



دانشکده علوم انسانی

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد MBA - گرایش استراتژی

عنوان:

" بررسی تأثیر بانکداری الکترونیک بر جذب منابع مالی بانک ها -

مطالعه موردی بانک صادرات ایران "

نگارنده: نفیسه رحمتی

استاد راهنما: دکتر بهزاد مشعلی

استاد مشاور: دکتر منوچهر منطقی

تابستان 90

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری



به نام خدا

گروه آموزشی MBA

گواهی دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

هیأت داوران پایان نامه کارشناسی ارشد خانم نفیسه رحمتی، رشته MBA با عنوان:

" بررسی تأثیر بانکداری الکترونیک بر جذب منابع مالی بانک ها- مطالعه موردی؛ بانک

صادرات ایران "

ردیف	مشخصات هیأت داوران	نام و نام خانوادگی	امضاء
1	استاد راهنما	دکتر بهزاد مشعلی	
2	استاد مشاور	دکتر منوچهر منطقی	
3	استاد مدعو		
4	استاد داور		
5	نماینده کمیته تحصیلات تکمیلی گروه آموزشی		

با نمره نهایی:

به عدد	به حروف

تقدیم به:

به پاس دوستی ها، محبت ها، راهنمایی ها،

تشویق ها و ایثارها، تقدیم به مادر عزیزم و

تمامی آموزگاران که مسیر زندگی ام را

روشنایی بخشیده اند.

تقدیر و تشکر

سپاس خداوندگار عالم را، که توفیق عنایت فرمود تا گامی هر چند کوچک در راه پر فراز و نشیب علم و پژوهش بردارم. بر خود واجب می دانم تا به رسم ادب، از استاد محترم، جناب آقای دکتر بهزاد مشعلی به خاطر توصیه ها و رهنمود های بسیار مفید و روشنگرانه تشکر و سپاس گذاری کنم. همچنین از استاد فرزانه جناب آقای دکتر منوچهر منطقی که راهنمایی ها و نظرات ایشان روشنی بخش راه و امید بخش برای تلاش دوباره بود، کمال تشکر و قدردانی را دارم. همچنین از استاد بزرگوار و ارجمند جناب آقای پرویز صیادی به خاطر راهنمایی ها و هموار کردن مسیر بسیار سپاس گزارم.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
1	فصل اول: کلیات
2	مقدمه
3	عنوان تحقیق
3	مسأله اصلی تحقیق
4	فناوری اطلاعات و ارتباطات
4	مهارت های نیروی انسانی
8	ضرورت انجام تحقیق
8	سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته
9	گزاره های تحقیق
9	فرضیه های اصلی تحقیق
10	اهداف اساسی از انجام تحقیق
10	قلمرو تحقیق
10	قلمرو موضوعی
11	قلمرو زمانی
11	قلمرو مکانی
11	روش تحقیق و شیوه های جمع آوری اطلاعات
12	جامعه و نمونه آماری
12	نتایج مورد انتظار پس از انجام تحقیق
13	مراحل انجام تحقیق
13	زمانبندی انجام تحقیق
14	تعریف عملیاتی واژه ها
17	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق
18	بخش اول: منابع مالی بانک ها و راه های تأمین منابع مالی
19	مقدمه
29	بررسی نظام جاری سپرده ها در بانکداری ایران
29	انواع سپرده ها
29	سپرده های دیداری
29	سپرده های غیردیداری
30	تعاریف

30	سپرده قرض الحسنه جاری
31	سپرده قرض الحسنه پس انداز
32	سپرده های سرمایه گذاری مدت دار
34	سپرده سرمایه گذاری کوتاه مدت
34	سپرده سرمایه گذاری بلند مدت
35	مقایسه سپرده های قرض الحسنه با سپرده های سرمایه گذاری مدت دار
37	بخش دوم : عوامل مؤثر بر تجهیز منابع مالی بانک
37	مقدمه
37	بررسی نظریه پس انداز
38	تعریف پس انداز
38	بررسی عوامل مؤثر بر سپرده های بانکی
39	نقدینگی
40	درآمد ملی
41	نرخ تورم
41	تسهیلات اعطایی به بخش خصوصی
42	نرخ سود بانکی
43	تبلیغات
44	جوایز پرداختی به حساب قرض الحسنه
45	تعداد شعب
46	بخش سوم : بانکداری الکترونیک
47	مقدمه
47	تاریخچه بانکداری الکترونیکی
49	مفهوم بانکداری الکترونیکی
51	مقایسه بین ویژگی های بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیکی
52	تفاوت بین بانکداری الکترونیکی و اتوماسیون بانکی
52	مزایای بانکداری الکترونیکی
53	معایب بانکداری الکترونیکی
54	یک فرصت یک تهدید
55	چطور صنعت بانکداری به رشد سریع تجارت آن لاین پاسخ می دهد؟
57	عکس العمل های بانکها به بانکداری الکترونیک:
58	کانالهای بانکداری الکترونیکی
61	اجزای بانکداری الکترونیک

61 دستگاه خودپرداز
61 ماشین های نقطه فروش
63 بانکداری تلفنی
63 واکنش صوتی
63 تشخیص صدا
63 تلفن های قابل برنامه ریزی
64 بانکداری اینترنتی
66 بانکداری موبایلی
68 کارکرد اجزای بانکداری الکترونیک
71 فصل سوم: روش تحقیق
72 مقدمه
72 روش تحقیق
73 جامعه آماری
73 برآورد حجم نمونه
75 ابزار جمع آوری اطلاعات
75 تحلیل پرسشنامه
76 روایی
77 پایایی
77 روش تجزیه و تحلیل داده ها
77 آزمون های به کار رفته
79 تاریخچه بانکداری الکترونیک در ایران
80 تاریخچه بانک صادرات
89 انواع کارت های بانک صادرات
89 سپهر کارت
90 پرشین کارت
90 کارت مهررضا
91 کارت هدیه
91 کیف پول الکترونیکی
92 کارت خرید اعتباری
92 کارت اعتباری بانک صادرات
93 بن کارت سپهر
94 مبلغ بن کارت سپهر

94 کارت آینده سازان
95 برات کارت تضمینی
96 فصل چهارم : تجزیه و تحلیل اطلاعات
97 آمار توصیفی
104 میانگین پاسخ های داده شده به اجزای بانکداری الکترونیک
109 آزمون فرضیات
110 یافتن عامل های بی اثر و مهمترین عامل :
132 مهمترین عامل از بین کل عامل ها
145 فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات
157 منابع و مآخذ
161 پیوست

فهرست جداول

صفحه	عنوان
12	جدول شماره 1: ابزارهای گردآوری اطلاعات
14	جدول شماره 2: جدول زمانی انجام پایان نامه
51	جدول شماره 3: مقایسه بین ویژگی های بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیکی
77	جدول 5: جدول مقیاس فاصله ای لیکرت
78	جدول شماره 6: جدول آزمون های به کار رفته
95	جدول شماره 7: شرح حداقل معدل برای دریافت جایزه
97	جدول شماره 8: بررسی توصیفی پرسشنامه
98	جدول شماره 9: بررسی وضعیت تحصیلی
98	جدول شماره 10: بررسی وضعیت پست سازمانی
99	جدول شماره 11: بررسی وضعیت سابقه
99	جدول شماره 12: بررسی پاسخ های داده شده به همراه بانک
101	جدول شماره 13: بررسی پاسخ های داده شده به تلفن بانک
101	جدول شماره 14: بررسی پاسخ های داده شده به اینترنت بانک
102	جدول شماره 15: بررسی پاسخ های داده شده به دستگاه پایانه فروش
103	جدول شماره 16: بررسی وضعیت پاسخ های داده شده به دستگاه خودپرداز
104	جدول شماره 17: میانگین پاسخ افراد به سؤالات همراه بانک
105	جدول شماره 18: میانگین پاسخ افراد به سؤالات تلفن بانک
106	جدول شماره 19: میانگین پاسخ افراد به اینترنت بانک
107	جدول شماره 20: میانگین پاسخ افراد به سؤالات دستگاه پایانه فروش
108	جدول شماره 21: میانگین پاسخ افراد به دستگاه خودپرداز
112	جدول شماره 22: یافتن عامل های بی اثر و مهمترین عامل های همراه بانک
115	جدول شماره 23: یافتن عامل های بی اثر و مهمترین عامل های تلفن بانک
116	جدول شماره 24: یافتن عامل های بی اثر و مهمترین عامل های اینترنت بانک
121	جدول شماره 26: یافتن عامل های بی اثر و مهمترین عامل های دستگاه خودپرداز
124	جدول شماره 27: جدول آزمون آماری همراه بانک
125	جدول شماره 28: جدول رتبه ای همراه بانک
126	جدول شماره 29: جدول آزمون آماری تلفن بانک
127	جدول شماره 30: جدول رتبه ای تلفن بانک
128	جدول شماره 31: جدول آزمون آماری اینترنت بانک

- جدول شماره 32: جدول رتبه ای اینترنت بانک 128
- جدول شماره 33: جدول آزمون آماری دستگاه پایانه فروش 129
- جدول شماره 34: جدول رتبه ای دستگاه پایانه فروش 130
- جدول شماره 35: جدول آزمون آماری دستگاه خودپرداز 131
- جدول شماره 36: جدول رتبه ای دستگاه خودپرداز 131
- جدول شماره 37: جدول آزمون آماری مهمترین عامل ها 132
- جدول شماره 38 : جدول رتبه ای مهمترین عامل ها 133
- جدول شماره 39: جدول آمار توصیفی دستگاه خودپرداز ۱۳۴
- جدول شماره 40 : جدول آزمون دوجمله ای دستگاه خودپرداز 135
- جدول شماره 41: جدول آمار توصیفی دستگاه پایانه فروش 136
- جدول شماره 42: جدول آزمون دوجمله ای دستگاه پایانه فروش 136
- جدول شماره 43: جدول آمار توصیفی تلفن بانک 137
- جدول شماره 44: جدول آزمون دوجمله ای تلفن بانک 138
- جدول شماره 45: جدول آمار توصیفی همراه بانک 139
- جدول شماره 46: جدول آزمون دوجمله ای همراه بانک 140
- جدول شماره 47: جدول آمار توصیفی اینترنت بانک 141
- جدول شماره 48: جدول آزمون دوجمله ای اینترنت بانک 141
- جدول شماره 49: جدول آمار توصیفی کل داده ها 142
- جدول شماره 50: جدول آزمون دوجمله ای کل داده ها 143
- جدول شماره 51: جدول معرفی متغیرهای ورودی و خروجی 149
- جدول شماره 52: جدول خلاصه مدل 150
- جدول شماره 53: جدول ANOVA 152
- جدول شماره 54: جدول ضرایب 153

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
53	خلاصه مزایا.....
56	شکل شماره (1): نقش بانکها در تجارت الکترونیک
60	شکل شماره (2): کانالهای تحویل بانک
68	شکل شماره (3): کارکردهای همراه بانک
68	شکل شماره (4): کارکردهای تلفن بانک
69	شکل شماره (5): کارکردهای اینترنت بانک
69	شکل شماره (6): کارکردهای دستگاه پایانه فروش
70	شکل شماره (7): کارکردهای دستگاه خودپرداز

فهرست نمودارها

صفحه

عنوان

نمودار شماره 1: نمودار پراکنش داده ها..... 148

فصل اول:

کلیات

مقدمه

بانک‌ها و مؤسسات مالی در گذشته از طریق انجام عملیات بانکی، به جذب منابع مالی می پرداختند. در حال حاضر، بانک‌ها مانند سایر سازمان‌ها در سطح جهانی داد و ستد می کنند. از طرفی با توسعه روزافزون تکنولوژی و صنعتی شدن کشورها، در جذب منابع مالی تغییرات چشمگیری به وجود آمده است. به نحوی که شبکه‌های اتوماسیون بانکی و بانکداری اینترنتی یکی از مهمترین راه‌های تجهیز منابع مالی برای بانک‌ها و مؤسسات مالی شده‌اند. امروزه بانک‌ها برای افزایش جذب منابع مالی بیشتر، افزایش قدرت نقدینگی، بالا بردن کیفیت خدمات خود، رقابت در بازارهای مالی خدمات مالی الکترونیکی متنوعی به مشتریان ارائه می کنند و منابع عمده‌ای را به سمت خود جذب می نمایند. در عصر حاضر، به دلیل وجود رقابت بین بانک‌ها و مؤسسات مالی برای جذب بیشتر منابع، تسلط بر مؤلفه‌های مؤثر بر تجهیز منابع مالی، اهمیت ویژه‌ای یافته است. جذب منابع مالی، علاوه بر اینکه مهمترین رسالت مؤسسات مالی و بانک‌ها می باشد، تأثیر مهمی در تنظیم صحیح گردش پول و استقرار یک نظام پولی و اعتباری صحیح و متناسب با برنامه‌های بلندمدت و کوتاه مدت کشور دارد. مؤلفه‌های سخت افزاری و نرم افزاری متعدد، باعث می شوند که جذب منابع مالی در بانک‌ها، با روشی صحیح و در مسیری مناسب انجام گیرد. برنامه‌ریزی و سیاستگذاری مؤسسات مالی و بانک‌ها در ایران می‌بایست بر اساس شرایط و موقعیت‌های خاص هر مؤسسه و بر پایه بررسی‌های به عمل آمده از مؤلفه‌های مؤثر در جذب منابع مالی باشد.

تجهیز منابع پولی از همان ابتدا که بشر به زندگی اجتماعی روی آورد و داد و ستد و مبادله کالا را شروع کرد، آغاز شد و همواره اصلی‌ترین وظیفه سیستم بانکی بوده است. بدین ترتیب بانک‌ها سپرده‌های مازاد در دسترس مردم را جمع‌آوری می کردند و با دادن وام به افراد نیازمند، وظیفه سنتی خود یعنی واسطه‌گری را میان سپرده‌گذاران و وام گیرندگان ایفا می کردند. در عصر حاضر مؤسسات مالی و بانک‌ها برای تجهیز منابع مالی، نیاز به تغییرات اساسی در محصولات و خدمات خود دارند و با خدمات ساده و ساختار سنتی بانکداری واسطه‌گری، نمی توانند در عرصه‌های جهانی به تجهیز منابع

بپردازند. در بانکداری نوین، بانک‌ها در زمینه‌های بانکداری الکترونیک، خدمات متعددی به مشتریان ارائه می‌دهند و ارائه این خدمات نوین بانکداری باعث شده، منابع جدیدی به بانک‌ها سرازیر شود.

عنوان تحقیق

" بررسی تأثیر بانکداری الکترونیک بر جذب منابع مالی بانک‌ها، مطالعه موردی بانک صادرات ایران "

مسئله اصلی تحقیق

انباشت سرمایه، از ارکان اساسی در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی‌های مالی و اقتصادی در شکل کلان به حساب می‌آید. بانک‌ها یکی از ابزارهای مهم در اخذ سپرده‌ها و ارائه تسهیلات مالی می‌باشند، که از سویی نیازمند جذب نقدینگی سرگردان و در حال گردش در جامعه (تجهیز منابع) به منظور اعطای تسهیلات بوده، و از دیگر سو، نیازمند اتخاذ شیوه‌ها و روش‌های درست، جهت موفقیت در جذب چنین سپرده‌هایی می‌باشند. شبکه بانکی کشور، به عنوان ابزاری مهم و با ارزش در تعدیل اقتصادی و تنظیم نقدینگی و تزریق آن به رگ‌های اقتصاد کشور، مورد استفاده قرار می‌گیرد. چرا که بانک‌ها، محلی برای تأمین و پشتیبانی لوايح و راه اندازی طرح های عظیم اقتصادی کشور هستند و این امر با جذب منابع و تزریق آن به شریان اقتصاد کشور واقعیت می‌یابد. اصولاً توسعه یک بانک، در درجه اول بستگی به افزایش حجم سپرده‌های آن دارد. خط مشی‌هایی که بیش از اندازه، در این زمینه محدودکننده و محافظه کارانه تنظیم گردد، موجب کندی گسترش بانک می‌شود. این خط‌مشی‌ها و امور اداری وابسته به آن، با توجه به اینکه فعالیت در امر سپرده‌ها را به حالت راکد یا به صورت گسترش تدریجی و یا در مسیر رشد سریع قرار دهد، تعیین کننده سرنوشت هر بانک خواهد بود. در نظام بانکی ایران تجهیز منابع با توجه به قوانین بانکداری اسلامی از دو طریق انجام می‌شود :

1) از طریق جذب سپرده‌های قرض‌الحسنه جاری و پس انداز، که منابع مالکانه نامیده می‌شوند.

2) از طریق جذب سپرده‌های مدت‌دار، که منابع وکالتی نامیده می‌شوند (هدایتی، 1383: 7).

مؤلفه‌های تأثیرگذار متعددی بر تجهیز منابع پولی در بانکداری نوین مؤثر است. در این بخش به اختصار به معرفی مؤلفه‌هایی که موجب افزایش قدرت بانک‌ها در جذب منابع مالی می‌شوند پرداخته می‌شود. هرچند در ایران بعضی از پارامترها به دلیل ضعف در بازاریابی بانکی ناشناخته باقی مانده‌اند، ولی با بازاریابی بانکی و از طریق تحقیق و نظرخواهی علمی از کارکنان و مدیران با تجربه در سیستم بانکی و مشتریان بانک‌ها، عوامل مؤثر حتی برای هر شعبه از یک بانک نیز قابل شناسایی است (ماهنامه داخلی شهروندان بانک اقتصاد نوین، 1387: 12).

فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات

بانکداری نوآوری‌های جدید مانند پول الکترونیکی، پایانه‌های انتقال و دریافت و پرداخت اتوماتیک، بانکداری مجازی و بانکداری اینترنتی لحظه‌ای تحول عظیمی را در این بخش ایجاد کرده‌اند و باعث ارتقای کارایی، بهره‌وری، سرعت در برقراری ارتباطات و کاهش هزینه‌های عملیاتی برای بانک‌ها شده‌اند. لذا بانک‌ها برای کسب مزیت رقابتی در عرصه‌های بازارهای مالی برای جذب منابع مالی باید از بانکداری الکترونیکی و تکنولوژی مربوطه استفاده کنند. در ایران، مهمترین چالشی که بانکداری الکترونیکی با آن روبرو است، نبودن فرهنگ استفاده از این تکنولوژی و حاکم بودن تجارت سنتی می‌باشد.

مهارت‌های نیروی انسانی

در بانک‌ها و مؤسسات مالی بیشتر خدمات توسط نیروی انسانی ارائه می‌شود و تجهیز منابع در سطح استانداردهای جهانی، مستلزم داشتن کارکنانی ماهر و آموزش دیده است. در بعد فنی، کارکنان باید توانایی استفاده از تکنولوژی جدید را داشته و در شغل خود حرفه‌ای باشند. در بعد انسانی،

کارکنان باید بتوانند به بهترین نحو با مشتریان در تعامل و ارتباط باشند و در بعد ادراکی نیز نیروی انسانی شاغل باید به شناسایی، تجزیه و تحلیل و حل مشکلات مشتریان بپردازد.

تنوع خدمات بانکی

بانک‌ها برای ارائه خدمات نوین و محصولات جدید نیاز به بازاریابی نوین علمی دارند. شناسایی مشتریان و نیازهای متنوع آنها با بازاریابی نوین امکان‌پذیر است. در بانکداری نوین، بانک‌ها برای شناسایی مشتریان و نیازهای آنها دست به بازاریابی تک به تک و بازاریابی براساس پایگاه داده‌ها می‌زنند. بازاریابی تک به تک؛ یعنی ایجاد و مدیریت رابطه فردی با تک تک مشتریان. امروزه به دلیل بهره‌گیری از فن آوری رایانه‌ای، بازاریابی تک به تک در مقیاس وسیعی قابل اجرا و اقتصادی است. تکنولوژی پایگاه داده‌ها، این امکان را به بانک‌ها می‌دهد که رد تک به تک مشتریان خود را دنبال کنند. بانک فورتیس که بزرگترین بانک بلژیک است، دارای یک پایگاه داده‌ای غنی است، که اطلاعات مشتریان در آن وجود دارد. استفاده بانک از تکنولوژی جدید داده‌ها به آنان این امکان را داده است که در بازاریابی، موفقیت بیشتری کسب کنند. بنابراین با بازاریابی مناسب و علمی می‌توان استراتژی‌هایی را به کاربرد که محصول مناسب را در زمان مناسب با ابزاری مناسب به مشتری ارائه دهد. قطعاً بدون بازاریابی و شناسایی نیازهای متنوع مشتریان، تجهیز منابع مالی مطابق استانداردهای جهانی امکان پذیر نخواهد بود (حسینی مقدم، 1382: 68-73).

کیفیت خدمات بانکی

خدماتی با کیفیت هستند، که بتوانند نیازها و خواسته‌های مشتریان را برآورده نمایند. اگر خدمتی انتظارات مشتریان را برآورده سازد و یا فراتر از آن باشد، دارای کیفیت است. سازمان‌هایی که به صورت مستمر خدمات با کیفیت ارائه می‌دهند و به حفظ و نگهداری مشتری اهمیت می‌دهند، سازمان‌های مشتری مدار هستند. شاید حفظ و نگهداری مشتری، یکی از مهمترین معیارهای سنجش

کیفیت باشد. در بانک‌ها و مؤسسات مالی، عوامل متعددی بر کیفیت خدمات بانکی تأثیر می‌گذارند از جمله: میزان نرخ بهره بانکی، سیستم‌های نظارتی و رسیدگی به شکایات، اطلاع‌رسانی دقیق به مشتریان، سرعت و دقت خدمات ارائه شده، انجام به موقع تعهدات توسط مؤسسه، ادب و تواضع کارکنان در برخورد با مشتریان و رازداری و محرم اسرار بودن کارکنان در خصوص اطلاعات مشتری که همگی باعث جذب بیشتر منابع مالی می‌شوند.

رضایت مشتریان از کارکنان بانک‌ها و مؤسسات مالی

کارکنان مهمترین سرمایه هر سازمان می‌باشند. در واقع کارکنان پل ارتباطی بین سازمان و مشتریان هستند. سازمان‌ها با استفاده از کارکنان به مشتریان خدمات کیفی ارائه می‌نمایند و رضایت مشتری را جلب می‌کنند. بانک‌ها و مؤسسات مالی نیز منابع مالی مورد نیاز خود را با مهمترین ابزارشان یعنی کارکنان از مشتریان اخذ می‌کنند. وجود و بقای یک بانک بستگی به مشتریان آن بانک دارد. اگر مشتریان نباشند، بانکی نیز وجود نخواهد داشت و مهمترین مشتریان یک بانک، مشتریان داخلی آن، یعنی کارکنان بانک می‌باشند. بیشتر مشتریان بانک‌ها به دلیل بی‌توجهی و بی‌تفاوتی کارکنان با بانک‌ها قطع ارتباط می‌کنند. رضایت مشتریان بانک‌ها به کیفیت خدمات دریافتی کارکنان بانک بستگی دارد و قابلیت خدمت‌رسانی کارکنان نیز به کیفیت خدمات داخلی سازمان وابسته است. کیفیت خدمات داخلی نیز به معنی رضایت کارکنان از خدمات دریافتی از سازمان است.

مطلوبیت محیط داخلی بانک‌ها و مؤسسات مالی

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

امر از دغدغه‌های مدیران اجرایی و مدیران ارشد بانک‌ها می‌باشد. بانک‌ها برای جذب بیشتر منابع مالی مشتریان می‌بایست به محیط‌های کاری مناسب که دارای شاخص‌های محیط کاری از نظر فیزیکی، روانی و اجتماعی باشد مجهز شوند (ونوس، 1383:142-137).

مطلوبیت محل استقرار مکانی بانک‌ها و مؤسسات مالی

با توجه به افزایش و شدت رقابت، ارائه خدمات در مکان و محل‌های مورد نظر مشتریان عاملی تعیین‌کننده در جذب و نگهداری مشتریان است. به همین دلیل امروزه بانک‌ها و دیگر سازمان‌های خدماتی به ایجاد شعب در مناطق مختلف پرداخته‌اند تا ضمن ارائه خدماتی بهتر، حوزه وسیعتری را تحت پوشش قرار دهند (روستا، 1380:40).

مکان استقرار شعب بانک‌ها و مؤسسات مالی، محرکی مهم در جذب مشتریان است و بازاریابان بانکی باید آن را به دقت مورد بررسی و ارزیابی قرار دهند. بنابراین بانک‌ها برای احداث شعب نیاز به ارزیابی علمی و امکان‌سنجی دقیق دارند و برای اماکن فعلی نیز باید بازاریابی بانکی به عمل آید. واقع شدن شعب یک بانک در فاصله مکانی و زمانی مناسب، استقرار شعب یک بانک در اماکن مهمی مانند شهرک‌های صنعتی و مسکونی و اماکن تجاری و استقرار شعب در نزدیکی پارکینگ‌های عمومی از جمله پارامترهایی هستند که برسرپرده‌گذاری مشتریان در بانک‌ها تأثیر می‌گذارند.

هدف از این تحقیق مطالعه تأثیر گذار بانکداری الکترونیک بر جذب منابع مالی بانک می‌باشد و با شناسایی اجزای بانکداری الکترونیک، معرفی این اجزا، میزان اثرگذاری هر یک از این اجزا را بر جذب منابع مالی بانک‌ها سنجیده خواهد شد.