۳	اعطای اعتبار در حساب جاری
۶,۰۰	اعتماد عمومی
۵,۸۶	نوسانات نرخ سود بانک
۵,۸۱	سرمایه گذاری در نیروی انسانی
۵,۶۴	افزایش کارایی کارکنان
۵,۵۰	شناخت نیاز مشتریان
آزمون فریدمن	
118	فراوانی
10.109	کی دو
10	درجه آزادی
.431	سطح معناداری

همانطور که در میانگین رتبه ای تفاوت معناداری بین عوامل مذکور وجود ندارد. با این وجود رتبه بندی عوامل نشان می دهد که بازاریابی از طریق کارتهای بانک (۶,۶۵)، نوآوری در خدمات بانکی (۶,۱۹) و اعتبار اسنادی (۶,۱۵) بیشترین تاثیر را در افزایش سهم بازار پول و سرمایه داشته و در طرف مقابل کمترین تاثیر مربوط به

نوسان نرخ سود مشتریان (۵,۸۶)، سرمایه گذاری در نیروی انسانی (۵,۸۱) و شناخت نیاز مشتری

۲- استراتژی مناسب کسب سهم بازار پول و سرمایه برای بانک صادرات استان گیلان چیست ؟

براساس بررسی اسنادبالادستی و عوامل داخلی و خارجی و امتیاز کسب شده توسط این عوامل و جدول ژنریک (منطقه بندی

استراتژی می توان ۳ استراتژی تهاجمی را برای بانک صادرات گیلان پیش بینی کرد .

جدول شماره ۱۴ ، ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) بانک صادرات گیلان

توضیحات	امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک خارجی
				فرصت ها:
	۰/۶۰	۴	۰/۱۵	۱- مشتریان
	۰/۴۰	۴	۰/۱۰	۲- فناوری
	۰/۱۲	۳	۰/۱۴	۳- عوامل اقتصادی
	۰/۰۶	۳	۰/۰۲	۴- عوامل سیاسی
	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۵- عوامل اجتماعی
	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۶- عوامل فرهنگی
	۰/۰۳	۳	۰/۰۱	۷- عوامل مذهبی
	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۸- سرمایه گذاری در طرح های عظیم تولیدی صنعتی
	۰/۳۲	۴	۰/۰۸	۹- سرمایه گذاری در طرح های کشاورزی
	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۱۰- سرمایه گذاری در طرح های گردشگری
	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۱۱- سرمایه گذاری در زمینه کالاهای صادراتی
	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱۲- سرمایه گذاری در طرح های عمرانی
	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱۳- خرید سهام شرکت ها
	۰/۰۹	۱	۰/۰۹	تهدیدها:
	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱- مشتریان ناراضی
				و
				پایین آمدن ارزش سهام بانک در بازار بورس اوراق بهادار

	۳/۲۶		۱	جمع
--	------	--	---	-----

منبع: (ماهنامه سپهر بانک صادرات ایران، ۱۳۹۰، ۲)

با توجه به عدد بدست آمده ۳/۲۶، بیانگر این مطلب است که در بانک صادرات گیلان فرصت ها بر تهدیدات غلبه دارد.

جدول شماره ۱۵، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) بانک صادرات گیلان

توضیحات	امتیاز وزن دار	امتیاز وضع موجود	وزن	عوامل استراتژیک داخلی
				قوت ها:
	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	۱- کارکنان
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۲- پیشینه در ارائه خدمات
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۳- سهم ذهنی و عاطفی
	۰/۲۸	۴	۰/۰۷	۴- قابلیت اعتماد
	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۵- مردمی بودن
	۰/۹	۳	۰/۰۳	۶- بازاریابی
	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۷- روابط عمومی
	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۸- مدیریت شعب
	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۹- حوزه عملیاتی
	۰/۹	۳	۰/۰۳	۱۰- حراست و بازرسی
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۱۱- محصولات خدمات نوین بانک
	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	۱۲- فرهنگ سازمانی
				ضعف ها:
	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۱- نظافت شعب
	۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۲- سیستم مناسب برای شناسایی سود
	۰/۱۶	۲	۰/۰۸	۳- روابط صمیمی بین کارکنان
	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۴- صدور اعتبارات اسنادی در حد انتظار
	۰/۱۶	۲	۰/۰۸	۵- اطلاع کارکنان از نحوه استفاده خدمات نوین و سقف مبلغی آنها
	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۶- توسعه دستگاه های پوز
//	۳/۰۶	//	۱	جمع

منبع: (ماهنامه سپهر بانک صادرات ایران، ۱۳۹۰، ۲)

عدد بدست آمده ۳/۰۶ بیانگر این مطلب هست که دربانک صادرات گیلان نقاط قوت بر نقاط ضعف غلبه دارد.

اگر O را علامت فرصت بنامیم و T را علامت تهدید فرض کنیم و برای نقاط قوت علامت S و برای نقاط ضعف علامت W را

در نظر بگیریم، آنگاه چهار استراتژی خواهیم داشت: WT, WO, ST, SO

که می توان بر اساس این چهار استراتژی جدول زیر را تشکیل داد.

جدول شماره ۱۶ جدول استراتژی ها

WO	SO
WT	ST

بر اساس اعدادی که برای عوامل داخلی ۳/۰۶ و برای عوامل خارجی ۳/۲۶ بدست آمده می توان بر اساس جدول قبلی جدول زیر را تشکیل داد.

جدول شماره ۱۷- موقعیت استراتژی بانک صادرات گیلان

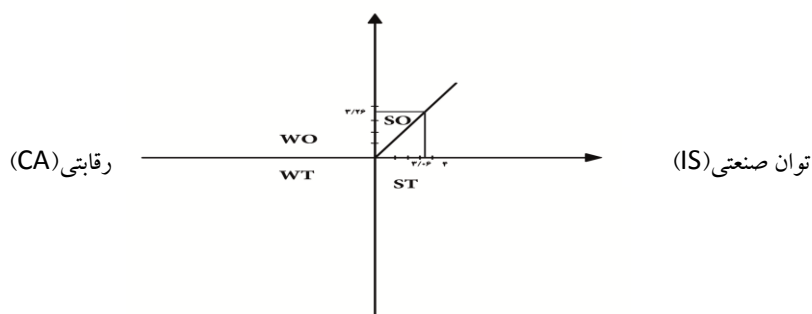
	۲/۵	۳/۰۶	۴
WO			۳/۲۶
		SO	۲/۵
WT		ST	

جدول شماره ۱۸- جدول ژنریک استراتژی بانک صادرات گیلان

محافظة کارانه	تهاجمی
تدافعی	رقابتی

بر اساس جداول فوق می توان منحنی موقعیت یابی استراتژی بانک صادرات گیلان را رسم کرد.

توان مالی (FS)



(ثبات محیطی ES)

شکل ۱- موقعیت استراتژی بانک صادرات گیلان

بر اساس جداول و منحنی مذکور می توان ۳ نوع استراتژی تهاجمی را برای بانک صادرات گیلان پیشنهاد کرد.

- ۱- استراتژی گسترش در استفاده و توزیع جغرافیایی خدمات نوین بانکی همراه با بهینه کردن کیفیت محصولات و خدمات
- ۲- استراتژی در توسعه و گسترش بازاریابی بانکداری شخصی و شرکتی به خصوص در مقوله صدور اعتبارات اسنادی و ضمانتنامه و زیر نظر داشتن بانک ها و موسسات رقیب و گزارش ماهانه رقیب سنجی
- ۳- استراتژی در استقرار سامانه مدیریت در روابط با مشتریان.
- ۲- استراتژی مناسب کسب سهم بازار پول و سرمایه برای بانک صادرات استان گیلان چیست ؟

۴- نتیجه گیری و بحث و بررسی:

دنیای امروز، دنیای رقابت است و هر موسسه یا شرکتی که خود را برای شرایط رقابتی مهیا نسازد، محکوم به شکست و نابودی خواهد بود. که بانکها هم از این قاعده مستثنی نیستند. بنابراین برای اینکه بانکها بطور اعم و بانک صادرات استان گیلان بطور اخص بتواند در بازار رقابتی امروز بقا داشته و سهم خود از بازار را گسترش دهد باید عوامل موثر بر این پایداری و گسترش را شناسائی کند و بر اساس عوامل شناخته شده، استراتژی مناسب برای این مهم را تدوین نماید. در تحقیق حاضر سعی شد با بهره گیری از اطلاعات گذشته و انجام آزمون ها به تکمیل اطلاعات گذشته و دستیابی به نتایج جدید اقدام شود.

بر اساس آزمون مجذور مربع نشان داده شد که کلیه عوامل مورد نظر بر سهم بازار پول و سرمایه بانک صادرات استان گیلان موثر هستند و در آزمون فریدمن این عوامل بر اساس میزان تاثیر گذاری در وضعیت کنونی بانک صادرات استان گیلان رتبه بندی گردید و مشخص شد که عوامل بازاریابی از طریق کارتهای بانک، نوآوری، گشایش اعتبارات اسنادی به ترتیب بیشترین تاثیر و عوامل کارائی کارکنان، سرمایه گذاری در نیروی انسانی، و شناخت نیاز مشتریان کمترین تاثیر را بر سهم بازار پول و

سرمایه بانک صادرات استان گیلان دارند و با لحاظ کردن عواملی که بیشترین تاثیر را بر سهم بازار پول و سرمایه بانک صادرات گیلان دارند و خواهند داشت .

همچنین جداول بررسی عوامل خارجی و داخلی و جدول ژنریک آنها که استراتژی از نوع تهاجمی را نشان می دهد و همینطور با استفاده از نظر خبرگان و کارشناسان بانک صادرات استان گیلان ، استراتژیهای مناسب برای بانک صادرات گیلان در شرایط کنونی ، تدوین و اولویت بندی شد که به ترتیب اولویت عبارتند از : ۱- استراتژی بازاریابی بانکداری شخصی و شرکتی و گشایش اعتبارات اسنادی ، ۲- استراتژی گسترش استفاده و توزیع جغرافیایی خدمات نوین بانکی و زیر نظر داشتن تحرکات رقبا و گزارش ماهانه رقیب سنجی ، ۳- استراتژی برقراری سامانه ارتباط با مشتری .

بنا براین بر مدیران عالی بانک صادرات استان گیلان هست که از فرصت های موجود در بازار پول و سرمایه در شرایط پیش آمده پس از توافق هسته ای ۱+۵ استفاده کرده و سهم بازار پول و سرمایه بانک صادرات استان گیلان را بیش از پیش در بازار پولی و سرمایه ای استان، با تدابیری که خواهند اندیشید گسترش دهند و متعاقب آن شاهد انعکاس مثبت در شبکه بانک صادرات ایران و شکوفایی اقتصاد کشور عزیزمان ایران اسلامی باشیم .

۵- پیشنهادات تحقیق

۵-۱ پیشنهادهای کاربردی

۱- سه استراتژی مذکور در این تحقیق به عنوان پیشنهادات اصلی تحقیق به مدیران ذی ربط در بانک صادرات گیلان ارائه می گردد . علاوه بر آن می توان موارد دیگری را بر گرفته از نتایج تحقیق حاضر به عنوان راهکارهای عملیاتی و کاربردی به شرح ذیل پیشنهاد داد :

شناخت نیاز مشتریان از طریق تشکیل گردهمایی متشکل از مدیران عالی بانک صادرات گیلان با مشتریان سر شناس و معتبر اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی و تشریح مساعی با آنان به صورت سالانه

- نظر سنجی از کلیه مشتریان اعم از حقیقی و حقوقی طی برگه های نظر سنجی از طریق شعب به صورت سالانه
- ایجاد سامانه ارتباط با مشتریان
- تداوم افتتاح حساب دانش آموزی برای دانش آموزان سال اول ابتدایی و اهداء هدایای غیر نقدی به دانش آموزان برای شکل گیری سهم ذهنی و عاطفی آنان به عنوان مشتریان بالقوه بانک صادرات گیلان

- شرکت در طرح های عمرانی نظیر ساخت زیر ساخت ها از قبیل اتوبان ها ، پل ها همراه با نشان دادن آرم بانک صادرات در کنار مشخصات پروژه در دست احداث و تبلیغات آن از طریق رسانه های گروهی
- بها دادن به همکاران نخبه و ایده پرداز و ایده های جدید و استفاده از نظرات آنها نه فقط از طریق درج در هفته نامه سپهر ، بلکه دعوت حضوری از آنها در قالب جلسات هم اندیشی و تشکیل اتاق فکر و استفاده و مورد تجزیه و تحلیل قرار افکار و نظرات آنان توسط مدیران عالی بانک صادرات گیلان
- حضور بیشتر در کارهای فرهنگی (فیلم و تئاتر و نقاشی) و نمایشگاه ها و بها دادن به کارهای برتر به خصوص از جانب کودکان به عنوان مشتریان بالقوه بانک
- حضور بیشتر در کارهای عام المنفعه از جمله ساختن مدارس و ورزشگاه ها برای ساختن یک جامعه سالم و فعال و به وجود آمدن سهم ذهنی خوب از بانک صادرات گیلان
- غافل نشدن مدیران عالی بانک صادرات گیلان از اهمیت قائل شدن برای آموزش و مدیریت و تسهیم دانش و تربیت نیروی متخصص با توجه به مقوله های کیفیت و نوآوری و مزیت رقابتی در بازار رقابتی پول و سرمایه
- غافل نبودن از تشکیل بودن شعب که نماینده بانک صادرات گیلان هستند ، چه از لحاظ محیط داخلی و نصب دستگاه های تهویه با شمیم معطر و چه از لحاظ محیط خارجی ، که برای مشتریان و احساس و ذهنیت خوبی از بانک صادرات گیلان ایجاد کند .
- اگر قرار است شعبی به صورت اجاره و یا احداثی برای بانک صادرات گیلان ایجاد شود ، در مراحل کارشناسی مکان ، به مسئله پارکینگ اتومبیل مشتری و یا دست کم نزدیکی به پارکینگ عمومی توجه شود.
- به مدیران بانک صادرات گیلان توصیه می شود که مقوله شایسه سالاری را در انتصابات کارکنان مد نظر قرار دهند که سبب ایجاد انگیزه و دلگرمی بیشتر و به تبع آن کارایی و بهره وری بیشتر در کارکنان (سرمایه اصلی بانک صادرات گیلان) شده و مزیت رقابتی را در بازار پول و سرمایه استان رقم خواهد زد ، که قابل تقلید توسط رقبا نخواهد بود .
- مسئله متحدالشکل بودن لباس کارکنان و وضع ظاهری آنان از طرف مدیران عالی و میانی بانک صادرات گیلان در بازدیدها جدی گرفته شود چونکه از لحاظ روحی و روانی در کارکنان بانک نوعی اعتماد به نفس و تعلق خاطر سازمانی ایجاد و مروج تقویت فرهنگ سازمانی و بهره وری بالا و مزیت رقابتی را در پی خواهد داشت .
- به مدیران عالی بانک صادرات گیلان توصیه می شود تانسبت به ترویج خدمات اعتبارات اسنادی (L.C) ارزی و ریالی و همچنین ضمانتنامه های ارزی و ریالی که باعث جذب منابع ارزان قیمت و کسب کارمزد قابل توجه برای بانک و مهمترین منبع درآمد بعد

از سرمایه بانک و یکی از عوامل افزایشی سهم بازار پول و سرمایه برای بانک صادرات گیلان در بازار پولی و سرمایه ای استان هستند توجه و حساسیت ویژه داشته باشند .

- معجز اخذ گواهی سپرده نیز در جذب منابع از طریق ارگان ها و دستگاه های دولتی و غیر دولتی برای تامین مالی اجرای طرح ها و پروژه ها برای این سازمان ها ، برای بانک صادرات گیلان کمک شایانی است و به مدیران عالی بانک صادرات گیلان توصیه می شود که در این مهم بکوشند .
- غافل نشدن مدیران عالی از بهبود مستمر برای زیر ساخت های فنی و خدمات برای ارتقای کیفیت خدمات و محصولات بانکی و به تبع آن ایجاد مزیت رقابتی .
- جدی گرفتن مدیران بانک صادرات گیلان در رابطه با فناوری اطلاعات و بانک اطلاعاتی در مورد مشتریان و صدور پیامک برای مشتریان مناسب های مختلف و ایجاد کردن احساس کرامت و شخصیت در مشتریان از این طریق

۵-۲ پیشنهادهای پژوهشی

۱- پیشنهاد می شود روی موضوع خدمت اعتبار اسنادی (L.C) که انواع مختلف را شامل می شود و با توجه به اینکه جنبه بین المللی دارد و هم اینکه قسمت اعظم درآمد بانک ها به خصوص شعب خارج کشور می تواند از محل ارائه خدمت اعتبار اسنادی بدست آید در قالب یک طرح پژوهشی مورد عنایت قرار گیرد .

۲- ضمانتنامه ها چه ارزی ، چه ریالی نیز در بازار رقابت امروز در بانک ها به خاطر ایجاد منابع ارزان قیمت و کسب کارمزد قابل توجه مورد عنایت هست ، لذا شایسته است به عنوان موضوع تحقیق پایان نامه ها و رساله های دانشگاهی مورد تحقیق و پژوهش قرار گیرند .

۱- پیشنهاد می شود که استراتژی های مستخرج از این تحقیق برای کسب سهم بیشتر بازار پول و سرمایه بانک صادرات گیلان در قالب طرح های پژوهشی و رساله های تحصیلی جهت ارائه برنامه های عملیاتی مناسب انجام گیرند .

فهرست منابع :

- ۱- احمدی ،شاپور، ۱۳۹۰، تعیین عوامل موثر بر توانمندسازی کارکنان بانک توسعه صادرات ایران ،نشریه بانک مهرسال ۹۰
- ۲- بانک صادرات ایران، ۱۳۹۰، تاثیر عوامل داخلی و خارجی در بازاریابی ، ماهنامه های سپهر ۱۳۹۰ .
- ۳- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ، ۱۳۹۰ ، اداره بررسیها و سیاست های اقتصادی ، دایره پولی .
- ۴- بهرامی ،حمیدرضا،طهماسبی ،غلامرضا، ۱۳۹۲، تاثیر راهبردهای بازاریابی ارتباطی بر افزایش اعتماد و وفاداری الکترونیکی مشتریان بانک سامان در فرآیند ارائه خدمات اینترنتی
- ۵- پورزندى ،حسین محمد، نصیری قیداری ،حسن ، ۱۳۹۱، مشتری گرایی منشاء نوآوری در بانک ،ماهنامه سپهر بانک صادرات ایران
- ۶- خوش خرام ، ۱۳۸۷ ، تجارت الکترونیکی ، پول الکترونیک چیست ؟ ماهنامه مسکن
- ۷- سیدنقوی ،میرعلی ،حسین پور، داوود، ۱۳۹۰ ، رابطه مدل استاندارد سرمایه گذاری در افراد و کیفیت توانمندسازی کارکنان ،نشریه علمی پژوهشی تدبیر
- ۸- کیت وارد ، روشنايدر ، ۱۳۸۸ ، مدیریت استراتژی مالی - ترجمه دکر سید محمد اعرابی ، دکتر محرم از مجویی ، پژوهشکده مدیریت سما ، مهکامه ، بهار ۱۳۸۸ .
- ۹- هاشمی ،قاسم ، ۱۳۹۱، تفاوت های میان فرهنگ در رفتار مصرف کننده ، کارکرد شعبه در عصر ICT، نشریه بانکداری الکترونیک ویژه مدیران ، آذرماه ۱۳۹۱

۱۰- Bricker.Jesse and Coaporatores .(2013).Evidence form the survey of consumer finances , Federal

۱۱-Hardon and mayer . Moser.(۲۰۱۴).Antropology Medicine special Issue : Mediafing Medical Teachnologies , Flows , Frictions and new Socialities Anthropological institute Journal's , Sebtember , 2014 .

۱۲- Henrich.(2014). Winning through Customer experience , Eyglobal – Consumer Banking Survey , 2014 .

۱۳-Solomon, David.And Bo . christer And B- Jork.(2014). Developing an effective Market open Access Article Processing Charges , Hanken School of economics , Hel sinki , Finland , international Journal of Project of management , March 2014 -

۱۴-Stepha nielo and wang. J. Christina .(2014). current policy perspectives Bit Coin as money ?" Bank of Boston , FEDERAL RESERVE , Journal September 4,2014 .

-wilder and coporation.(2014). how does compition affect bank systemic ۱۵ journal of financial stability .