

## بررسی ابعاد استفاده از خلاقیت‌های کارکنان در جهت جذب منابع و ارائه خدمات به مشتریان در بانک تجارت آذربایجان غربی

سید احمد هاشمی<sup>۱</sup>، ابوزر حاتمی قوشچی<sup>۲\*</sup>، رحیم فرجی<sup>۳</sup>

بانک تجارت استان آذربایجان غربی  
(ehosenzade@gmail.com \*)

### چکیده

یکی از اهداف ایجاد بستر یادگیری سازمانی و توسعه سازمان یادگیرنده ایجاد زمینه و افزایش سطح خلاقیت و نوآوری در سازمانهاست. بانکها به عنوان یکی از مهمترین نهادهای مالی می‌توانند با بهبود روشهای جذب منابع نقش عمده‌ای در پیشبرد اهداف اقتصادی بانکها داشته باشند. لذا هدف این تحقیق، بررسی تاثیر خلاقیت کارکنان بر جذب منابع و ارائه خدمات به مشتریان در بانک تجارت آذربایجان غربی است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع تحقیقات همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات به صورت میدانی بوده و تعداد ۳۸۴ پرسشنامه در اختیار کارکنان قرار گرفت و پایایی هر کدام از پرسشنامه‌ها بیشتر از ۰/۷ بدست آمد. نتایج این تحقیق نشان داد که از مولفه‌های خلاقیت، ابعاد انگیزه پیشرفت کارکنان، کنجکاو کارکنان، قدرت ابراز وجود کارکنان، پشتکار و انضباط کارکنان و انگیزه داشتن دانش وسیع کارکنان با جذب منابع رابطه معنی داری وجود دارند و ابعاد علاقه به نظم و ترتیب کارکنان، شخصیت غیرمتعارف کارکنان، استقلال کارکنان، طرز فکر انتقادی کارکنان و حساسیت به مسائل اجتماعی کارکنان با جذب منابع رابطه معنی داری وجود ندارند.

واژه‌های کلیدی: خلاقیت، جذب منابع، ارائه خدمات، مشتریان، بانک تجارت.

### ۱- مقدمه

امروزه همه سازمانها برای بقا، نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات بدیع و تازه اند. افکار و نظرات جدید همچنین روحی در کالبد ساز مان دمیده می‌شود و آنرا از نیستی و فنا نجات می‌دهد. در عصر ما برای بقا و پیشرفت و حتی حفظ وضع موجود، باید جریان نوجویی و نوآوری را در سازمان تداوم بخشید تا از رکود و نابودی آن جلوگیری شود. برای آنکه بتوان در دنیای متلاطم و متغیر امروز به حیات ادامه داد باید به نوآوری و خلاقیت روی آورد و ضمن شناخت تغییرات و تحولات محیط برای رویارویی با آنها پاسخ‌های بدیع و تازه تدارک دید و همراه تاثیرپذیری از این تحولات بر آنها تاثیر نهاد و بر آنها شکل دلخواه داد (الوانی، ۱۳۸۸).

از نظر استیفن پی رابینز خلاقیت به معنی توانایی ترکیب ایده‌ها در یک روش منحصر به فرد یا ایجاد پیوستگی بین ایده‌ها بیان می‌کند (زارعی متین، ۱۳۷۳). ازنگاهی دیگر، خلاقیت، توسعه و گسترش عقاید، راه‌حلها و قضاوتهایی است که اولاً تازه و بدیع باشد و ثانیاً با توجه به موقعیت، مناسب و مطلوب باشد.

خلاقیت ایجاد اندیشه‌های نو و بدیع است و نوآوری یا ابداع، عملی و کاربردی ساختن آن ایده‌های بدیع است. پس خلاقیت لازمه نوآوری است؛ بنابراین از نظر مدیریت، خلاقیت صرف کافی نیست. برای ایجاد تغییر و تحول در سازمان، فکر باید به عمل نیز درآید و لازمه این امر به کار بستن فکر جدید با برنامه‌های مدیریت است (الوانی، ۱۳۸۸).

یکی از رویکردهای اصلی یک سازمان نوآوری است. سازمان‌ها در شکوفایی استعدادها و توان خلاقیت و نوآوری نیروی انسانی نقش بسزایی دارند. سازمان زمانی موفق است که بتواند نیازهای نیروی انسانی موجود را برآورده سازد و به پرورش قوه ابتکار و خلاقیت آنها بپردازد و آن‌ها را به تلاش و کوشش وادار نماید و از این

<sup>۱</sup>دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران.

<sup>۲</sup>دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد واحد امارات.

<sup>۳</sup>دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد واحد امارات.

رهگذر بهرهوری سازمان را ارتقاء بخشد (هاشمی، ۱۳۹۰، ۶۴). فی الواقع خلاقیت و نوآوری برای ماندگاری هر سازمانی لازم است و در طی زمان، سازمانهای غیرخلاق از صحنه محو می شوند و اگر چه چنین سازمانی ممکن است در عملیاتی که در یک مقطع از عمر خود درگیر آن است، موفق باشد ولی سرانجام مجبور به تعطیل یا تغییر سیستم خواهد شد (محمّدی و طبری، ۱۳۸۷). بر این اساس بسیار ضروری است که در دنیایی با شرایط متغیر و پویا و در شرایطی که تولید دیگر هنر نیست و بلکه درست ارائه کردن و فروختن؛ هنر است سازمانها یا از خلاقیت و نوآوری بهره گیرند و یا از قبل خود را از صحنه رقابت حذف شده بدانند. سازمان موفق سازمانی است که همیشه چند قدم فراتر از انتظار مشتریان خود گام بردارد و حتی نیازهای آینده آنان را پیش بینی و تعریف کرده، به مرحله ی اجرا در آورد (جعفری و همکاران، ۱۳۸۲).

ما اکنون در عصری قرار داریم که مهمترین ویژگی آن عدم اطمینان، پیچیدگی، جهانی سازی و تغییرات فزاینده تکنولوژیکی است. موفقیت سازمانی تحت این شرایط، تغییر در فعالیتهای سازمانی و بویژه رهبری و اداره سازمانهای هزاره سوم را ضروری می سازد (اعرابی و موسوی، ۱۳۸۸). امروزه مهمترین دغدغه اکثر سازمانها، تدوین و پیاده سازی استراتژی هایی است که موفقیت و بقای آنها را در شرایط متحول و پیچیده محیطی، تضمین نماید. در سازمانهای پژوهشی حفظ مزیت رقابتی منوط به خلاقیت است.

تخصیص بهینه منابع و امکانات تولیدی از عمدهترین دلایل تشکیل بنگاه است. بنگاه از طریق بهکارگیری عوامل تولید در فرایند تولید، کالا یا خدمت را در اختیار سیستم اقتصادی قرار می دهد. بهره گیری از منطق اقتصادی در اداره کردن بنگاه جزو اصول مسلم بنگاهداری است، چرا که در غیر این صورت عمدهترین هدف تشکیل بنگاه که همانا تخصیص بهینه منابع و امکانات تولیدی است، تحت تاثیر قرار می گیرد. بدیهی است که عامل حیات و بقا یک سیستم اقتصادی در دنیای امروزی که فناوری در آن با سرعت بسیار بالایی رشد می کند، استفاده کارآمد از منابع و امکانات موجود و دستیابی به فناوری برتر می باشد. بر این اساس، چگونگی نهادینه کردن خلاقیت و نوآوری و هماهنگ کردن آن با اهداف سازمانی جهت تدوین و به خصوص اجرای استراتژی های رقابتی مؤثر در سازمان؛ مسأله ای حائز اهمیت خواهد بود (مهدوی مزده و ضرغامی، ۲۰۱۰).

لذا این مقاله تلاش دارد به بررسی تاثیر خلاقیت کارکنان بر میزان جذب منابع بانک تجارت بپردازد. در این راستا محقق فرضیه های زیر را در خصوص رابطه ی مولفه های خلاقیت و جذب منابع در بانک مفروض داشته و صحت و سقم آنها را بررسی می نماید:

- بین انگیزه پیشرفت و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین کنجکاوی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین علاقه زیاد به نظم و ترتیب و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین قدرت ابراز وجود و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین شخصیت غیررسمی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین پشتکار و انضباط در کارها و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین استقلال و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین طرز فکر انتقادی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
- بین انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین حساسیت به مسائل اجتماعی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.

## ۲- مبانی نظری پژوهش

### ۲-۱ خلاقیت

تعاریف متعددی راجع به خلاقیت و نوآوری ارائه شده است که در زیر به تعدادی از آنها اشاره می شود؛ خلاقیت، آفرینش آمیزه ای بدیع برای حل تناقضات، در قالب یک ایده است که خارج از محدوده جواب موجود قرار می گیرد (میر میران، ۱۳۸۴). تا به حال مدلهای زیادی برای خلاقیت ارائه شده اما در اینجا به اولین مدل که پایه و اساس تمامی مدل ها تلفیقی از سایر مدل هاست معرفی می گردد؛ مدل گراهام والاس، ۱۹۶۲: این مدل شامل مراحل دوره آمادگی، دوره خواب (پرورش)، دوره روشنائی (بصیرت)، دوره آزمایش و ارزش گذاری می شود (صمد آقایی، ۱۳۸۰، ۱).

#### ۲-۱-۱ تاثیر خلاقیت فردی روی سازمان

یکی از راههای موفق موجود برای سازمانها در راستای نوآوری و خلاقیت بیشتر، سرمایه‌گذاری آنها در جهت ارتقای توانایی کارکنانشان در راستای خلاق تر شدن می باشد. سازمانی که صرفاً با تکیه بر طرحها و نقشه های رفتارهای معین و ثابت کار می کند، یک نظام اجتماعی بسیار آسیب‌پذیر است. امروزه، کار بیشتر مبتنی بر دانش و کمتر سخت گیرانه شده است. در این زمینه، کارکنان می توانند از طریق توانایی در خلق ایده‌های جدید و استفاده از این ایده ها به عنوان بلوک‌های ساختمانی برای ایجاد محصولات، خدمات و فرآیندهای کاری جدیدتر و بهتر، به ارتقای عملکرد شرکت کمک نمایند. بسیاری از متخصصین و افراد آکادمیک این دیدگاه را تأیید می کنند که ابتکارات و نوآوری‌های فردی در رسیدن به موفقیت‌های سازمانی بسیار مؤثر است (جزوه دوره آموزشی علوم پزشکی همدان، ۱۳۹۰).

#### ۲-۱-۲ خلاقیت گروهی

مشارکت همه جانبه و به ویژه فکری کارکنان سازمان جهت تحقق اهداف آن سازمان ضرورتی اساسی است، چنانچه افراد خلاق و صاحب اندیشه تعالی سازمان با تفکر و خلاقیت مشارکتی سازمان را یاری دهند انواع مسائل سازمانی راحت‌تر و سریع تر حل خواهد شد. تفکر و خلاقیت مشارکتی، موجب هم افزایی تفکر و خلاقیت تک-تک افراد سازمان می شود. لازمه توسعه این تفکر فرهنگ سازی، اصلاح فرهنگ سازمانی و مدیریت فرهنگ خلاقیت و نوآوری در سازمان می باشد. موانعی همچون فقدان انگیزه و عدم اعتماد به کار گروهی، عدم توجه به نظرات کارکنان، نقد ناپذیری، محافظه-کاری و مدیریت مستبدانه، از مهمترین موانع تفکر و خلاقیت مشارکتی محسوب می گردد مهندسی مجدد فرهنگ سازمانی، آموزش و فرهنگ سازی، مهندسی مجدد نظام های مدیریتی از جمله نظام پیشنهادات، تقویت کار گروهی و تقدیر از کارکنان خلاق، از جمله مهمترین راهکارهای توسعه فرهنگ خلاقیت مشارکتی در سازمان می باشد (ماهوشی، ۱۳۸۷).

#### ۲-۱-۳ خلاقیت در سازمان

دستیابی به خلاقیت مسئله است که کلیه ی جنبه های سازمان را، از فرهنگ تا ساختار و سیستم، محصولات و خدمات آن، تحت تاثیر قرار می دهد. خلاقیت یا فقدان آن مشکلی مجرد نیست که بتوان به طور جداگانه بررسی و به آسانی به آن سامان داد. بلکه چیزی است که در سازمانها به نحوی پویا، ماهرانه و پیچیده عمل می کند. برای ایجاد خلاقیت در سازمان باید به موارد زیر توجه کرد (لوايز، ۱۳۸۴، ۸۶).

- کار گروهی و همکاری مؤثر
- پرورش تخصصی
- روحیه و انگیزه
- کار و سبک مدیریت

#### ۲-۲ جذب منابع بانکها

نقش عامل اعتماد پذیری مشتریان در جذب منابع مالی بانک ها مباحث زیادی در باره اختلاف و ارتباط بین کیفیت خدمات و اعتماد پذیری مشتریان از سازمان وجود دارد. تحقیقات تجربی بسیاری، رابطه علت و معلولی بین کیفیت و اعتماد را تأیید می کند. کونر<sup>۱</sup> (۱۹۹۲) معتقد است رابطه علت و معلولی بین کیفیت خدمات و اعتماد مشتریان وجود دارد. وی اشاره کرد که محققان بازاریابی در باره رابطه علت و معلولی بین کیفیت خدمات و اعتمادپذیری توافق ندارند و پیشنهاد کرد که مطالعات تجربی بیشتری برای تعیین ماهیت حقیقی این رابطه لازم است. تحلیل گزارش های مختلف نشان می دهد که کیفیت خدمات دریافت شده منجر به اعتماد می شود. (شکری، طالب، ۱۳۷۷: ص ۷۰). موارد ذیل باعث اعتماد مشتریان می شود.

- ۱- انجام کار یا خدمت وعده داده شده تازمان معین.
- ۲- نشان دادن علاقه خالصانه برای حل مشکلات مشتری.
- ۳- انجام اصلاحات در خدمات در اولین زمان.
- ۴- ارائه وانجام خدمت در زمانی که وعده داده شده است.

#### ۲-۲-۱ انواع مهارت‌های لازم برای جذب منابع مالی در بانک‌ها

<sup>1</sup> Conner, Daryl R.

داشتن استعداد ذاتی و خلاقیت افراد، پایه و اساس مهمی برای داشتن جامعه ای خلاق است. غنی سازی خلاقیت افراد از طریق داشتن فرهنگ و سنت تغییر پذیر و متحول، تاسیس موسسات آموزشی به منظور افزایش سرمایه های منابع انسانی و پربار نمودن آن و توجه به ارزش های جامعه که به پیشرفت و ابتکار نیروی انسانی منتهی شود، میسر خواهد شد (هاشمی، ۱۳۹۳، ۱۴۹). ولی در یک تقسیم بندی کلی مهارت های مورد نیاز کارکنان در ۳ گروه اصلی مهارت های فنی، مهارت های انسانی و مهارت های ادراکی دسته بندی می شوند. تمامی کارکنان در سازمان ها با این مهارت ها سروکار دارند، لیکن درجه استفاده و کاربرد این مهارت ها بستگی به نوع شغل و پست سازمانی افراد دارد (دهنوی یزدانی، ۱۳۸۴، ۲۴).

### ۲-۳ نقش عوامل سرمایه فیزیکی در جذب منابع مالی بانک ها

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

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

ج: طراحی و زیبایی فضای داخلی و خارجی شعب: یک محیط خوب، می تواند بر رشد ارزش های کارکنان و افزایش توان و بهره وری آنان اثرگذار باشد. در بانکداری نوین این امر از دغدغه های مدیران اجرایی و مدیران ارشد بانک ها می باشد. بانک ها برای جذب بیشتر منابع مالی مشتریان می بایست به محیط های کاری مناسب که دارای شاخص های محیط کاری از نظر فیزیکی، روانی و اجتماعی باشد مجهز شوند.

د: امکانات فیزیکی شعب بانک: امکانات فیزیکی شعب بانک باعث سهولت فعالیت مشتریان و کارکنان شعب بانک می شود. امکانات و ویژگی های فیزیکی مختلفی را بانک بایستی مد نظر داشته باشد که می توان به برخی از این موارد اشاره نمود: داشتن فضای کافی شعبه برای ارائه خدمات، مبلمان مناسب جهت سالن انتظار مشتریان، سهولت دسترسی به وضعیت حساب توسط مشتری، سهولت پارک خودرو مشتری، امکان استفاده از دستگاه خودپرداز و دسترسی مناسب به ملزومات مورد نیاز (دائی کریم زاده و همکاران، ۱۳۸۹).

#### ۲-۳-۱ نقش عامل تنوع خدمات بانکی در جذب منابع مالی

خدمت یا خدمات دارای چهار ویژگی کلی به شرح ذیل است.

- نامحسوس بودن: خدمت غیرقابل ثبت و اندازه گیری است.
- تفکیک ناپذیری: غیرقابل جداسازی. شمارش، انبار و ذخیره سازی برای مصرف در آینده.
- تغییرپذیری: نسبت به زمان، مکان و فرد ارائه دهنده و گیرنده دارای شرایط متفاوت است.
- فناپذیری: نمی توان آنرا برای ارائه یا مصرف بعدی ذخیره کرد. (کاتکر و آرمسترانگ، ۱۳۷۹، ۸۴)

### ۳- روش تحقیق

این مطالعه از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از نظر روش از نوع تحقیقات همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات به صورت میدانی بوده و پرسشنامه ها محقق ساخته می باشد.

جامعه آماری در این تحقیق، شامل کارکنان بانکهای تجارت آذربایجان غربی که تعداد آنها ۷۰۰ نفر می باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران شامل ۱۸۳ نفر انتخاب گردید. ابزار تحقیق شامل پرسشنامه خلاقیت با ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۷۵) و پرسشنامه جذب منابع (۰/۹۱) روا بوده و پایایی پرسشنامه ها مورد تایید می باشد. برای آزمون فرضیه ها از نرم افزار spss و روش های آماری ضریب همبستگی و رگرسیون چندگانه استفاده شد.

### ۴- یافته های تحقیق

بر اساس آزمون کلموگروف اسمیرنوف متغیرهای تحقیق نرمال بوده و نتایج ضریب همبستگی پیرسن مطابق جدول (۱) می باشد؛

جدول (۱): آماره های مربوط به رابطه متغیرهای مستقل و جذب منابع

| متغیرهای مستقل                   | جذب منابع    |               |             |
|----------------------------------|--------------|---------------|-------------|
|                                  | ضریب همبستگی | سطح معنی داری | نتیجه آزمون |
| انگیزه پیشرفت کارکنان            | ۰/۲۱۴        | ۰/۰۰۴         | قبول        |
| کنجکاوی کارکنان                  | ۰/۱۵۸        | ۰/۰۳۳         | قبول        |
| علاقه به نظم و ترتیب کارکنان     | ۰/۰۴۹        | ۰/۵۱۴         | رد          |
| قدرت ابراز وجود کارکنان          | ۰/۱۶۱        | ۰/۰۲۹         | قبول        |
| شخصیت غیرمتعارف کارکنان          | ۰/۰۳۲        | ۰/۰۹۱         | رد          |
| پشتکار و انضباط کارکنان          | ۰/۱۸         | ۰/۰۱۵         | قبول        |
| استقلال کارکنان                  | ۰/۰۵۲        | ۰/۴۷۲         | رد          |
| طرز فکر انتقادی کارکنان          | ۰/۰۲۸        | ۰/۷۱۰         | رد          |
| انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان | ۰/۲۱         | ۰/۰۰۴         | قبول        |
| حساسیت به مسائل اجتماعی کارکنان  | ۰/۰۶۲        | ۰/۴۰۶         | رد          |

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود بین متغیرهای (انگیزه پیشرفت کارکنان با ضریب همبستگی (۰/۲۱۴)، کنجکاوی کارکنان (۰/۱۵۸)، قدرت ابراز وجود کارکنان (۰/۱۶۱)، پشتکار و انضباط کارکنان (۰/۱۸)، انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان (۰/۲۱) و جذب منابع در بانک تجارت در سطح ۵ درصد رابطه معنی داری مشاهده شد و در بقیه موارد رابطه معنی داری مشاهده نشد. برای بررسی بیشتر تأثیر متغیرهای فوق بر جذب منابع در بانک از رگرسیون چندگانه استفاده شد؛

جدول (۲) پیش بینی جذب منابع در بانک تجارت از روی متغیرها

| متغیرها                          | ضرایب استاندارد نشده |            |               | ضرایب استاندارد شده | مقدار t       | سطح معنی داری |
|----------------------------------|----------------------|------------|---------------|---------------------|---------------|---------------|
|                                  | B                    | خطای معیار | Beta          |                     |               |               |
| عدد ثابت                         | 110.525              | 7.503      | -             | 14.732              | .000          |               |
| انگیزه پیشرفت کارکنان            | 3.056                | 1.047      | .206          | 2.918               | .004          |               |
| پشتکار و انضباط کارکنان          | 2.621                | 1.207      | .153          | 2.171               | .031          |               |
| انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان | 3.214                | 1.094      | .207          | 2.938               | .004          |               |
|                                  | ضریب تعیین           | تعدیل شده  | دوربین واتسون | مقدار آماره F       | سطح معنی داری |               |
|                                  | ۰/۱۱۵                | ۰/۱۰۰      | ۱/۴۹          | ۷/۷۶                | ۰/۰۰۰         |               |

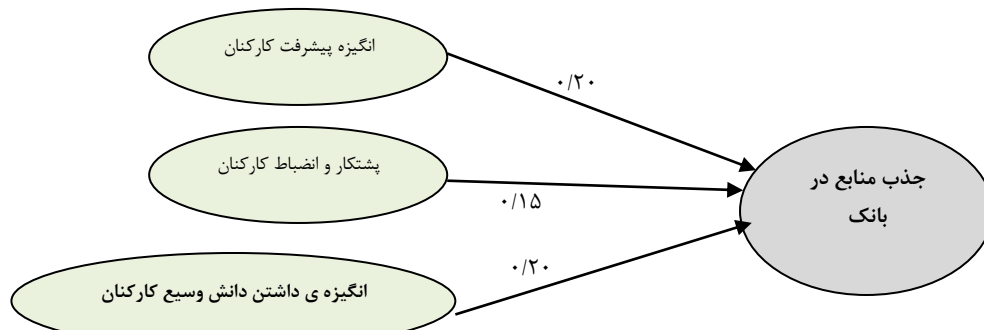
با توجه به جدول فوق، فقط متغیرهای (انگیزه پیشرفت کارکنان، پشتکار و انضباط کارکنان، انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان) در معادله رگرسیون جای گرفتند و بقیه متغیرها حذف شدند؛ به بیان دیگر، فقط متغیرهای (انگیزه پیشرفت کارکنان، پشتکار و انضباط کارکنان، انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان) هستند که تغییرات متغیر وابسته (جذب منابع در بانک تجارت) را تبیین می کنند. لازم به ذکر است که ضریب تعیین (R Square) حاصل از تحلیل فوق برابر ۰/۱۱۵ است؛ به بیان دیگر، این دو متغیر هم ۱۵٪ تغییرات متغیر وابسته (جذب منابع در بانک تجارت) را تبیین می کند. یکی از شروط استفاده از رگرسیون، استقلال باقیمانده هاست؛ با توجه به اینکه آزمون دوربین واتسون  $D.W = 1/49 < 1/5$  می باشد پس باقیمانده ها مستقل هستند.



همانطور که مشاهده می شود مقدار  $Sig = 0/000$  برای آماره  $F$  کمتر از  $0/05$  است، لذا نتیجه می شود مدل رگرسیون معتبر است. چون مقدار  $Sig$  برای آماره  $t$  کمتر از  $0/05$  است، مقادیر ضرایب قابل قبول بوده و مدل رگرسیونی به صورت زیر خواهد بود:

$$Y = 110/52 + (انگیزه ی داشتن دانش وسیع) * (3/21) + (پشتکار و انضباط) * (2/62) + (انگیزه پیشرفت کارکنان) * (3/05)$$

بعد از حذف عوامل خارجی تاثیر گذار در این معادله رگرسیونی، میزان تاثیر ۳ متغیر مذکور به قرار زیر بدست آمد:



نمودار (۱) : نمودار تحلیل مسیر جذب منابع در بانک تجارت از روی مولفه های خلاقیت

## ۵- نتیجه گیری

در تخمین مدل تحقیق مشاهده شد که برخی از ابعاد خلاقیت دارای ارتباط مستقیم با جذب منابع بوده و برخی دیگر دارای چنین شرایطی نیستند. لذا قسمتی از این فرضیه تایید می گردد.

۱. بین انگیزه پیشرفت و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین کنجکاوی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین علاقه زیاد به نظم و ترتیب و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود ندارد.
۴. بین قدرت ابراز وجود کارکنان و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معنی داری وجود دارد.
۵. بین شخصیت غیر رسمی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود ندارد.
۶. بین پشتکار و انضباط در کارها و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود دارد.
۷. بین استقلال کارکنان و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معنی داری وجود ندارد.
۸. بین طرز فکر انتقادی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود ندارد.
۹. بین انگیزه ی داشتن دانش وسیع کارکنان و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معنی داری وجود دارد.
۱۰. بین حساسیت به مسائل اجتماعی و جذب منابع در بانک تجارت رابطه معناداری وجود ندارد.

همچنین با رتبه بندی مولفه های موثر بر جذب منابع در بانک تجارت مشاهده شد که بیشترین همبستگی بین انگیزه پیشرفت کارکنان و جذب منابع وجود دارد و از بین این مولفه ها کمترین همبستگی بین متغیرهای پشتکار و انضباط کارکنان و جذب منابع وجود دارد.

با توجه به اینکه یکی از عوامل موثر بر کارایی هر بانک و نیز سودآوری این بنگاه های مالی جذب منابع از سوی مشتریان است و نیز در راستای رقابتی شدن فضای بازار سرمایه بانکها باید در جهت جذب بهتر منابع مالی تمامی نیروی خود را به کار گیرند. یکی از این عوامل مهم که می تواند نقش بسیار مهمی در جذب منابع بانکها داشته باشد، کارکنان بانکها می باشند که خلاقیت آنها در درجه اول می تواند در جذب مشتری نقطه عطفی باشد. لذا در این تحقیق به بررسی رابطه بین خلاقیت و جذب منابع پرداخته شد. نتایج نشان داد که بین کنجکاوی، انگیزه پیشرفت و پشتکار و نظم در کارها با جذب منابع رابطه معنی داری وجود دارد. یعنی اینکه هر چه کارکنان دارای انگیزه فراوان برای پیشرفت در کارها و نیز کنجکاوی بالایی باشند می توانند در راستای جذب منابع و نیز جلب توجه مشتریان بهتر عمل نمایند. یعنی اینکه مشتریان بانکها توجه ارزنده ای به نظم و ترتیب و نیز پشتکار کارکنان بانکها دارند و نیز سایر عوامل مانند شخصیت غیر رسمی، طرز فکر انتقادی و نیز حساسیت به مسائل اجتماعی نتوانسته است در بهبود جذب منابع عوامل مهم و معنی داری به شمار آید. به عبارت دیگر از دیدگاه مشتریان، شخصیت غیر رسمی، طرز فکر انتقادی و نیز حساسیت به مسائل اجتماعی کارکنان نکات مثبتی برای جلب اعتماد مشتریان و نیز افزایش جذب منابع نمی باشند. لذا پیشنهاد می شود که بانک تجارت تبلیغات خود را در رسانه های دیداری و شنیداری افزایش

چشمگیری دهد و به علت اینکه در مجموع مشتریان بانکها، رفتار و نحوه برخورد کارکنان بانک با مشتریان را جزو مهمترین نقاط قوت این بانکها می دانند، باید این بانکها باید توجه ویژه ای به آن مبذول نمایند. از طرف دیگر ویژگی های فردی مناسب کارکنان اطلاع رسانی مناسب و ارائه آموزش به مشتریان و همچنین رعایت حقوق مشتریان جز عواملی هستند که پیشنهاد می گردد بانک تجارت با ارزش دادن به نیروی انسانی خود از طریق آموزشهای لازم به کارکنان، جذب نیروی انسانی مورد نظر و انگیزش آنان از طریق افزایش حقوق و دستمزد، باعث افزایش بهره وری نیروی کار خود گردد و نیز بهتر شدن طرز برخورد مطلوب کارکنان بانک با مشتریان را در سرلوحه کار خود قرار دهد.

## مراجع

- ۱- الوانی، س.م.، مدیریت عمومی، چاپ سی و چهارم، نشر نی، تهران، ۱۳۸۸.
- ۲- زارعی متین، ح.، خلاقیت و نوآوری فصلنامه دانش مدیریت، انتشارات دانشگاه تهران، شماره ۲۴، ۱۳۷۳.
- ۳- هاشمی، س.ا.، "بررسی ارتباط بین انواع سبک تفکر با خلاقیت نوآوری مدیران مدارس شهرستان لامرد"، پژوهش در برنامه ریزی درسی، سال ۸، دوره دوم، ش ۳۰، ۱۳۹۰.
- ۴- محمدی، ح.، طبری، م.، "نهادینه کردن خلاقیت و نوآوری در سازمان"، ماهنامه تدبیر، شماره ۲۰۲، اسفند ۱۳۸۷.
- ۵- جعفری، م. و همکاران، ابزارهای استراتژیک و فرهنگی مدیریت کیفیت فراگیر، ج ۱، چاپ اول، موسسه خدمات فرهنگی رسا، تهران، ۱۳۸۲.
- ۶- اعرابی، م.، موسوی، س.، "الگوی استراتژیک مدیریت دانش برای ارتقاء عملکرد پژوهشگاه ها، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی"، شماره ۵۱، بهار ۱۳۸۸.
- ۷- مهدوی مزده، م.، ضرغامی، ح. ر.، "خلاقیت و نوآوری رمز دستیابی به استراتژیهای رقابتی اثربخش در هزاره سوم: ارائه مدل مفهومی تعدیل یافته استراتژیهای رقابتی پورتر بر مبنای نوآوری"، پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران - انجمن مدیریت راهبردی ایران، ۲۰۱۰.
- ۸- میر میران، س.ج.، خلاقیت و نوآوری (فردی، گروهی، سازمانی)، چ اول، انتشارات گهر، ۱۳۸۴.
- ۹- صمد آقایی، ج.، تکنیک های خلاقیت فردی و گروهی، چاپ اول، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۸۰.
- ۱۰- -----، جزوه دوره آموزشی: روشها و فنون حل مساله، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی استان همدان، شهریور ۱۳۹۰.
- ۱۱- ماهوشی، ا.، مبانی فرهنگ کارآفرینی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۹۲.
- ۱۲- لوائیز، گ.، پرورش خلاقیت در سازمان، ترجمه بدری نیک فطرت، چاپ دوم، انتشارات کیفیت و مدیریت، ۱۳۸۴.
- 13- Conner, Daryl R. ,*Managing at the speed of change*, published NewYork,1992.
- ۱۴- شکری، ط.، بررسی علل انحراف منابع تخصیص یافته بانک ها از برنامه ارائه شده توسط بانک مرکزی، مرکز آموزش مدیریت دولتی، ۱۳۷۷.
- ۱۵- هاشمی، س.ا.، "بررسی رابطه بین خلاقیت مدیران مدارس و عملکرد آنان در جذب منابع مالی در شهرستان لامرد"، فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد گرمسار، سال ۸، ش ۳، ۱۳۹۳.
- ۱۶- دهنوی یزدانی، م.، "مولفه های موثر بر موفقیت بانک ها و موسسات مالی در تجهیز منابع پولی"، مجله مدیرساز، ش ۱۷، ۱۳۸۴.
- ۱۷- دانی کریم زاده، س.، علیمزادی ریزی، م.، حبیبی پور، ح.، صالحی زاده، س.، "بررسی عوامل مؤثر بر تجهیز منابع بانکی: مطالعه موردی شعب بانک رفاه شهر اصفهان"، اولین کنفرانس بین المللی مدیریت و نوآوری، ۱۳۸۹.
- ۱۸- کاتلر، ف.، آرمسترانگ، گ.، اصول بازاریابی، ترجمه علی پارسائیان، چاپ اول، انتشارات دبستان، تهران، ۱۳۷۹.