

تجزیه و تحلیل اثربخشی و کارآیی واسطه‌گری مالی به عنوان یک استراتژی مشارکت مالی در صنعت بانکداری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

کد مقاله: ۲۵۱۱۵

مهدی نبی پورافروزی^۱، مصطفی یزدانجو^۲

چکیده

هدف این تحقیق آن هست تا نقش سرویس‌ها و خدمات واسطه‌گری‌های مالی را در تحریک و ترویج مشارکت مالی در ایران را ارزیابی کند که این ارزیابی‌ها را با تجزیه و تحلیل انجام می‌دهد که نقدینگی و پوشش اجتماعی تا آن حد بر روی بانکداری به عنوان یک استراتژی مشارکت مالی تأثیر می‌گذارند. این تحقیق یک تحقیق میدانی و پیمایشی مقطعی را برگزیده است. در این تحقیق ۳۸ مدیر اجرایی و ناظر در صنعت بانکداری بانک‌های پذیرفته در بورس اوراق بهادار کشور را مورد بررسی و هدف قرارداد که مدل خدمات واسطه‌گری‌های مالی را پذیرفته و اختیار کرده‌اند. تعداد نمونه آماری پذیرفته شده ۳۸ مدیر و ناظر را برای این تحقیق در نظر گرفته‌اند. این تحقیق برای جمع‌آوری داده‌ها از یک پرسشنامه محقق ساخته استفاده کرده است و همچنین داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی و با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار داد. در این تحقیق شناسایی و بررسی شد که پوشش جغرافیایی ($P=0.037$)، و نقدینگی ($P=0.028$) در یک سطح اطمینان ۹۵٪ به لحاظ آماری معنادار می‌باشند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که پوشش جغرافیایی مهم‌ترین مزیت است و بنابراین معنادارترین عامل محرک مشارکت مالی است. این تحقیق توصیه و پیشنهاد می‌کند که بانک‌ها باید در صدد آن باشند تا سرویس‌ها و خدمات بیشتری را از طریق بانکداری واسطه‌گری مالی فراهم آورند تا مشارکت مالی را به خصوص در نواحی و بخش‌های روستایی بالا ببرند و افزایش دهند. سپرده‌های نقدی بیشتر و برداشت‌های نقدی بیشتر نیز باید مجاز باشد زیرا واسطه‌ها مشکلی با نقدینگی ندارند.

واژگان کلیدی: بانکداری، واسطه‌گری‌های مالی، مشارکت مالی، پوشش جغرافیایی.

۱- دانشجوی دکتری، گروه علوم اجتماعی و رفتاری، مالی (مهندسی مالی)، دانشکده مدیریت، پردیس بین‌الملل ارس دانشگاه تهران، ارس، ایران.

۲- دانشجوی دکتری، گروه علوم اجتماعی و رفتاری، مالی (مهندسی مالی)، دانشکده مدیریت، پردیس بین‌الملل ارس دانشگاه تهران، ارس، ایران.

در اقتصاد هر کشوری کارکرد و اهمیت صنعت بانکداری به علت ماهیت کار آن‌ها بسیار با ارزش است در این حالت اگر صنعت بانکداری نقش خود را به درستی انجام ندهند و پاسخگویی ذینفعان سرمایه‌گذاران نباشند این عدم توانایی باعث ایجاد بحران اقتصادی می‌شود. سازمان‌ها و هر دستگاه‌های اجرایی و موسسه‌ها رسالت و هر مأموریتی، اهداف، دیدگاه و چشم‌اندازی که داشته باشند در نهایت در یک قلمرو عمل خواهند کرد و ضرورتاً ملزم به پاسخگویی به مشتریان و ارباب رجوع و سرمایه‌گذاران و ذینفعان می‌باشند، وقتی که سازمانی هدفش سودآوری و جلب رضایت مشتری است تا بتواند هدف خود را با اجرای کامل و دقیق وظایف رسمی و قانونی و به تحقق اهداف توسعه و تعالی کشور کمک خواهد کرد و همچنین پاسخگو می‌باشند، بنابراین بررسی نتایج عملکرد یک فرآیند مهم راهبردی تلقی می‌شود (نبی پورافروزی و همکاران، ۱۴۰۱). بانک‌ها برای اقتصاد هر کشوری ضروری و اساسی هستند زیرا هیچ‌گونه رشد و توسعه‌ای را نمی‌توان تکمیل کرد مگر اینکه صندوق‌های ذخیره به‌صورت سودآوری به سمت سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز سوق داده شده باشند. در این رابطه، فقدان یک سیستم بانکداری تمام‌عیار اغلب اوقات به‌عنوان نقطه‌ضعف اصلی اقتصادهایی شناسایی شده است که به‌صورت مرکزی برنامه‌ریزی شده‌اند (پوستوسکی، ۲۰۱۲). دریگا و دورا (۲۰۱۰)، به این نکته اشاره کردند که از بانک‌ها به‌عنوان واسطه‌های مالی انتظار می‌رود که سرویس‌ها و خدمات مالی پایه را برای همگان فراهم سازند. بانکداری که به‌عنوان آینه‌ی رشد اقتصادی در نظر گرفته می‌شود، می‌تواند در رشد و توسعه‌ی اقتصادی حداقل به دو روش نقش و مشارکت داشته باشد: می‌تواند حداقل روند را به بهبود و پیشرفت پولی اضافه کند، به صورت مستقیم، با توسعه و گسترش کارهای گزارش سرمایه، و به یک روش دایره‌وار، از طریق سرمایه‌گذاری. به عبارت دیگر، بانک‌ها مشاغلی را برای گروه‌هایشان ایجاد می‌کنند و سودهایی را برای سرمایه‌گذارانشان تولید می‌کنند، به دین ترتیب آن را به رشد و توسعه‌ی مالی گروه‌های مجاور و کشورشان به‌طور کلی اضافه می‌کنند. مشارکت مالی به این صورت تعریف شده است: توانایی یک فرد، یک خانوار، یا یک گروه برای دسترسی به دامنه‌ی کاملی از سرویس‌ها و خدمات مالی رسمی که به‌طور منطقی و قابل قبولی راحت هستند، بنا به استطاعت فرد، خانوار یا گروه قیمت‌گذاری شده‌اند، و به‌صورت مسئولانه‌ی تحویل داده می‌شوند (کریستن، لائور، لادین و روزنبرگ، ۲۰۱۱)، بر طبق نظریه تعمیم مالی بخش مالی (۲۰۱۰)، کشور کنیا گام‌های شگفت‌انگیزی را در روند سال‌های اخیر در زمینه‌ی مشارکت مالی برداشته است. درحالی‌که اعداد و ارقام را نمی‌توان با اعداد متعلق به آفریقای جنوبی مقایسه نمود، اما حد و میزان جمعیتی که به‌طور کلی ممنوع و مسدود است، در کشور کنیا در مقایسه با سایر کشورهای شرق آفریقا پایین است، بر اساس یک گفته‌ی مشابه، FinAccess (۲۰۰۹) متوجه شد که ۵۸٫۵ درصد از مشتریان دستگاه‌های اجرایی مرتبط با پول رسمی و ۵۶ درصد از مشتریان سایر دستگاه‌های اجرایی پولی رسمی به گونه‌ی دیگری از دستگاه‌های اجرایی بودجه‌ای موقتی استفاده می‌کنند. سپس مجدداً در سال ۲۰۰۹ در این کشور، مردم کنیا بیشتر مخالف بودند که از پول پس‌انداز رسمی یا سایر دستگاه‌های اجرایی پولی رسمی استفاده کنند، با این وجود هنوز هم مستعدتر و متمایل‌تر بودند که از دستگاه‌های اجرایی بودجه‌ای موقتی و تصادفی استفاده کنند (FinAccess, 2009).

خدمات واسطه‌گری‌های مالی به یکی از برجسته‌ترین و چشمگیرترین استراتژی‌ها برای سفارش سرویس‌ها و خدمات مالی در بازارهای نوظهور تبدیل شده است. این روش به‌ویژه زمانی می‌تواند قابلیت داشته باشد که به افراد فقیری سرویس‌دهی کند که از خدمات بانکی استفاده نمی‌کنند که این امر در نتیجه‌ی ظرفیت آن برای کاهش هزینه‌ی سرویس‌دهی بانک‌ها و دستیابی به متخصصین است که حقوق پایینی دارند و در آنجا زندگی می‌کنند (چایا، آپارنا، گولند، گونزالز، موردوک و شیف، ۲۰۱۰). خدمات واسطه‌گری‌های مالی یک سرویس بانکداری بدون شعبه است که توسط مؤسسات بانکی توصیه و پیشنهاد شده است که به‌دین وسیله بانک، شرکت‌های تجاری موجود را منصوب می‌کند تا انواعی از سرویس‌ها و خدمات بانکی را ارائه دهند، که این سرویس‌ها از طرف آن برای مشتریانش است، مشتریانی که به‌وسیله‌ی شبکه‌های بانکی قدیمی و سنتی نمی‌توان به آن‌ها دسترسی پیدا کرد، به‌خصوص آن دسته از مشتریانی که در نواحی دورافتاده و در نواحی روستایی زندگی می‌کنند (کیلر، ۲۰۱۱). زیرا خدمات واسطه‌گری‌ها می‌توانستند تأثیر شگرفی بر روی بهبود و پیشرفت دسترسی به سرویس‌ها و خدمات مالی به‌خصوص در نواحی و بخش‌های روستایی داشته باشند (FinAccess, 2009).

۲- چارچوب تحقیق

۲-۱- بیان مسئله

یکی از مهم‌ترین مؤسسات مالی اقتصادی هر کشوری بانک‌ها هستند که به دلیل تأثیرات خود بر بخش‌های مختلف اقتصاد بیش از اندازه مورد توجه محققان قرار گرفته است، بانک‌ها نقشی اساسی در بازارهای مالی دنیا و در اقتصاد هر کشوری بسیار پراهمیت و پیچیده و غیر قابل انکار است، به طوری که بانک‌ها و نحوه فعالیت آن‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی چه از منظر تجمیع سپرده‌ها و منابع و چه از دیدگاه تخصیص منابع و هدایت سپرده‌ها به سمت سپرده‌ها به سمت فعالیت‌های مولد می‌تواند به

عنوان موثر رشد و توسعه اقتصادی، به خصوص در کشورهای در حال توسعه مطرح نمود. واسطه‌گری‌های مالی عبارت است از فرآیند انتقال وجوه از واحدهای اقتصادی دارای مازاد به واحدهای اقتصادی که تمایل دارند این وجوه را به کار گیرند. واسطه‌گری‌های مالی با جهت دهی وجوه از سمت واحدهای اقتصادی دارای مازاد به سوی واحدهای با کسری وجوه، شکل می‌گیرند (نبی پورافروزی، علی اکبرنیا، عمران، یزدانجو، ۱۴۰۱). مفهوم آن این است که واسطه‌گران مالی انتقال وجوه را از کسانی که به دنبال پس انداز هستند، تسهیل می‌کنند. مهم‌ترین و با اهمیت‌ترین کارکرد واسطه‌گری‌های مالی آن است که در انتقال وجوه از واحدهای اقتصادی دارای مازاد به واحدهای اقتصادی با کسری، همکاری داشته و در این فرآیند عهده دار کارکردهای از قبیل تعیین ساز و کار پرداخت، تغییر شکل سرسیده‌ها، تغییر شکل ریسک، تامین نقدینگی و کاهش هزینه‌های مبادلاتی و کسب اطلاعات لازم (نبلی، شاهچرا، طاهری، ۱۳۹۴). عملکرد صنعت بانکداری با استفاده از محصولات و خدمات آن‌ها قابل تحسین است و همچنین مهم‌ترین محصول صنعت بانکداری خدمات واسطه‌گری‌های مالی آن‌ها هست. صنعت بانکداری به عنوان واسطه بین دارندگان پس انداز مثبت و پس انداز منفی آن‌ها است (اقامحمدنانی و همکاران، ۱۳۹۰). بنابراین نقش واسطه‌گری‌های مالی در صنعت بانکداری در این هست که وام دهندگان و وام گیرندگان نمی‌توانند بدون واسطه گرد هم باشند (نبی پورافروزی، یزدانجو، ۱۴۰۱). صنعت بانکداری برای ارائه کسب سود انواع گوناگونی از خدمات مالی را برای استفاده کنندگان ارائه می‌کند و همچنین در اقتصاد نقش مهم صنعت بانکداری ایجاد اندوخته‌ها از سپرده‌ها و استفاده آن برای سرمایه‌گذاری‌های مفید و برای اهداف سرمایه‌گذاری به افراد گوناگون قرض می‌دهند و همچنین اساسی‌ترین و مهم‌ترین محصول صنعت بانکداری، خدمات واسطه‌گری‌های مالی آن‌ها است (تهرانی و بیگلرلو، ۱۳۹۹). مدل خدمات واسطه‌گری مالی در کشور ما تقریباً از دو دهه قبل در حال فعالیت بوده است که عملیات و فعالیت خود را در این سال‌ها آغاز کرده است. خدمات واسطه‌گری مالی به مشتریان بانک این قدرت را می‌دهد تا به دستگاه اجرایی پول نگه‌دار اساسی دسترسی داشته باشند، به‌عنوان مثال به فروشگاه‌ها، برداشت از حساب، توزیع و بازپرداخت پیش‌قسط‌ها، قسط‌بندی صورت‌حساب‌ها، تبادل سرمایه، تنظیم استعلام، تاریخ آغاز و صدور ابلاغیه‌های بانکی در مقیاس کوچک، جمع‌آوری آرشوها (بایگانی‌ها) در ارتباط با افتتاح حساب، کاربرد پیش‌قسط، اعتبار و چک و بررسی تقاضای کارت، سازمان‌دهی مدیریت‌های پول پس‌انداز تلفن موبایل که در میان سایر موارد قابل ذکر است (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۵). باین‌وجود، شواهد و دلایل تجربی مبنی بر اینکه آیا خدمات واسطه‌گری مالی به‌عنوان یک ابزار مشارکت مالی برای بانک‌ها مؤثر واقع شده است یا خیر، محدود می‌باشد. این حالت یک شکاف دانش و معلومات در رابطه با تأثیر و کارآمدی واسطه‌گری مالی را به وجود می‌آورد. شناسایی رابطه‌ی بین واسطه‌گری مالی و مشارکت مالی حائز اهمیت است. این تحقیق درصدد خواهد بود تا تأثیر و کارآمدی واسطه‌گری مالی را به‌عنوان یک استراتژی مشارکت مالی در صنعت بانکداری را مورد ارزیابی قرار دهد.

۲-۲- اهداف تحقیق

(الف) ارزیابی اینکه خدمات واسطه‌گری‌های مالی به‌عنوان یک استراتژی مشارکت مالی، تا چه حد و میزانی بر روی کدام پوشش جغرافیایی تأثیر می‌گذارد.
(ب) سنجش و ارزیابی حد و میزانی که نقدینگی تا آن حد بر روی خدمات واسطه‌گری‌های مالی به‌عنوان یک استراتژی مشارکت مالی تأثیر می‌گذارد.

۲-۳- سوالات تحقیق

(الف) خدمات واسطه‌گری‌های مالی به‌عنوان یک استراتژی مشارکت مالی، تا چه حدی بر روی کدام پوشش جغرافیایی تأثیر می‌گذارد؟
(ب) نقدینگی تا چه حدی بر روی خدمات واسطه‌گری‌های مالی به‌عنوان یک استراتژی مشارکت مالی تأثیر می‌گذارد؟

۳- مروری بر ادبیات تحقیق

۳-۱- مروری بر تئوری واسطه‌گری مالی

تئوری خدمات واسطه‌گری مالی از زمان معرفی‌اش به شکل مدرن و پیشرفته توسط جنسن و مک لینگ (۱۹۷۶) تاکنون موضوع تحقیق و پژوهش وسیع و گسترده‌ای بوده است. عمومیت تئوری به نظر می‌رسد که غیرقابل سؤال باشد و آن به‌طور وسیع و گسترده‌ای پذیرفته شده است. بر طبق نظر نورکان (۲۰۰۵)، این مدل به‌طور مؤثری، موارد شگفت‌انگیز خاص تحت بررسی دقیق فقط در مستقیم‌ترین و سرراست‌ترین موارد و حتی در آسان‌ترین موارد و نمونه‌هایی پیش‌بینی می‌کند که شرایط و موقعیت‌هایی وجود دارند که در آنجا نمایش سازمان پایه، موقعیت و دستیابی را محدود ساخته است. یک رابطه‌ی خدمات واسطه‌گری‌های مالی زمانی به وجود می‌آید که حداقل یک ریس با شخص دیگر به‌عنوان اپراتور مساوی شود که برای یک سازمان به نفع‌شان ایفای

نقش کنند. یک قالب و چارچوب کلیدی و تخصصی که یک رابطه‌ی اداری دارد زیرا هریک از آن‌ها امیدوارند که به یک سود و مزیت خالص دست یابند. همایش‌ها و گردهمایی‌ها انتظار دارند که این رابطه بخش مؤثری از کار را تحریک خواهد کرد. اجرای این مدیریت، تخصیص یک کارشناس مدیریتی اساسی را برای اپراتور به وجود می‌آورد. این تعیین وظیفه توسط بخش مهم و بعدی کار، در پیشرفت یک اقتصاد مؤثر و سودمند مفید است. در هر صورت، چنین تخصیصی به علاوه به طور ضمنی به دین معناست که ریس ضرورت دارد که به یک متخصص اعتماد و اطمینان داشته باشد تا برای بهترین مزایای کلیدی و اصلی فعالیت کند (واکر، ۲۰۰۳).

تئوری واسطه به این مطالعه مربوط است زیرا نقش عامل یا واسطه را در دستیابی به یک هدف بزرگ‌تر مورد ارزیابی قرار می‌دهد. بر طبق این تئوری، سپردن مسئولیت توسط ریس و نیروی کار حاصله، در تحریک و برانگیختن یک اقتصاد پربازده و تولیدی، مفید و کمک‌کننده هستند. واگذاری مسئولیت در این تحقیق، دسترسی به سرویس‌ها و خدمات مالی از مجاری بانکی به جایی است که مردم در آن زندگی و کار می‌کنند و افزایش در میزان مشارکت مالی را تضمین می‌دهد و در این خصوص اطمینان می‌دهد.

۲-۳- مروری بر تئوری نوآوری

تئوری نوآوری که توسط اورت راجرز در سال ۱۹۶۲ توسعه یافت، یکی از قدیمی‌ترین نظریه‌های علوم اجتماعی است. این تئوری از ارتباطات نشأت گرفته است تا توضیح دهند که چگونه باگذشت زمان، یک ایده یا محصول عزم و اراده‌ی حرکت را به دست می‌آورد و در میان یک جمعیت خاص یا یک سیستم اجتماعی خاص گسترش می‌یابد (راجرز، ۲۰۰۳). نتیجه‌ی کلی این تئوری این است که افراد به‌عنوان یک مولفه‌ی چارچوب اجتماعی، یک تفکر دیگر، یک اجرا و انجام کار دیگر، یا یک آیتیم دیگر را دریافت می‌کنند. متناسب‌سازی به طور ضمنی به این معناست که یک انسان کاری را منحصرأ برخلاف آن چیزی انجام می‌دهد و به اتمام می‌رساند که قبلاً آن را انجام می‌دادند. روش متناسب‌سازی این‌گونه است که فرد باید تفکر، انجام کار، یا آیتیم را به صورت چیزی جدید یا تصویری ببیند، از طریق این روش است که این تئوری قابل‌درک و فهم است. پنج فاکتور اصلی وجود دارد که بر روی پذیرش یک نوآوری تأثیر می‌گذارند و هر یک از این فاکتورها تا حد و میزان متفاوتی در این پنج طبقه‌ی پذیرنده نقش دارند:

الف) مزیت نسبی: درجه‌ای که یک نوآوری نسبت به آن به صورتی دیده می‌شود که بهتر از ایده، برنامه، یا محصولی است که جایگزین آن می‌شود.

ب) سازگاری (تطبیق): نوآوری با ارزش‌ها، تجربیات، و نیازهای پذیرنده‌های پتانسیل و بالقوه، چقدر متناسب و سازگار است.

ج) پیچیدگی: فهمیدن و درک کردن و یا استفاده کردن از نوآوری چقدر سخت و مشکل است.

د) قابلیت آزمون‌سازی: حد و میزانی که نوآوری را می‌توان با آن آزمایش کرد یا مورد تست و آزمون قرارداد قبل از این‌که تعهدی برای پذیرش و برگزیدن آن صورت گیرد.

ح) قابل مشاهده بودن: حد و میزانی که نوآوری تا آن حد، نتایج ملموس و عینی را فراهم می‌سازد (کارتر، ۱۹۹۸).

تئوری نوآوری‌های راجرز در ارزیابی تأثیر و کارآمدی بانکداری واسطه‌گری مالی به‌عنوان یک استراتژی مشارکت مالی در صنعت بانکداری مناسب است. این به آن خاطر است که بانکداری واسطه‌گری مالی را می‌توان به‌تنهایی به‌عنوان یک نوآوری مشاهده نمود و تئوری نوآوری‌های راجرز تلاش می‌کند که توضیح دهد چرا یک نوآوری می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد یا نه، در این مورد، مشارکت مالی را بهبود بخشد.

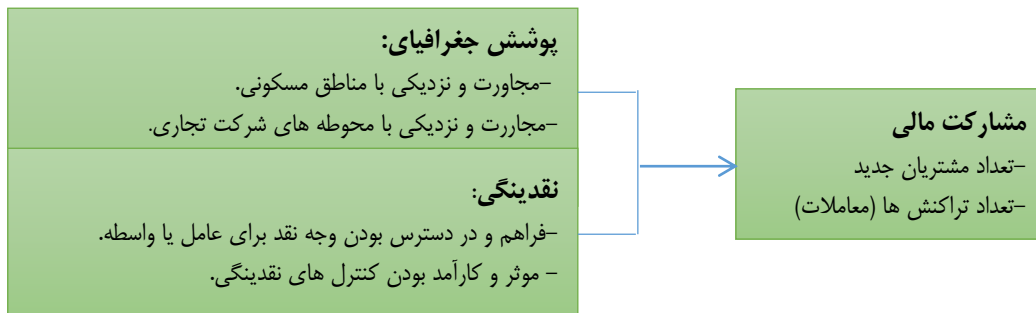
۳-۳- پوشش جغرافیای بانکداری واسطه‌گری‌های مالی

یکی از دلایلی که می‌توان آن را به مشارکت مالی پایین نسبت داد، فاصله‌ی طولانی است که آن‌ها نیاز دارند بپیمایند تا به سرویس‌ها و خدمات مالی دسترسی پیدا کنند. گاهی اوقات، اندازه‌گیری وجه نقدی که یک نفر نیاز دارد از بانک برداشت کند، دارای تناسب است، یا حتی به‌اندازه‌ی هزینه‌ی حمل‌ونقل نیست، درحالی‌که امروزه دگرگون می‌کنند چیزهای جدیدی را که مستقر می‌سازند که یک حساب بانکی را مدیریت می‌کند که ترس و نگرانی را تحمیل می‌کند. به دین ترتیب، آن‌ها از سازمان‌های مالی رسمی دور می‌مانند و در سازمان‌های مربوطه پولی موقتی مستقر می‌شوند که به‌صورت ناگهانی و فوری در محدوده‌های استانی افتتاح و باز می‌شوند (وانیانیا، ۲۰۱۱). به‌طور نمونه در کشور کنیا فقط با بیش از ۲.۵ شعبه برای هر صد هزار نفر با یک چارچوب بودجه‌ای به‌طور متوسط قلیل و اندک از نظر استاندارد جهانی قرار دارد. رشد و توسعه‌ی سیستم‌های دستگاه خودپرداز، رشد و توسعه‌ی قوی و مستحکم را در میانه‌ی سال ادامه داده است که با تعداد معدودی شاخص تضعیف‌کننده در مسیر سازمان‌دهی همراه بوده است. با این وجود، فقط با ۴.۷ سیستم دستگاه‌های خودپرداز برای هر صد هزار نفر، مجدداً نفوذ پایین باقی می‌ماند که این حد پایین از نظر مقایسه‌ی بین‌المللی می‌باشد (FinAcces، ۲۰۰۹). کولینز و همکارانش (۲۰۰۹) نشان دادند که چگونه افراد

فقیر جدال و کشمکش می‌کنند تا زندگی مالی‌شان را مدیریت کنند، البته با ارائه‌ی فقدان سرویس‌ها و خدماتی که برای درآمد نامطمئن، بسیار اندک و فوق‌العاده بادوام آن‌ها مناسب هستند. بر طبق نظر ایواچوری و تیموتی (۲۰۰۶)، بانکداری واسطه‌ی می‌توانست دارای این مزیت برای مشتریان خود باشد که به روش‌های مشایعت‌کننده زیر می‌باشد: پایین‌آوردن هزینه‌ی مبادله، مشتریان در امتداد این صف‌ها می‌توانند مبالغ اندکی را برداشت یا ذخیره کنند بدون اینکه هزینه‌های اضافی مثل هزینه‌ی حمل‌ونقل به یک شعبه بانک تحصیل و کسب کنند، بدون این که ساعات افتتاح حساب طولانی‌تری را منتظر باشند زیرا این سازمان‌ها برای ساعاتی کار می‌کنند که طولانی‌تر از ساعات کار بانک‌ها می‌باشد، صف‌های کوتاه‌تری را نسبت به صف‌های شعبه‌های بانک دارند، برای افراد بی‌سواد بیشتر فراهم و در دسترس هستند و برای افراد فوق‌العاده فقیری بیشتر در دسترس هستند که ممکن است در شعبه‌های بانک احساس تهدید شدن بکنند. بنابراین، مشتریان پول را به موقع و در زمانی پس‌انداز می‌کنند که نیاز دارند به یک شعبه بانک بروند و زمانی که لازم است آن‌ها در صف طولانی بانک منتظر بمانند، صرف سرویس‌دهی به آن‌ها می‌شود. نگهداری سازمان‌های پولی به بنیادها و موسسه‌های پولی کمک می‌کند تا مشتریان موجود را از شعبه‌های مورد مراجعه زیاد مشتریان (ازدحام) مجدداً جهت‌دهی کنند و به مکان دیگری سوق دهند، شعبه‌هایی که کانال‌های متناظری را ارائه می‌دهند که غالباً پر مزیت‌تر و پرفایده‌تر است. سایر بنیادها و موسسه‌های مرتبط با پول به‌ویژه در ایجاد و خلق بازارها از متخصصین استفاده می‌کنند که به یک بخش مشتری اضافه دست یابند. دستیابی به مشتریان فقیر در نواحی و مناطق استانی به‌صورت منظم و باقاعده‌ای برای بنیادها و موسسه‌های بودجه‌ای به طرز محدودکننده‌ای پرهزینه یا هزینه‌بر است زیرا حجم‌ها (حجم و گنجایش) و اعداد و ارقام مبادله مراقب مخارج یک شعبه نیستند (کیتاکا، ۲۰۰۱). در چنین محیط‌هایی، واسطه‌های بانکداری که بنیاد یا موسسه‌ی خرد فروشی موجود را بر روی روش‌های خود حمل می‌کنند و تنظیمات را پایین می‌آورند و هزینه‌ی راه‌اندازی را می‌توان یک بخش اساسی در توصیه به بسیاری از افراد کم‌درآمد و دسترسی دفعه‌ی اولشان به دیدگاه بخش‌های اجرایی (مدیریتی) بودجه‌ای فرض کرد. به‌عبارت‌دیگر، مشتریان کم‌درآمد و دارای حقوق پایین غالباً به‌صورت فوق‌العاده‌تری احساس می‌کنند که یک حساب بانکی را در فروشگاه نزدیکی‌شان مدیریت می‌کنند تا این که آهسته‌آهسته به یک شعبه‌ی بزرگ‌تر بروند (آدیوا، ۱۹۹۵).

۳-۴- نقدینگی در بانکداری واسطه‌گری مالی

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در به راه انداختن موسسه‌های بانکی، ایجاد و پایه‌ریزی و تأثیر و کارآمدی شبکه‌های واسطه‌گری مالی است. واسطه‌ها، نقاط تماسی هستند که سرویس مشترکین در آنجا می‌توانند پول را وارد سیستم کنند و پول را از سیستم خارج کنند که به واسطه‌ها اغلب اوقات عنوان نقاط ورود وجه نقد و نقاط خروج وجه نقد نیز اطلاق می‌شود. در مواردی که یک مشتری با پایگاه یا مقر یک واسطه تماس می‌گیرد، با این نیاز که مبلغ هنگفتی را بیرون بکشد یا برداشت کند، این حادثه اتفاق می‌افتد که واسطه پول کافی ندارد تا پول خارج از تقاضا یا بیش‌ازحد را تأمین کند. این حالت ناامیدی و یاس را برمی‌انگیزد و یکی از دلایل این مسئله است که چرا جذب این چارچوب‌ها کندتر و آهسته‌تر از آن چیزی که نرمال و طبیعی است. این موضوع تحت عنوان موضوع نقدینگی اپراتور به‌آن اشاره می‌شود که در این باره است که چگونه تضمین کنیم که پول کافی و قابل‌دسترس دارد تا نیاز این چارچوب را تأمین کند و برآورده سازد (بانک مرکزی برزیل، ۲۰۰۷). این موضوع غالباً از نزدیک‌تر و به روشی برداشت و نتیجه‌گیری می‌شود که چارچوب تجارت و معامله‌ی خالص قابل‌دسترسی را در خارج از برداشت هر اپراتور مورد کنترل و بازنگری قرار می‌دهد به‌طوری که حمایت‌کنندگانی را جهت و سوق دهد که می‌توانند مبالغ هنگفتی را برداشت کنند و بیرون بکشند. این روش معمولاً ظریف و پیچیده است و غالباً به حساب ایده‌ی معمولی تجارت متخصصین به‌صورت کوتاه و خلاصه بیان می‌شود. ماوسا (۲۰۱۳)، مشاهده کرد که عدم وجود مبادله پول به پول به این نکته اشاره دارد که مباحث و موضوعات دور از دسترس کنونی را نشان نمی‌دهد که معاملات درون کشوری آن را در نظر می‌گیرند، بلکه فشار و اجباری را به وجود می‌آورد که مشتریان کم‌درآمد بتوانند عقب‌نشینی‌های ادواری (متناوب) نقدینگی را در برگشت برای ارتباط و انسجام مدیریت در بلندمدت و راحتی یک سیستم وسیع و گسترده تجمل کنند. لهن (۲۰۱۰) ذکر می‌کند که عامل‌ها یا واسطه‌ها بدون نظارت مداوم و مستمر، در مکان و در فروشگاه، سرویس‌ها و خدمات باکیفیتی را برای مشتریان فراهم نخواهد ساخت تا اطمینان دهند که عامل‌ها یا واسطه‌ها دارای وجه نقد هستند، دائماً و به‌طور ثابت دارای برند می‌باشند، و از فرایندهای تجاری توصیه‌شده تبعیت و پیروی می‌کنند. تأمین‌کنندگان و عرضه‌کنندگان نیاز دارند انتخاب کنند که چگونه ظرفیت‌های متفاوت مدیریتی را قسمت‌بندی کنند و این که آیا آن ظرفیت‌ها را در داخل کشور نگاه دارند یا در خارج از کشور برای سازمان تخصصی اتوماتیک نمایندگی پیدا کنند. همان‌طور که سیستم‌ها توسعه می‌یابند، برای عرضه‌کننده به‌صورت پیشرونده‌ای مشکل‌ساز می‌شود که آخرین مسافت زنجیره‌ی توزیع و انتشار را تحت پوشش قرار دهد، بنابراین اکثریت برای بخش بزرگ‌تری یا قسمت بیشتری از ظرفیت‌های مدیریت کانال، از خارجی‌ها استفاده می‌کنند. عرضه‌کنندگان به یک ترتیب و آرایش بازبدهی استاندارد به سایت اپراتور نیاز دارند تا تضمین کنند که متخصصین متناسب و سازگار با فرم‌ها و اشکال تجاری هستند و همگام و همسو با بازاریابی و نشانه‌گذاری قانونی هستند.



شکل ۱. چارچوب مفهومی متغیرهای مستقل- متغیر وابسته.

۴- روش تحقیق

۴-۱- طرح تحقیق

این مطالعه یک طرح تحقیقاتی میدانی یا پیمایشی عرضی را اختیار کرد. یک تحقیق میدانی یا پیمایشی عرضی داده‌ها را جمع‌آوری می‌کند تا نتیجه‌گیری‌هایی در مورد یک جامعه‌ی موردتوجه در یک نقطه زمانی انجام دهد. هال (۲۰۱۳) تحقیق‌های پیمایشی یا میدانی عرضی را به این صورت توصیف می‌کند: تصویرهای لحظه‌ای از جامعه در مورد این‌ها راجع به کدام مسئله داده‌ها را جمع‌آوری می‌کنند. یک تحقیق عرضی به داده‌های نظر می‌افکند که از یک جامعه‌ی کامل جمع‌آوری شده‌اند تا تصویرهای لحظه‌ای از آن جامعه را در یک نقطه‌ی زمانی مجزا فراهم سازد. در یک تحقیق میدانی یا پیمایشی توصیفی، اهداف تحقیق از قبل تعیین شده هستند که اجازه می‌دهد تا جمع‌آوری داده‌ها برای مسئله‌ی مورد مطالعه، به‌جا و مربوط و کافی باشد.

۴-۲- جامعه‌ی هدف

این تحقیق مدیران و ناظران مدیریتی صنعت بانکداری در کشور را مورد بررسی و هدف قرارداد که مدل بانکداری واسطه‌گری‌های مالی را پذیرفته‌اند و اختیار کرده‌اند. این بدان خاطر است که چنین اشخاصی مسئول عملیات در بانک هستند و در بخش‌های متنوع و گوناگون و فعالیت‌های مختلف بانک، سرشار از منابع هستند، نواحی و بخش‌های متنوع و فعالیت‌های بانکی مختلفی نظیر بانکداری واسطه‌گری‌های مالی مدل بانکداری واسطه‌گری مالی را به کار گرفته‌اند، بر طبق نظر برنز (۲۰۱۰)، یکی از مزایای تحقیقات میدانی یا پیمایشی جمعیت آماری بر سایر انواع تحقیقات میدانی، صحت و درستی آن است. از آنجایی که پاسخ‌دهندگان مشارکت در تحقیقات میدانی جمعیت، اعضای یک جامعه‌ی موردنظر هستند، داده‌های تحقیق میدانی که باید جمع‌آوری شوند، قابل موثرتر و پایاتر و صحیح‌تر و دقیق‌تر از داده‌هایی خواهند بود که از تحقیقات میدانی نمونه‌برداری جمع‌آوری شده‌اند. مدیران و ناظران مدیریتی بانک‌های تجاری کشور به‌صورت هدفمندی انتخاب شده‌اند زیرا آن‌ها در زمینه‌ی بانکداری واسطه‌گری مالی تجربه هم داشته‌اند.

۴-۳- جمع‌آوری داده‌ها

این تحقیق داده‌های اولیه را جمع‌آوری نمود. در این تحقیق، محقق برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده کرد. به این دلیل محقق پرسشنامه را انتخاب کرد برای اینکه پاسخ‌ها به یک روش استاندارد یا استانداردسازی شده جمع‌آوری شدند به‌طوری‌که پرسشنامه‌ها در مقایسه با سایر ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها، عینی‌تر و ملموس‌تر (هدفمندتر) هستند. محقق پرسشنامه‌ها را توسعه داد. پرسشنامه‌ها در دو مجموعه بودند: یک مجموعه برای مدیریت سازمان و یک مجموعه‌ی دیگر برای سایر مدیران و ناظران. روایی و پایایی در این تحقیق مورد استفاده قرار گرفت، روایی محتوا درجه‌ای است که ابزار تا آن درجه اندازه‌گیری می‌کند که آزمون طراحی شده است که چه چیزی را اندازه‌گیری کند. این مسئله در ایجاد و پایه‌ریزی صحت و درستی تحقیق حائز اهمیت است. به‌منظور حصول اطمینان از روایی صورت مسئله، ابزارها طراحی شدند و در اختیار ناظران جهت بررسی قرار گرفتند. روایی ابزار بعداً با به عهده گرفتن یک پیش‌آزمون ایجاد شد. برای آزمون پایایی ابزارها، محقق یک مطالعه و تحقیق آزمایش را در صنعت بانکداری کشور ترتیب داد. تکنیک آزمون- باز آزمون به کار گرفته شد. این تحقیق، ثبات و پایداری داخلی ابزارها را مورد آزمون

قرارداد و این کار را با محاسبه‌ی آلفای کرون باخ انجام داد تا پایایی ابزار تحقیق را تعیین و مشخص کند. یک آلفای کرون باخ معادل ۰.۸ و بالاتر از آن بر طبق نظر آلفای کرون باخ به‌عنوان پایایی قابل قبول در نظر گرفته شد.

۴-۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش‌های توصیفی نظیر توزیع فراوانی و درصدها مورد استفاده قرار گرفتند تا داده‌های کمی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. داده‌های کیفی با استفاده از تجزیه و تحلیل محتوایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. تجزیه و تحلیل رگرسیون به کمک SPSS ترتیب داده شد. رگرسیون خطی مورد استفاده قرار گرفت که کمک کند و به این مسئله اشاره کند که آیا بانکداری واسطه‌گری‌های مالی رابطه معناداری با مشارکت مالی داشت یا خیر، و به قدرت نسبی متغیرهای مستقل متفاوت اشاره و دلالت داشته باشد. عبارت جبری مدل رگرسیون که از ضریب عبارت ثابت و عبارت خطا تشکیل می‌شود، که شکل زیر را به خود گرفته است:

$$y = X + X_1GC + X_2LQ + e$$

Y = مشارکت مالی، X مقدار ثابت، X_1, X_2 مقدار ضرایب GC پوشش جغرافیایی، LQ فراهم و در دسترس بودن نقدینگی و e خطای باقیمانده.

۵- یافته‌ها

۵-۱- میزان (نرخ) پاسخ

برای این تحقیق تعداد ۳۸ پرسشنامه برای مدیران و ناظران صنعت بانکداری کشور به کار گرفته شد که این‌ها مدل بانکداری واسطه‌گری‌های مالی را پذیرفته‌اند، ۳۴ پرسشنامه برگشت داده شدند، این نشان‌دهنده‌ی یک میزان (نرخ) پاسخ ۸۹ درصد است که بالای آستانه‌ی ۷۰ درصد است که توسط موگندا و موگندا (۲۰۱۲) توصیه و پیشنهاد شده است.

جدول (۱) - نرخ (میزان) پاسخ

جمعیت (جامعه)	پرسشنامه‌های توزیع شده	پرسشنامه‌های برگشت داده شده	پرسشنامه‌های آماده برای تجزیه و تحلیل	نرخ یا میزان پاسخ
مدیران	۸	۵	۵	۶۳ درصد
ناظران	۳۰	۲۹	۲۹	۹۷ درصد
مجموع	۳۸	۳۴	۳۴	۸۹ درصد

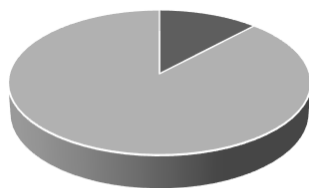
۵-۲- پوشش جغرافیایی

اکثریت شرکت کنندگان ۸۰ درصد موافق بودند که بانکداری واسطه‌ای ازدحام جمعیت در راهروهای بانک را کاهش داده است. همچنین اکثریت آن‌ها ۷۰ درصد موافق بودند که مشتریان تمایل دارند در خروجی‌های واسطه‌ای پول بیشتری را پرداخت کنند. زیرا آن‌ها به محوطه‌های ساختمان‌شان نزدیک تر هستند. به علاوه، ۸۸ درصد آن‌ها موافق بودند که پوشش جغرافیایی واسطه‌ها بر روی مشارکت مالی تأثیر می‌گذارد. یافته‌های حاصله هماهنگ و سازگار با یافته‌های کیتاکا (۲۰۰۱) و وایناینا (۲۰۱۱) هستند.

جدول (۲) - پوشش جغرافیایی

شدیداً موافق	موافق	بی‌نظر	مخالف	شدیداً مخالف	
۷۲٪	۸٪	۲٪	۱۰٪	۸٪	بانکداری واسطه‌ای ازدحام در راهروهای بانک را کاهش داده است.
۳۲٪	۲۸٪	۴٪	۲۰٪	۶٪	مشتریان تمایل دارند که در خروجی‌های واسطه‌ای پول بیشتری بپردازند زیرا آن‌ها به محوطه‌های ساختمان اداری‌شان نزدیک هستند.
۶۶٪	۲۲٪	۲٪	۶٪	۴٪	پوشش جغرافیایی واسطه‌ها بر روی مشارکت مالی تأثیر می‌گذارد.

۵-۳- نقدینگی



■ No ■ Yes

شکل ۲- کنترل و بازنگری واسطه‌ها برای حصول اطمینان از نقدینگی

یک تعداد معناداری از پاسخ‌دهندگان ۸۸ درصد موافق بودند که خروجی‌های بانکداری واسطه‌ای مورد کنترل و بازنگری قرار می‌گرفتند تا از نقدینگی کافی اطمینان حاصل گردد. این مسئله نشان می‌دهد که اکثر بانک‌ها، برای جنبه‌ی نقدینگی مدل بانکداری واسطه‌ای ارزش قائل بودند. این مسئله موافق و هماهنگ (سازگار و همخوان) با نظریه‌ی استفن و کوین (۱۹۹۸) است.

یافته‌های جدول ۳ نشان می‌دهند که ۲۵ درصد از شرکت‌کنندگان به این مسئله اشاره داشتند که واسطه‌ها به‌ندرت چالش‌های نقدینگی را تجربه می‌کردند. یک تعداد مساوی ۳۵ درصد هم به این مسئله اشاره داشتند که واسطه‌ها هرگز چالش‌های نقدینگی را تجربه نمی‌کردند. این نتیجه نشان می‌دهد که نقدینگی در خروجی‌های بانکداری واسطه‌ای یک مسئله و مشکل نبود. با این وجود، این یافته مخالف و ناموافق با یافته‌های کین یا جویی (۲۰۱۱) است که دریافت که بسیاری از بانک‌ها دریافتند که واسطه‌ها فاقد این ظرفیت هستند که تراکنش‌های بزرگ وجه نقد را کنترل و مهار کنند و بر روی اقدامات امنیتی کمتر وقت صرف می‌کنند.

جدول ۳- فراوانی چالش‌های نقدینگی

درصد	فراوانی	
۳۰	۱۰	گاهی اوقات
۳۵	۱۲	بندرت
۳۵	۱۲	هرگز
۱۰۰	۳۴	مجموع

جدول ۴- تأثیر نقدینگی و مشارکت مالی

درصد	فراوانی	
۹۵٪	۲۲	گاهی اوقات
۲۹٪	۱۰	بندرت
۶٪	۲	هرگز
۱۰۰	۳۴	مجموع

اکثریت شرکت‌کنندگان ۹۴ درصد به این مسئله اشاره داشتند که نقدینگی تا حد و میزان زیادی بر روی مشارکت مالی تأثیر می‌گذاشت. این مخالف با یافته‌های ماساتو (۲۰۱۳) است. اکثریت پاسخ‌دهندگان ۷۸ درصد موافق بودند که بسیاری از تاجران و بازرگانان نمی‌توانند سرویس‌ها و خدمات بانکداری واسطه‌ای را فراهم سازند که این امر به علت فقدان مکرر نقدینگی می‌باشد. ۴۷ درصد از شرکت‌کنندگان موافق بودند که برخی از مشتریان از استفاده از سرویس‌ها و خدمات بانکداری واسطه‌ای ناامید و دلسرد شدند که علت این یاس و دلسردی، فقدان مکرر (فراوان) نقدینگی بود. ۸۸ درصد از شرکت‌کنندگان موافق بودند که فراهم و در دسترس بودن نقدینگی، یکی از شاخص‌ها و عوامل تعیین‌کننده‌ی بهبود مشارکت مالی از طریق مدل بانکداری واسطه‌ای است. این موافق و سازگار با نظر بانک مرکزی بزرگ (۲۰۰۷) است.

جدول ۵- تأثیر نقدینگی بر روی مشتریان و واسطه‌ها

شدیداً موافق	موافق	بی‌نظر	مخالف	شدیداً مخالف	
۵۸٪	۲۰٪	۲٪	۱۶٪	۴٪	بسیاری از تاجران نمی‌توانند سرویس‌ها و خدمات بانکداری واسطه‌ای را به علت فقدان مکرر نقدینگی فراهم سازند
۲۳٪	۲۴٪		۲۳٪	۲۰٪	برخی از مشتریان از استفاده از سرویس‌ها و خدمات بانکداری واسطه‌ای مأیوس و دلسرد شده‌اند که این امر به علت فقدان مکرر نقدینگی است.
۶۶٪	۲۲٪	۴٪	۶٪	۲٪	فراهم و در دسترس بودن نقدینگی یکی از شاخص‌ها و عوامل تعیین‌کننده بهبود مشارکت مالی از طریق مدل بانکداری واسطه‌ای است.

۵-۴- مشارکت مالی

اکثر شرکت‌کنندگان (۷۵٪) به این نکته اشاره کردند که کمتر از ۲۵٪ حساب‌های بانکی افتتاح شده در بانک قابل استناد به بانکداری واسطه‌ای بودند.

جدول ۷- تراکنش‌های قبل استناد به بانکداری

واسطه‌ای		
درصد	فراوانی	
۲۵	۱	٪۲۶-٪۵۰
۵۰	۲	٪۵۱-٪۷۵
۲۵	۱	بالای ٪۷۵
۱۰۰	۴	مجموع

جدول ۶- حساب‌های بانکی افتتاح شده که قابل استناد به

بانکداری واسطه‌ای هستند.		
درصد	فراوانی	
۷۵	۳	زیر ٪۲۵
۲۵	۱	٪۲۶-٪۵۰
۱۰۰	۴	مجموع

یعنی ۵۰ درصد از مدیران شعب‌های بانکی در این تحقیق، بین ۵۱ درصد و ۷۵ درصد از تراکنش‌ها را به بانکداری واسطه‌ای نسبت دادند. این نشان می‌دهد که بانکداری واسطه‌ای، ابزار مفیدی در بهبود بخشیدن این وضعیت بود که مشتریان به بانک دسترس پیدا کنند.

تمامی مدیران بانک‌ها ۱۰۰ درصد این تحقیق موافق بودند که بانکداری واسطه‌گری مالی، مشارکت مالی را بهبود بخشیده است.

۴-۵- تجزیه و تحلیل رگرسیون

جدول ۸ خلاصه‌ای این مدل را جهت تجزیه و تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد. مقدار R معادل ۰٫۹۶۴ به این نکته اشاره دارد که رابطه‌ی همبستگی مثبت شدیدی بین بانکداری واسطه‌ای و مشارکت مالی وجود دارد. مربع R معادل ۰٫۸۶۲ به این معناست که هزینه‌های بانکداری واسطه‌گری‌های واسطه‌ای، نگرانی‌های امنیتی، پوشش جغرافیایی و نقدینگی می‌توانند ۸۶٫۲٪ مشارکت مالی در بانک‌های تجاری را توضیح دهند.

جدول ۸- خلاصه‌ی مدل

مدل	R	مربع R	مربع R تعدیل شده	خطای استاندارد تخمین (برآورد)
۱	۰٫۹۶۴	۰٫۹۲۹	۰٫۸۶۳	۰٫۰۳۹

یافته‌های جدول ۹، آمار F را نشان می‌دهد. مقدار F به این نکته اشاره دارد که آیا مجموعه متغیرهای مستقل به‌عنوان یک کل، در واریانس متغیر وابسته نقش و مشارکت دارند یا خیر. یک مقدار F معادل ۲۵٫۶۸ شناسایی شد. یافته‌های جدول نشان می‌دهند که مقدار F در ۹۵٪ CI، معنادار بود ($P=0.02$). این به آن معناست که بانکداری واسطه‌ای در پیش‌بینی مشارکت مالی، معنادار است.

جدول ۹- بازده یا خروجی ANOVA

مدل	مجموع مربعات	اختلاف (df)	میانگین مربع	فراوانی F	معناداری sig
رگرسیون	۴٫۲۸۳	۳	۱٫۴۲۸	۲۵٫۶۸	۰٫۰۰۲۶
باقیمانده	۳۳	۶	۰٫۰۵۵		
مجموع	۴٫۶۱۳	۹			

جدول ۱۰ نقش و مشارکت هر متغیر در توضیح مشارکت مالی را نشان می‌دهد که به‌وسیله‌ی مقادیر غیراستاندارد بتا نشان داده شده است که نقش و مشارکت هر متغیر به سمت پیش‌بینی متغیر وابسته را موردسنجش و ارزیابی قرار می‌دهد. پوشش جغرافیایی ($P=0.037$) و نقدینگی ($P=0.028$) شناسایی شد که در سطح اطمینان ۹۵٪، به لحاظ آماری معنادار هستند.

جدول ۱۰- ضرایب

مدل	ضریب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	T	معناداری (Sig)
	β	خطای استاندارد			
ثابت	۲٫۳۴۹	۰٫۴۵۹		۰٫۹۳۳	۰٫۵۳۵
پوشش جغرافیایی	۰٫۴۰۷	۰٫۲۶۴	۰٫۲۱۵	۲	۰٫۰۳۷
نقدینگی	۰٫۳۵۲	۰٫۲۳۹	۰٫۲۳۵	۲٫۸۲۷	۰٫۰۲۸

معادله‌ی کلی همان‌طور که در این مدل پیشنهاد شده است را می‌توان با استفاده از ضرایب غیراستاندارد به‌صورت زیر نشان داد:

$$Y = 2.349 + 0.407GC + 0.352LQ + 0.039$$

بر طبق معادله‌ی رگرسیون به وجود آمده، با در نظر گرفتن این که تمامی فاکتورها در صفر ثابت هستند، مشارکت مالی ۲,۳۵ خواهد بود. این مدل همچنین نشان می‌دهد که یک تغییر واحد در پوشش جغرافیایی به یک تغییر ۰,۷٪ در مشارکت مالی منجر خواهد شد. بر طبق یافته‌های موجود، پوشش جغرافیایی تأثیر تأثیرگذارترین است. یافته‌ها متناسب و هماهنگ با یافته‌های کیتاکا (۲۰۰۱) هستند که دریافت که مؤسسات بانکی به مؤسسات مالی کمک می‌کنند تا مشتریان موجود را از شعبه‌های شلوغی منتقل سازند (تغییر جهت دهند) که مکملی را فراهم می‌سازند که اغلب اوقات کانال راحت‌تری است.

۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این تحقیق دریافت که پوشش جغرافیایی به لحاظ آماری معنادار بود. به سهولت و راحتی این قابل استناد است که به‌وسیله‌ی بانکداری واسطه‌ای فراهم ساخته شده است که در وقت (زمان) مشتریان صرفه‌جویی می‌کند و از صف بستن مشتریان در صف‌های طولی ATM ها یا راهروهای بانک جلوگیری می‌کند اکثر شرکت‌کنندگان (۸۰٪) موافق بودند که بانکداری واسطه‌ای، ازدحام و شلوغی در راهروهای بانک را کاهش داده است. یافته‌ها موافق و هماهنگ با یافته‌های کیتاکا (۲۰۰۱)، موری اونگی ایواچوری (۲۰۰۶) و تیموتی (۲۰۱۲) هستند. این مطالعه همچنین دریافت که نقدینگی از نظر آماری معنادار بود. این قابل استناد به این واقعیت است که واسطه‌ها در شرکت‌های تجاری پایه‌ریزی شده‌ای مستقر شدند که به دین وسیله کاستی‌ها و کمبودهای نقدینگی را به یک موضوع بی‌اساس مبدل می‌سازند. فراهم و در دسترس بودن نقدینگی اعتماد مشتریان به این مدل را افزایش داد. بنابراین، یافته‌های حاصله موافق و هماهنگ با یافته‌های کین یان جویی (۲۰۱۱) و موسانو (۲۰۱۳) هستند. همچنین پوشش جغرافیایی مهم‌ترین مزیت و فایده این مدل است و بنابراین معنادارترین نیروی محرکه‌ی مشارکت مالی است. مشتریان مجبور نیستند که مسافت طولانی را طی کنند و سپس پشت صف‌های دستگاه‌های ATM منتظر باشند و در صف‌های راهروهای بانک وقت‌شان تلف شود تا پرداختی‌ها یا برداشت‌های بانکی‌شان را انجام دهند. سهولت و راحتی بانکداری واسطه‌ای طوری است که مشتریان اهمیت نمی‌دهند که چه اندازه بیشتری برای سرویس‌ها و خدمات واسطه‌ی پرداخت نمایند. فراهم و در دسترس بودن نقدینگی یکی دیگر از فواید و مزایای بانکداری واسطه‌ای است. کمبود و کسری وجه نقد در خروجی بانکداری واسطه‌ای، رضایت و اعتماد مشتریان به مدل بانکداری واسطه‌ای را افزایش می‌دهد. بنابراین توصیه و پیشنهادها این تحقیق این است که بانک‌ها باید درصدد آن باشند تا سرویس‌ها و خدمات بیشتری را از طریق بانکداری واسطه‌ای فراهم سازند تا مشارکت مالی را به‌خصوص در نواحی و مناطق روستایی افزایش دهند. سپرده‌های نقدی بیشتر و برداشت‌های نقدی بیشتر باید مجاز داشته شود زیرا واسطه‌ها با نقدینگی مشکلی ندارند.

منابع

۱. آقامحمدی رنانی، سمیه. واخذ برزانی، محمد. دلالی اصفهانی، رحیم. قاسمی، محمد رضا (۱۳۹۰). "بررسی اثر ارزش محصول واسطه‌گری بانک‌های تجاری بر بی‌ثباتی اقتصادی ایران طی سال‌های ۱۳۶۰-۸۶". فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار). سال سیزدهم - شماره دوم - تابستان ۱۳۹۲.
۲. تهرانی، رضا. بیگدلو، جمشید (۱۳۹۹). "بررسی نقش واسطه‌گری مالی بانک‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران و عوامل موثر بر آن". نشریه چشم انداز مدیریت مالی، دانشگاه شهید بهشتی. شماره ۳۹، بهار ۱۳۹۹.
۳. حبیبی، حمید رضا، خراسانی کیاسری، سید محمود. تاتاری، نسرين، حاجی زاده، سپیده (۱۳۹۵). "ارزیابی و رتبه‌بندی سایر شرکت‌های واسطه‌گری مالی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با استفاده از روش فازی-Mora". چشم انداز مدیریت مالی، شماره ۱۳، تابستان ۱۳۹۵.
۴. نبی پورافروزی، مهدی. یزدانجو، مصطفی. علی‌اکبرنیا عمران، مهدی (۱۴۰۱). "بررسی تکنولوژی مالی و بانک: نگاهی به گذشته، حال و آینده". مجله علمی و تخصصی علوم انسانی و اسلامی در هزاره سوم. دوره ششم، شماره دوم، پاییز ۱۴۰۱.
۵. نبی پورافروزی، مهدی. محمدپور، ولی. علی‌اکبرنیا عمران، مهدی. یزدانجو، مصطفی (۱۴۰۱). "بررسی اثرات حاصل از رشد و توسعه‌ی بخش مالی بر روی خلاقیت و نوآوری، شواهدی حاصل از کشورهای در حال توسعه". فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، سال ششم، شماره ۸۷، پاییز ۱۴۰۱.
۶. نبی پور افروزی، مهدی. علی‌اکبرنیا عمران، مهدی. یزدانجو، مصطفی (۱۴۰۱). "تأثیر خلاقیت و نوآوری مالی و رقابت بانک بر روی ارزش شرکت: یک مطالعه‌ی مقایسه‌ای بین بانک‌های دولتی و خصوصی". فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری. سال ششم، شماره ۸۷، پاییز ۱۴۰۱.

۷. نئی پورافروزی، مهدی. یزدانجو، مصطفی (۱۴۰۱). "فناوری مالی به عنوان خلاقیت و نوآوری مالی: مسائل و مشکلات پیاده سازی آن". *مجله علمی و تخصصی علوم انسانی و اسلامی* درهزاره سوم. دوره ششم، شماره دوم، پاییز ۱۴۰۱.
۸. نیلی، فرهاد. شاهچرا، مهشید، طاهری، ماندانا (۱۳۹۴). "بررسی تعیین نقدینگی و نقش واسطه گری مالی بانک ها در ایران". *فصلنامه روند*، سال بیست و دوم، شماره ۷۰، تابستان ۱۳۹۴.
9. Alliance for Financial Inclusion (2012), Agent banking in Latin America, The AFI Discussion Paper series.
 10. Anyanzwa, J. (2012), Branchlessbankingruns into headwinds, Standard Digital.
 11. Beck T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2007), Finance, inequality and the poor. *Journal of Economic Growth*.
 12. Bennett, J., & Bennett, L. (2003). A review of factors that influence the diffusion of innovation when structuring a faculty training program. *Internet and Higher Education* ,6 (2): 53-63.
 13. Bharati, P. and Chaudhury, A. (2009), "SMEs and Competitiveness: The Role of Information Systems", *International Journal of E-Business Research*, 5(1):1-9
 14. Burns, A.C. (2010). *Research method*. Boston: McGraw-Hill Inc.
 15. Carter, C.W. (1998). An assessment of the status of the diffusion and adoption of computer-based technology in Appalachian College Association colleges and universities (Doctoral Dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University, 1998). ProQuest DigitalDissertations. (UMI No. AAT 9905169).
 16. Celina, L. (2012), "Agent Banking in Latin America," by the National Banking and Securities Commission (CNBV) of Mexico, published by the Alliance for Financial Inclusion
 17. Central Bank of Kenya (2010), Agent Banking Knowledge Exchange, Nairobi, Kenya
 18. Central Bank of Kenya (2011), Bank Supervision Annual Report 2011
 19. CGAP (2010), Update on Regulation of Branchless Banking in Kenya, Nairobi, Kenya
 20. Chaia, A., Aparna, D., Goland, T. Gonzalez, H. J., Morduch, J. & Schiff, R. (2009). "Half the World is Unbanked." *Financial Access Initiative Framing*
 21. Chen, Jason C., Chong, P. P., & Chen, Ye-Sho. 2001. Decision criteria consolidation: A theoretical foundation of pareto principle to porter's competitive forces. *Journal of Organizational Computing & Electronic Commerce*, 11(1): 1-14.
 22. Christen, R., Lauer, K., Lyman, T., & Rosenberg, R. (2011), A guide to regulation and supervision of
 23. Financial Sector Deepening. (2010). *Financial inclusion in Kenya*. Nairobi: FSD.
 24. Flaming, M., McKay, C., and Pickens, M. (2011) *Agent Management Toolkit; Building a Viable Network of Branchless Banking Agents*, Technical Guide CGAP.
 25. Forrester-Anderson, I. (2005). Prostate cancer screening perceptions, knowledge and behaviors among African American men: focus group findings. *Journal of Health Care Poor Underserved*, 22-30.
 26. G20 Financial Inclusion Experts Group (2010), *Innovative Financial Inclusion*
 27. Gardeva, A., and Rhyne, E. (2011), *Opportunities and Obstacles to Financial Inclusion Survey Report*, Center for Financial Inclusion.
 28. Gracias, R. (2010), *Mexico's Financial Inclusion Strategy*, Global Payments Week.
 29. Hannig, A., and Jansen, S. (2010), *The AFI survey on financial inclusion policy in developing countries: Preliminary findings*; Alliance for Financial Inclusion. Bangkok, Thailand.
 30. Jensen, M.C and Meckling W.H. (1976) *Can the corporation survive?* Center for Research in Government Policy and Business Working Paper no. PPS 76-4, University of Rochester, Rochester, NY (1976)
 31. Laffont, J., & Martimort, D. (2002), *The theory of incentives: the principal-agent model*, Princeton: Princeton University Press.
 32. Green, J. (2012), *The Principal-Agent Relationship*, Demand Media, Inc
 33. Jayanty, K. (2012), *Agency Banking: Not Just About Banking the Unbanked*, Infosys.com
 34. Keeler, R. (2011), *Expanding Financial Services in Kenya: Agency Banking versus Mobile Banking*, Ratio Magazine. *The Inside Track to East Africa's Economies*
 35. Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment. interest and money*. New York: Harcourt Brace and World.
 36. King, R., & Levine, R. (1993), Finance and growth: Schumpeter might be right. *Quarterly Journal of Economics*: 108(3).

37. Kinyanjui, K. (2011), Money markets, agency banking runs into hurdles. BusinessDailyMonday, June 11, 2011.
38. Lehman, J. (2010), Operational Challenges of Agent Banking Systems, Bill & Melinda Gates Foundation.
39. Levine, R. (2005), "Finance and Growth" p. 82 in Aghion P. & S. N. Durlauf Handbook of Economic Growth. Volume 1A. North Holland: Elsevier.
40. Walker, M. (2003), 'Principal/agency theory when some agents are trustworthy', Accounting and Finance Working Paper, Manchester: Manchester Business School, Manchester University.
41. Waksberg, J. (1999). The role of sampling in population censuses: its effect on timeliness and accuracy. Demography. Technical paper No. 13.
42. Mengo, B. (2012), Agency banking model fails to decongest Kenya's banking halls. Special Xinhua correspondent.
43. Mugo, M. (2010), Agent Banking Knowledge Exchange, Central Bank of Kenya.
44. Miller, M. (2009), Graduate Research Methods, Western International University
45. Ndegwa, M. (2012), Money at your doorstep-Agency banking becoming a reality in Kenya. Standard Digital World
46. Nurcan, T. C. (2005) Agency theory : an extended conceptualisation and reformation. PhD thesis, Queensland University of Technology.
47. Nyarumba, J. (2011), Financial Focus, Nairobi, Price Waterhouse Coopers.
48. Nzotta, S.M. (2014). Money, banking and finance: Theory and practice. Revised Edition. Owerri: Husdon-Judge Publication.
49. Okpara, G. (2010). The cost of capital corporation and the theory of investment. American Economic Review, 32 (14).
50. Orodho, J.A. (2004). Techniques of writing research proposals and reports in education and social sciences. Nairobi: Masola Publishers.
51. Porter M.E. (1990) - The competitive advantage of the nations, Ed. The Free Press, A Division of MacMillan Press Ltd., New York.
52. Risk Management Examination Manual for Credit Card Activities. (2007), Chapter 19, FDIC- Division of Supervision and Consumer Protection.
53. Rogers, E.M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). New York: Free Press.
54. Shapiro, S. (2005), 'Agency theory'. Annual Review of Sociology.
55. Stefan, J. (2010), Managing the Risks of Mobile Money: The Banking Agent Reform in Kenya A Scenario-Based Policy Analysis. Harvard University Center for International Development CID Working Paper No. 45
56. Stephens, N., and Kevin, G. (1998). 'Why don't some people complain? A cognitive emotive process model of consumer complaint behavior.' Academy of Marketing Science Journal.
57. Stiglitz, E. (2008), 'Principal and Agent.' The New Palgrave Dictionary of Economics. 2nd Edition.
58. Tarazi, M. (2010), Who assumes the risk in branchless banking? CGAP: Consultative Group to Assist the Poor.
59. The Center for the Enhancement of Teaching (2010). How to improve test reliability and validity: Implications for grading.
60. Uchendu, O. A. (2010). Interest Rate Policy, Savings and Investment in Nigeria. Economic and Financial Review, 31(1).
61. Wainaina, G. (2011), Agency banking to drive financial inclusion in Kenya, Nairobi
62. World Bank. (2012). Financial Inclusion Data. Retrieved October 10, 2013, from The World Bank: <http://datatopics.worldbank.org/financialinclusion/country/kenya>