

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

## نقش خدمات ارزش دیجیتال در جذب مشتری و بهبود بهره‌وری سیستم بانکی (مطالعه موردی؛ کشاورزی)

داود نوروززاده<sup>a</sup>، جلال فرجام<sup>b</sup>

<sup>a</sup> دانشجوی دکتری مدیریت تولید و عملیات، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

<sup>b</sup> کارشناس ارشد مدیریت دولتی (مدیریت مالی)، پارس‌آباد مغان، ایران

✉Noroozadeh.Doc@gmail.com

نویسنده مسئول: داود نوروززاده:

### چکیده:

توسعه شگفت‌انگیز فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، جهان و به تبع آن دنیای بانکداری را به سرعت دگرگون ساخته است. براین اساس در این مقاله، نقش خدمات ارزش دیجیتال در جذب مشتری و بهبود بهره‌وری بانک‌ها با در شعب کشاورزی مورد بررسی قرار گرفته است. در این مطالعه با در نظر گرفتن دو جامعه مشتریان و مدیران و با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی مضاعف بر حسب مناطق، نمونه‌های آماری به ترتیب به حجم ۳۸۴ و ۶۸ انتخاب و از پرسشنامه برای جمع‌آوری نظرات نمونه آماری در تحقیق استفاده گردید. روایی پرسشنامه‌ها به طریق محتوایی حاصل گردید و پایایی آن‌ها نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ که به ترتیب ۰/۹۰ و ۰/۷۹، بدست آمد، تأیید گردید. برای تحلیل داده‌های پرسشنامه و آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون نسبت و جداول توافقی و نیز آزمون کای دو، و برای بررسی ارتباط بین مشخصات عمومی پاسخگویان (متغیرهای تعدیل‌کننده) با تعداد انواع خدمات ارزش دیجیتال مورد استفاده، از آنالیز واریانس یکطرفه و آزمون دانکن کمک گرفته شده است. نتایج نشان داد که خدمات ارزش دیجیتال باعث افزایش رضایت مشتریان و بهبود بهره‌وری شعب بانک کشاورزی استان تهران شده است.

**کلمات کلیدی:** خدمات ارزش دیجیتال، جذب مشتری، بهبود بهره‌وری



ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

کتابخانه ملی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir

## ۱. مقدمه

از ویژگی‌های قرن حاضر، توسعه اعجاب آور تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و بکارگیری آن جهت افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات می‌باشد ضمن این که بخش خدمات در حدود ۲۰ درصد کل تجارت جهانی را تشکیل می‌دهد و در طی ۱۵ سال گذشته، مانند تجارت کالا از رشد سریع ۸/۵ درصدی برخوردار بوده است (آنکتاد<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱، ص ۱۵۴). این پیشرفت، بانکداری را نیز تحت تأثیر شدید خود قرار داده و باعث تغییرات عمده‌ای در این صنعت گردیده است. سرعت توسعه صنعت انفورماتیک باعث ایجاد تغییرات عمده‌ای در شکل پول و سیستم‌های انتقال منابع در عرصه بانکداری گردیده و مفاهیم جدیدی از بانکداری تحت عنوان بانکداری الکترونیکی ظهور یافته است (حسن زاده و پورفرده، ۱۳۸۲، ص ۷).

تمام سازمانها به دنبال جذب مشتری و افزایش رضایت مندی او هستند، این مساله به خصوص در بانکها که در ارتباط دائم با مشتریان هستند اهمیت ویژه ای دارد و از طرفی رقابت در بین بانک ها و مؤسسات قرض الحسنه و سایر اشکال جذب منابع پولی رو به افزایش است، لذا ایجاد مزیت رقابتی برای بقای بانک ها لازم و ضروری به نظر میرسد. خدمات ارز دیجیتال که ارتباط بسیار نزدیکی با تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات دارد از جمله عوامل بسیار مهم در ایجاد مزیت رقابتی برای بانک ها و جذب مشتریان و رضایتمندی آنها است (علی محمدی، ۱۳۸۱، ص ۳۴). منظور از خدمات نوین بانکی که در این تحقیق مورد توجه قرار گرفته است اشکالی از بانکداری الکترونیکی است که با هدف جذب و رضایت مشتریان در بانک های مختلف ارایه می شود. خدمات نوین بانکی ارایه شده در شعب بانک کشاورزی شامل: عابربانک، جاری طلایی، تلفن بانک، چکفاکس، سامانه پرسش و پاسخ، بانکداری الکترونیک و بانکداری خانگی است. با توجه به اهمیت رضایت مشتریان در عملیات بانکی، کانون توجه مطالعه حاضر بر نقش خدمات نوین بانکی در جذب مشتریان و بهبود کارایی بانک با تاکید بر وقت و هزینه کارکنان شعب ارایه دهنده این خدمات است. به عبارت دیگر این پژوهش در صدد پاسخگویی به این سؤال است که خدمات نوین بانکی از قبیل عابربانک، تلفن بانک، جاری طلایی، بانکداری الکترونیک و بانکداری خانگی و... تا چه حد رضایت مشتریان و کارایی بانکها را از لحاظ هزینه و زمان به دنبال داشته است؟

## ۲. ادبیات تحقیق

امروزه شیوه عرضه خدمات در بانکها با گسترش شبکه اینترنت و قابل دسترس بودن آن برای همگان متحول شده است. سیستم انتقال الکترونیکی وجوه از طریق ابزاری همچون کارتها و کدها راه اندازی می‌شود که امکان دسترسی آسان به حسابهای شخصی را فراهم می‌کند (نونس، مختاران، ۱۳۸۱، ص ۶). به طور کلی بانکداری ۴ دوره را پشت سر گذاشته است. استفاده از مسکوکات، سیستمهای پرداخت کاغذی نظیر چک، سیستمهای پرداخت الکترونیکی نظیر کارتها، پایگاههای اطلاعاتی تحت شبکه اینترنت، مرحله‌ای است که سیستمهای پرداخت در بانکداری طی کرده اند. امروزه اکثر کشورها در دوره سوم و چهارم به سر می‌برند. به این معنی که بخش اعظم فعالیتهای بانکداری از طریق سیستمهای الکترونیکی و اینترنتی صورت می‌گیرد. دلیل این امر به افزایش روزافزون تجارت الکترونیک و به کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات مربوط می‌شود. با توجه به اینکه مبادلات پولی و مالی جزء لاینفک مبادلات تجاری است، از این رو همگام با گسترش حجم تجارت الکترونیکی جهانی، نهادهای پولی و مالی نیز به منظور پشتیبانی و تسهیل تجارت الکترونیک به طور گسترده ای به استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات روی آورده اند. در نتیجه طی چند دهه اخیر سیستمهای پرداخت الکترونیکی به تدریج در حال جایگزینی با سیستمهای پرداخت سنتی می‌باشند. در این میان بانکها نیز با حرکت به سوی بانکداری الکترونیک و عرضه خدمات مالی جدید نقش شایان توجهی در افزایش حجم تجارت الکترونیکی داشته اند (کهزادی، ۱۳۸۲، ص ۵). بانکداری الکترونیک یک ابزار ضروری برای بقاست و موجب تغییر بنیادی صنعت بانکداری در کل جهان است. امروزه با کایک کردن بر روی موس، خدمات بانکی در کمترین زمان به مشتریان ارایه می‌شود، همچنین مشتریان قادر به انتخاب فروشندگان مختلف برای رفع نیازهای مالی خود هستند به نحوی که بانکداری الکترونیک به یک سلاح راهبردی برای بانک ها تبدیل شده است (حسن زاده و صادقی، ۱۳۸۲، صص ۲۷ و ۲۸). بر اساس تحقیقات موسسه فارستر ۲۰ درصد اروپایی ها از خدمات بانکداری اینترنتی استفاده می‌کنند که این مقدار نسبت به دو سال قبل بیش از دو برابر شده است و پیش بینی می‌شود تا سال ۲۰۰۷ به حدود ۱۳۰ میلیون نفر برسد (ساهوت، ۲۰۰۳). بانکداری الکترونیک رامی توان استفاده از تکنولوژی پیشرفته شبکه ها و مخابرات جهت انتقال منابع (پول) در سیستم بانکداری معرفی نمود. در واقع بانکداری الکترونیک به معنای یکپارچه سازی بهینه کلیه فعالیت‌های یک بانک از طریق بکارگیری

<sup>۱</sup>.UNCTAD

تکنولوژی نوین اطلاعات، مبتنی بر فرایند بانکی منطبق بر ساختار سازمانی بانکها است که امکان ارائه کلیه خدمات مورد نیاز مشتریان را فراهم می سازد. (ونوس ومختاران ۱۳۸۱، ص ۱۷). اساساً، بانکداری الکترونیکی به فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه های ایمن وبدون حضور فیزیکی اطلاق می شود. (کهزادی، ۱۳۸۲).

خدمات بانکداری الکترونیکی به شیوه های گوناگون قابل ارائه است که از جمله آن می توان به: بانکداری الکترونیکی، بانکداری خانگی، بانکداری موبایل، خود پرداز، فروش نقطه ای و بانکداری اینترنتی اشاره کرد. بانکداری تلفنی<sup>۲</sup>: عبارت است از عرضه خدمات مالی شعب از طریق دستگاههای مخابراتی که در آن مشتریان بانکها می توانند معاملات بانکی جزئی خود را به وسیله یک دستگاه تلفن انجام دهند.

دربانکداری خانگی بانک ها از طریق ایجاد یک پایگاه اینترنتی و معرفی آن به مشتریان با آنها ارتباط برقرار کرده و خدمات خود را از طریق این شبکه به مشتریان ارائه می دهند. علاوه بر این، از این طریق مشتریان به راحتی می توانند با استفاده از اینترنت و شبکه جهانی وب با بانک خود ارتباط برقرار کرده وبدون نیاز به حضور فیزیکی فعالیتهايشان را انجام دهند.

با استفاده از تلفن همراه می توان بسیاری از عملیات بانکی را، همچون: بررسی وجه مانده در حساب های مختلف، توقف پرداخت چک، نقل وانتقال پول از حسابی به حساب دیگر و غیره، را انجام داد. بر حسب تجربه های بدست آمده برای انجام امور بانکی، تلفن همراه از تلفن عادی ایمن تر است. (حسن زاده و پورفرد، ۱۳۸۲، ص ۷)

در شیوه بانکداری از طریق تلویزیون کابلی، با استفاده از یک سیستم کنترل از دور<sup>۳</sup> و انتخاب کانال تلویزیونی مربوط به بانک، مشتریان می توانند بسیاری از عملیات بانکی را که از طریق تلفن عادی انجام می شود پیگیری و به انجام برسانند. (حسن زاده و پورفرد، ۱۳۸۲، ص ۷)

یکی دیگر از روش های نوین در بانکداری الکترونیک، استفاده از دستگاه خود پرداز است. انجام بسیاری از امور بانکی، از طریق خودپرداز امکان پذیر است. با توجه به آنکه شخص با در دست داشتن کارت خود وبا ورود شماره رمز، باید در محل دستگاه حضور داشته باشد؛ موارد ایمنی آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از روش های دیگر در بانکداری الکترونیک، دستگاه فروش نقطه ای می باشد که به طور وسیع در فروشگاهها ومراکز خدماتی مورد استفاده قرار می گیرد. در این شیوه، مشتری با استفاده از کارت هوشمند و قرار دادن در دستگاه وبا ورود رمز خود، می تواند برای خرید کلیه کالاها و خدمات خود به جای پول نقد از کارت استفاده نماید. استفاده از خدمات بانکی از طریق کامپیوتر و خط تلفن یا از طریق اینترنت نیز امکان پذیر است. با استفاده از این شیوه وبا کمک نرم افزارهای پیشرفته که امکان رمز نگاری را از روی خط تلفن و شبکه اینترنت فراهم ساخته است وبا توجه به شیوه های تصدیق هویت پیشرفته<sup>۴</sup> برای شناسایی فرد تماس گیرنده با شبکه بانک، امکان بسیاری از عملیات بانکی همچون: برداشت از وجه حساب و واریز به حسابهای دیگر میسر می باشد.

**۳. پیشینه تحقیق**

آمار ها بیانگر رشد روز افزون و چشمگیر بانکداری الکترونیکی در جهان است، و فراگیری این تکنولوژی موجب توسعه زیر ساخت ها، رشد فراگیر فناوری های مرتبط، و تدوین استاندارد هادر سطح بین المللی شده است (توسلی شکیب، ۱۳۷۹، ص ۹۷). از سوی دیگر مزایای بانکداری الکترونیک در ارائه خدمات بهتر به مشتریان و بهبود شاخص های بهره وری در بانک ها توجه محققین زیادی را در جهان به خود معطوف کرده است. در مطالعه ای که به منظور سنجش خدمات ارزش دیجیتال توسط برخی اساتید دانشگاه چند رسانه ای (مولتی مدیا)<sup>۵</sup> مالزی انجام شده است، توسعه تکنولوژیهای ارتباطی و مخابراتی عامل جهش و تغییر عمده در بخش بانکی مالزی معرفی شده است. نتیجه این تغییر استفاده گسترده از خدمات ارزش دیجیتال مثل عابربانک، تلفن بانک و بانکداری خانگی بوده است. این تغییرات عمده به منظور جلب رضایت مشتریان بانک صورت گرفته است. در بین خدمات گفته شده، بیشترین استقبال و استفاده از عابربانک و کمترین آن از تلفن بانک بوده است. بر طبق مطالعات این محققان، بانکداری اینترنتی هنوز در مالزی ایجاد نشده است، اما به نظر می رسد دولت در پی ایجاد شرایط پیاده

<sup>2</sup> - Telephone Banking

<sup>3</sup> - Remote

<sup>4</sup> - Authentication

<sup>5</sup> - Multi Media

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

سازی آن است ( کریشنان گرو<sup>۶</sup> و دیگران، ۲۰۰۴). تنی چند از اساتید دانشگاه دومی در بررسی بانکداری اینترنتی به مقایسه سیستم بانکی اردن و ایالات متحده آمریکا پرداخته اند و تفاوت عمده بین کاربردهای شبکه های بانکی اردن و آمریکا را مشخص نموده اند. این مطالعه تفاوت بین سیستم بانکی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خوبی نشان می دهد. یافته های این تحقیق تفاوت این دو سیستم را به نحوه ارائه خدمات متفاوت در وب سایت آنها مربوط می داند. بانکهای آمریکا در وب سایتهای خود علاوه بر امکان ارائه خدمات بانکی، شرایط سرمایه گذاری، خرید سهام، پرداخت صورتحساب محاسبات مالی و... را فراهم آورده اند. درحالیکه در بانکهای اردن ضعفهای بسیار عمده در این خصوص دیده می شود (ایوانس<sup>۷</sup> و دیگران، ۲۰۰۴). در مطالعه دیگری که توسط مؤسسه ملی ارتباطات فرانسه با همکاری دانشگاه زلینا اسلوواکی انجام شده، نقش عوامل مؤثر در جذب مشتریان خدمات بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفته است. براساس مطالعات این گروه، در فرایند ارائه خدمات بانکی شناخت رفتار مشتریان و عوامل مورد نظرشان در افزایش کیفیت خدمات الکترونیکی مؤثر شناخته شده است. برای افزایش کیفیت خدمات بانکی اینترنتی محققین توجه به چند عامل را مؤثر دانسته اند: زمان پاسخگویی، دامنه خدمات، ارتباط با مشتری، وجود اطلاعات مالی در دسترس، سهولت استفاده، امنیت، طراحی یک محیط گرافیکی مناسب از عوامل مؤثر برای جذب مشتریان اینترنتی است (ساهوت<sup>۸</sup>، ۲۰۰۳). در مطالعه ای که در عمان انجام شده است، ۲۲۵ پاسخگو به سئوالاتی در خصوص پذیرش و کاربرد شیوه های نوین بانکی از جمله بانکداری بانکداری اینترنتی پاسخ داده اند. نتایج این مطالعه گویای این مطلب است که عادات سنتی و قدیمی افراد، عدم حمایت های دولت، ضعف سیستم های ارتباطی و سرعت پائین شبکه از جمله موانع عمده گسترش شیوه های جدید بانکداری در عمان هستند (امتیاز<sup>۹</sup> و دیگران، ۲۰۰۴).

الهیاری فرد در تحقیقی با عنوان "خدمات بانکداری الکترونیک و نیازهای اجرایی آن در مقایسه تطبیقی هزینه های عملیات خدمات مختلف بانکی" به بررسی شیوه های بانکداری الکترونیک (اینترنتی، اینترانتی و موبایل) پرداخته است و بهای تمام شده خدمات در انواع سیستمهای بانکداری در ایران را محاسبه کرده است. براساس نتایج این تحقیق، متوسط مدت زمان لازم جهت انجام هر تراکنش در بانکداری اینترنتی و اینترانتی نسبت به بانکداری سنتی به طور معنی داری کاهش یافته است. (الهیاری، ۱۳۸۲). در مطالعه دیگری در اداره تحقیقات بانک کشاورزی با عنوان "صرفه جویی کاربرد بانکداری الکترونیک در بانکداری سنتی" به بررسی مقایسه ای صرفه جویی زمانی ناشی از پرداخت قبوض آبونمان در شهر تهران توسط عابربانک و شعبه (پرداخت الکترونیکی و سنتی) پرداخته شده است. بر اساس نتایج حاصله در صورت پرداخت این قبوض توسط عابربانک تقریباً ۸۹۴۵۲۶ ساعت و یا ۱۱۱۸۱۶ روز کاری و یا ۳۷۲ سال کاری صرفه جویی در زمان را می توان انتظار داشت (اداره تحقیقات بانک کشاورزی، ۱۳۸۲). شکرگزار در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی امکان سنجی بانکداری الکترونیک در بانکها"، با طرح این موضوع که کشور ما از نظر شاخص سهولت و دسترسی به تجارت الکترونیک در میان ۶۰ کشور جهان در رتبه ۵۸ قرار دارد، امکان سنجی بانکداری الکترونیک براساس عوامل اقتصادی، فنی و نیروی انسانی را مورد بررسی قرار داده است. برای بررسی متغیر فنی، فاکتورهایی مانند: امکان استقرار در بانکها، امکان نرم افزاری و سخت افزاری، امکان ایجاد امنیت کافی، امکان بالابردن سرعت و ...، برای بررسی متغیر اقتصادی، فاکتورهایی مانند: هزینه بدست آوردن نرم افزارها، کاهش هزینه خدمات به مشتریان، میزان بودجه های بلندمدت برای خرید یا تولید نرم افزار و ...، برای بررسی متغیر نیروی انسانی، فاکتورهایی مانند: نیروی متخصص که توانایی طراحی، تحریر و تحلیل، پیاده سازی و ... را داشته باشد، پشتیبانی مدیریت ارشد و ... را در نظر گرفته است (شکرگزار، ۱۳۸۲).

#### ۴. جامعه، نمونه و روش های تحلیل داده ها

داده های مورد نیاز این تحقیق از دو جامعه آماری جمع آوری شده است. جامعه اول مشتریان آن دسته از شعب بانک کشاورزی استان تهران که حداقل ۵۰ درصد خدمات نوین بانکی را رایبه میدهند. به طور متوسط روزانه ۲۴۹۴۲ مراجعه کننده دارند. از شعب مورد نظر با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی با طبقه بندی مضاعف نمونه ای به حجم ۳۸۴ نفرانتخاب گردید. برای این منظور ابتدا تمام شعب موجود در شهر تهران به سه منطقه طبقه بندی گردید، سپس شعبی که حداقل ۵۰٪ خدمات نوین را رایبه می کنند به عنوان طبقه مضاعف در نظر گرفته شد که نتیجه حاصل به شرح زیر است:

<sup>6</sup> -Krishnan Guru

<sup>7</sup> -John Evans and others

<sup>8</sup> -Jean-Michel SAHUT

<sup>9</sup> -Imtiyaz Al-sabbagh & Others

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

طبقه اول : شامل ۱۳ طبقه مضاعف یا ۱۳ شعبه  
طبقه دوم : شامل ۱۱ طبقه مضاعف یا ۱۱ شعبه  
طبقه سوم : شامل ۱۸ طبقه مضاعف یا ۱۸ شعبه  
سپس برای تعیین حجم نمونه از جامعه فوق از رابطه زیر:

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq}$$

جامعه دوم تحقیق شامل مدیران بانک هایی است که از لحاظ ارایه خدمات نوین بانکی واجد شرایط بالا بوده اند. از جامعه مدیران با روش نمونه گیری تصادفی ساده و از رابطه بالا تعداد ۶۸ نفر انتخاب گردیدند.

#### ابزار سنجش

به منظور جمع آوری داده ها از دو پرسشنامه متمایز که یکی برای مشتریان بانک و دیگری خاص مدیران و روسای بانک ها طراحی شد، استفاده به عمل آمد. پرسشنامه اول خود شامل سه بخش میباشد که حاوی سوالاتی در مورد مشخصات شخصی پاسخگوینان، مدت زمان استفاده آن ها از خدمات نوین بانکی و نیز سوالات مرتبط با شش نوع خدمات نوین بانک کشاورزی یعنی عابر بانک، کشاورزی کارت، جاری طلایی، تلفن بانک، چکفکس و سامانه پرسش و پاسخ بوده است. سوالات به گونه ای طراحی شده است تا امکان سنجش میزان رضایت مشتریان از هر یک از خدمات نوین بانکی ارایه شده در شعب (رضایت حاصل از سرعت، دقت، کیفیت و...) با توجه به ذهنیت و نگرش قبلی آن ها از روش های سنتی بانکداری (توقف طولانی در صف باجه ها...) فراهم آید. پرسشنامه ها بر مبنای طیف ۵ رتبه ای لیکرت طراحی شده است. قبل از توزیع پرسشنامه ها برای اطمینان از درک صحیح سوالات توسط پاسخ دهندگان و رفع شبهات احتمالی، ابزار سنجش از طریق پیش آزمون محک خورده است.

علاوه بر آن، برای اطمینان از روایی هر دو پرسشنامه از نقطه نظرات متخصصان رشته مدیریت و صاحب نظران آگاه به بانکداری نوین استفاده شده و به استناد نظرات اخذ شده و بکار گیری آن در طراحی ابزار سنجش از روایی آن ها اطمینان حاصل شده است. همچنین، جهت تعیین میزان پایایی پرسشنامه ها ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است که در مورد پرسشنامه مشتریان بانک ضریب پایایی کل ۰/۹۰ و برای پرسشنامه دوم نیز ۰/۷۸ حاصل گردید که مبین پایایی مناسب ابزار سنجش است.

برای آزمون فرضیه های تحقیق از روش های آمار متناسب با نیاز از جمله: آزمون نسبت Z، جداول توافقی و آزمون کی دو، آنالیز واریانس یک طرفه و آزمون دانکن استفاده به عمل آمده است.

#### ۵. یافته های تحقیق

از مجموع ۳۸۴ نفر مشتریان مخاطب در این مطالعه، ۶۰ نفر کمتر از دیپلم، ۱۴۷ نفر دیپلم، ۱۲۰ نفر فوق دیپلم و لیسانس و ۸۲ نفر دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بوده اند. از این تعداد ۸۸ درصد کمتر از ۱۰ سال و ۱۲ درصد باقی مانده بیش از ۱۰ سال در شعب بررسی دارای نوعی حساب بانکی بوده اند. جدول شماره یک چگونگی استفاده مشتریان از خدمات نوین بانکی ارایه شده در بانک کشاورزی را نشان می دهد:



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

مجلس شورای اسلامی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir



جدول ۱- توزیع فراوانی میزان استفاده پاسخگویان (مشتریان) از خدمات نوین

درصد فراوانی	فراوانی	خدمات نوین
۳۰	۲۰۲	عابر بانک
۲۱	۱۴۳	جاری طلایی
۱۱	۷۹	کشاورزی کارت
۲۰	۱۳۸	تلفن بانک
۱	۷	سامانه پرسش و پاسخ
۱۷	۱۲۰	چکفکس
۱۰۰	۶۸۹	جمع فراوانی ها

همانطور که از جدول شماره ۱ بر می آید، بیشترین تقاضا برای این خدمات مربوط به عا بر بانک و کمترین آن برای سامانه پرسش و پاسخ بوده است. از آنجا که برخی مشتریان بیش از یک نوع از انواع خدمات بانکی را استفاده می کنند، جمع فراوانی از تعداد نمونه یعنی ۳۸۴ نفر بیشتر شده است. بررسی منابع اطلاع رسانی در مورد خدمات نوین بانکی حاکی از آن است که تبلیغات بانک ها در رسانه ها، تابلوی اعلانات شعب بانک کشاورزی و توصیه دوستان و آشنایان به ترتیب با ۳۳، ۲۵، و ۲۱ درصد بیشترین تاثیر را در ترغیب مشتریان به استفاده از این خدمات داشته است. علاوه بر آن، ۴۶ درصد پاسخگویان خدمات نوین بانکی ارایه شده در بانک تحت مطالعه را به خدمات مشابه در سایر بانک ها ترجیح می دهند. جدول شماره ۲ مبین این موضوع است:

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی نقش خدمات نوین در انتخاب بانک پاسخگویان

درصد فراوانی	فراوانی	نقش خدمات نوین در انتخاب بانک کشاورزی
۴	۱۳	بسیار کم
۲۲	۷۱	کم
۳۳	۱۰۵	متوسط
۲۵	۸۱	زیاد
۱۳	۴۳	خیلی زیاد
۳	۹	بدون پاسخ
۱۰۰	۳۲۲	جمع فراوانی ها

با وجود آن میزان رضایت مشتریان از خدمات ۶ گانه تفاوت قابل ملاحظه ای را نشان می دهد به طوری که بیشترین میزان رضایت اظهار شده به ترتیب مربوط به عابر بانک، تلفن بانک و چکفکس بوده است. جدول شماره ۳ جزئیات بیشتری را نشان می دهد:



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

مجلس شورای اسلامی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir



جدول ۳- مقایسه میزان رضایت پاسخگویان از خدمات ارزش دیجیتال مورد استفاده براساس اولویت بندی

خدمات نوین	فراوانی	درصد فراوانی
جاری طلایی	۳۴	۱۰
عابر بانک	۸۴	۲۶
کشاورزی کارت	۲۷	۸
تلفن بانک	۷۰	۲۲
سامانه پرسش و پاسخ	۳	۱
چکفکاس	۶۳	۲۰
بدون پاسخ	۴۱	۱۳
جمع فراوانی ها	۳۲۲	۱۰۰

از آنجا که آماده بودن سیستم های ارائه خدمات نوین بانکی (اعم از سخت افزار و نرم افزار) در هنگام مراجعه مشتریان از جمله عوامل تاثیر گذار بر میزان رضایت آن ها و نیز بهبود شاخص های بهره وری بانک محسوب می شود، در تحقیق حاضر مسایل و مشکلات رویاروی مشتریان در زمان استفاده از هر یک از خدمات ۶ گانه مورد اشاره نیز بررسی شده است. نتایج حاصل به اختصار در جدول شماره ۴ نشان مشخص می باشد:

جدول ۴ - میزان خرابی سیستم های ارائه خدمات نوین بانکی (درصد پاسخ ها)

نوع خدمت	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
عابر بانک	۱۴	۱۴	۲۵	۲۲	۲۵
جاری طلایی	۱۱	۱۴	۲۵	۱۹	۳۱
کشاورزی کارت	۱۸	۲۳	۲۴	۱۹	۱۶
تلفن بانک	۱۹	۲۲	۲۸	۱۷	۱۴
چکفکاس	۰	۱۱	۱۸	۲۱	۴۸
پرسش و پاسخ	۰	۱۴	۴۳	۱۴	۲۹

همانطور که از جدول بر می آید، علی رغم آن که خدمات ارائه شده به استثنای سامانه پرسش و پاسخ و کشاورزی کارت افزایش رضایت مشتریان بانک را در پی داشته است. آماده نبودن سیستم ها در هنگام مراجعه مشتریان که بیشتر در مورد چکفکاس، جاری طلایی، سامانه پرسش و پاسخ و عابر بانک اظهار شده است (به ترتیب با ۴۸، ۳۱، ۲۹، و ۲۵ درصد)، از جمله موانع مهم تحقق رضایت کامل مشتریان بوده است.

##### ۵. استنباط یافته ها

الف) نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی های اصلی

نتایج آزمون فرضیه شماره یک تحقیق "خدمات نوین بانکی افزایش رضایت مشتریان را در شعب بانک کشاورزی شهرستان تهران به همراه داشته است"، در جدول شماره ۵ نشان داده شده است. با توجه به مقدار آماره محاسبه شده و سطح معنی داری ۵٪ این فرضیه مورد تایید قرار گرفت.

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

جدول شماره ۵- رضایت مشتریان بانک کشاورزی شهرستان تهران از خدمات ارز دیجیتال

P-Value	مقدار آماره‌ی Z	شاخص‌های برآورد نسبت‌ها		فرضیه اهم یک
		نسبت به کل فراوانی	فراوانی مشاهده شده	
۰/۰۰۰	۴/۶۶۶	۳۷	۱۱۹	خدمات ارز دیجیتال باعث افزایش رضایت نشده است.
		۶۳	۲۰۳	خدمات ارز دیجیتال باعث افزایش رضایت شده است.

نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه اصلی ۲ یعنی: "خدمات نوین بانکی افزایش کارایی در شعب بانک کشاورزی را به همراه داشته است: نشان می دهد که این فرضیه مورد تایید واقع نگردید. جدول شماره ۶ محاسبات مرتبط با این فرضیه را ارائه می دهد:

جدول شماره ۶- بررسی وضعیت ارتقاء بهره‌وری سازمانی بر اثر خدمات ارز دیجیتال در شعب بانک کشاورزی

P-Value	مقدار آماره‌ی Z	شاخص‌های برآورد نسبت‌ها		فرضیه اهم دو
		نسبت به کل فراوانی	فراوانی مشاهده شده	
۰/۹۸۹	-۲/۲۹۸	۷۰	۲۳	خدمات ارز دیجیتال باعث ارتقاء بهره‌وری سازمانی نشده است.
		۳۰	۱۰	خدمات ارز دیجیتال باعث ارتقاء بهره‌وری سازمانی شده است.

(ب) نتایج آزمون فرضیه های فرعی

نتایج آزمون هشت فرضیه فرعی این تحقیق به اختصار در جدول شماره ۷ نشان داده شده است. همانطور که از جدول بر می آید، نتایج آزمون فرضیه های مرتبط با خدمات عابر بانک، جاری طلایی، کشاورزی کارت، تلفن‌بانک، چک‌فاکس و سامانه پرسش و پاسخ حاکی از رضایت مشتریان این بانک از خدمات نوین بانکی ارائه شده به استثنای سیستم پرسش و پاسخ است. علاوه بر آن آزمون دو فرضیه فرعی مرتبط با فرضیه اهم ۲ در مورد صرفه جویی در هزینه و وقت کارمندان در اثر استفاده از این خدمات تایید نگردید.





۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir



جدول شماره ۷- نتایج آزمون فرضیات فرعی تحقیق

شماره فرضیه	فرضیه فرعی	مقدار آماره Z	p-value	نتیجه آزمون
۱-۱	خدمات عابر بانک با افزایش رضایت مشتریان شعب بانک کشاورزی همراه بوده است	۱۰/۵۱۷	۰/۰۰۰	تایید
۱-۲	خدمات جاری طلایی ...	۳/۳۸۴	۰/۰۰۰	تایید
۱-۳	خدمات کشاورزی کارت...	۱/۹۵۵	۰/۰۲۵	تایید
۱-۴	خدمات تلفن بانک...	۶/۵۷۹	۰/۰۰۰	تایید
۱-۵	خدمات چکفاکس...	۴/۱۶۳	۰/۰۰۰	تایید
۱-۶	خدمات سامانه پرسش و پاسخ...	۰/۳۷	۰/۳۵۶	رد
۲-۱	خدمات نوین بانکی صرفه جویی در وقت کارکنان بانک را به همراه داشته است	-۰/۲۳	۰/۵۹۱	رد
۲-۲	خدمات نوین بانکی صرفه جویی در هزینه های نیروی انسانی بانک را به همراه داشته است	-۲/۶۴	۰/۹۹۶	رد

ج) نتایج آزمون فرضیات جانبی

هچ یک از مشتریان بانک کشاورزی از تمام خدمات نوین مورد بررسی در این تحقیق به صورت همزمان استفاده نکرده اند و هر یک بر حسب نیاز خود یک یا چند خدمت از خدمات ۶گانه را دریافت نموده اند. تفاوت در میزان رضایت مشتریان از انواع خدمات ۶گانه بانکی با استفاده از آنالیز واریانس یک طرفه انجام گرفت که نتایج حاصل در جدول شماره ۸ خلاصه شده است:

جدول شماره ۸- آنالیز واریانس یکطرفه بررسی رضایتمندی در شش خدمت نوین بانکی

منبع تغییرات	مجموع مربعات (SS)	درجه آزادی (d.f)	میانگین مجموع مربعات (MS)	آماره F	P-value
تیمار	۱۳۰۲۸/۲	۵	۲۶۰۵/۶	۸/۱۱	۰/۰۰۰
خطا	۲۱۹۳۴۵/۴	۶۸۳	۳۲۱/۲		
مجموع	۲۳۲۳۷۳/۶	۶۸۸	۲۹۲۶/۸		

با مقایسه مقدار آماره F و مقدار فیشر می توان در سطح معنی داری ۵٪ و با اطمینان ۹۵ درصد اظهار داشت که بین رضایت مندی مشتریان بانک از خدمات نوین ۶گانه اختلاف معنی داری وجود دارد. برای مقایسه دو به دوی میانگین ها و شناخت ترجیحات مشتریان بانک، از آزمون دانکن کمک گرفته شده است که نتیجه مقایسات جفت میانگین ها در جدول شماره ۹ نشان داده شده است:



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

مقالات علمی و پژوهشی

چالش ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir

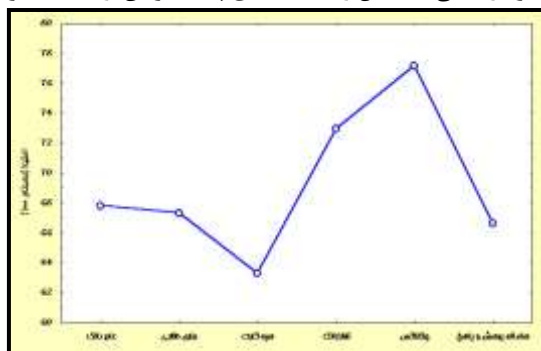


جدول شماره ۹- مقایسه دو به دو میانگین ها با استفاده از تست دانکن (اعداد داخل جدول مقدار p-value میباشد)

میانگین	میانگین = ۶۸	میانگین = ۶۸	میانگین = ۶۳	میانگین = ۷۷	میانگین = ۶۷	
تیمار (۱)	تیمار (۲)	تیمار (۳)	تیمار (۴)	تیمار (۵)	تیمار (۶)	میانگین خدمت نوین بانکی
۰/۹۱۶	۰/۳۶۰	۰/۳۶۰	۰/۲۴۳	۰/۰۴۴*	۰/۸۱۱	(۱): عابربانک
۰/۹۱۶	۰/۳۶۰	۰/۶۸۳	۰/۲۳۲	۰/۰۴۰*	۰/۸۸۰	(۲): جاری طلایی
۰/۶۸۳	۰/۳۶۰	۰/۶۸۳	۰/۰۵۰*	۰/۰۴۰*	۰/۴۴۶	(۳): کشاورزی کارت
۰/۲۴۳	۰/۲۴۳	۰/۶۸۳	۰/۰۵۰*	۰/۳۴۲	۰/۱۹۸	(۴): تلفنبانک
۰/۰۴۴*	۰/۰۴۰*	۰/۰۴۰*	۰/۰۴۰*	۰/۳۴۲	۰/۰۳۲*	(۵): چکفکاس
۰/۸۱۱	۰/۸۸۰	۰/۸۸۰	۰/۴۴۶	۰/۰۳۲*	۰/۰۳۲*	(۶): سامانه پرسش

در این جدول، اعداد ستاره دار نشان دهنده آن دسته از مقایسه ها است که از نظر آماری معنی دار می باشند. به عنوان نمونه، بین تیمار یک (عابر بانک) و تیمار ۵ (چکفکاس) اختلاف معنی دار مشاهده می شود و با مقایسه میانگین ها می توان دریافت که مشتریان بانک بطور متوسط از خدمات چکفکاس بیش از عابر بانک رضایت دارند. در نمودار شماره ۱ میانگین رضایت مندی مشتریان از خدمات مورد بررسی نشان داده شده است:

نمودار ۱- نمودار خطی میانگین رضایت مندی پاسخگویان از خدمات نوین بانکی



همانطور که مشاهده می شود، مشتریان بانک کشاورزی خدمات نوین ارائه شده را برحسب میزان رضایت خود به ترتیب، چکفکاس، تلفن بانک، عابر بانک، جاری طلایی، سامانه پرسش و پاسخ و کشاورزی کارت ارزیابی نموده اند.

برای بررسی رابطه بین میزان تحصیلات، سن و مدت مشتری بودن در شعب بانک های تحت مطالعه، با تعداد خدمات نوین بانکی مورد استفاده توسط مشتریان از جداول توافقی و آزمون کی دو استفاده گردید. نتایج حاصل نشان داد که بین میزان تحصیلات و تعداد خدمات بانکی استفاده شده رابطه معنی داری وجود ندارد، اما بین سن مشتریان و نیز مدت زمان مشتری بودن آن ها در بانک با تعداد خدمات بانکی دریافتی رابطه ای معنی دار مشهود است. آزمون فرضیه ها نشان داد مشتریانی که در گروه سنی ۳۵-۴۵ قرار دارند بیشترین تقاضا، و آن دسته که در گروه سنی بیش از ۵۵ سال می باشند کمترین تقاضا را برای خدمات نوین بانکی داشته اند. جدول شماره ۱۰ خلاصه ای از نتایج بدست آمده را نشان می دهد:



۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰

MCII-conf.ir



جدول شماره ۱۰- جدول توافقی توزیع سنی پاسخگویان به تفکیک تعداد خدمات نوین مورد استفاده

مجموع سطرها	تعداد خدمت نوین بانکی مورد استفاده توسط پاسخگویان						توزیع سنی
	شش	پنج	چهار	سه	دو	یک	
۳۴							کمتر از ۲۵ سال
	۰	۳	۳	۳	۴	۲۱	فراوانی مطلق
	۰/۴	۲/۰	۲/۰	۵/۳	۱۰/۱	۱۴/۱	فراوانی مورد انتظار
۱۰۹							از ۲۵ تا ۳۵ سال
	۰	۷	۱۰	۱۳	۲۶	۵۳	فراوانی مطلق
	۱/۴	۶/۶	۶/۶	۱۶/۹	۳۲/۴	۴۵/۲	فراوانی مورد انتظار
۱۱۹							از ۳۵ تا ۴۵ سال
	۳	۶	۵	۲۷	۴۳	۳۵	فراوانی مطلق
	۱/۵	۷/۱	۷/۱	۱۸/۴	۳۵/۴	۴۹/۳	فراوانی مورد انتظار
۴۱							از ۴۵ تا ۵۵ سال
	۱	۳	۱	۶	۱۴	۱۶	فراوانی مطلق
	۰/۵	۲/۵	۲/۵	۶/۴	۱۲/۲	۱۷/۰	فراوانی مورد انتظار
۱۳							بیش از ۵۵ سال
	۰	۰	۰	۰	۷	۶	فراوانی مطلق
	۰/۲	۰/۸	۰/۸	۲/۰	۳/۹	۵/۴	فراوانی مورد انتظار
۳۱۶	۴	۱۹	۱۹	۴۹	۹۴	۱۳۱	مجموع ستون‌ها

Chi-square = ۳۶/۳۳ ، d.f = ۲۰ ، P-value = ۰/۰۱۴ ، Gamma = ۰/۱۰ ، Spearman = ۰/۰۹

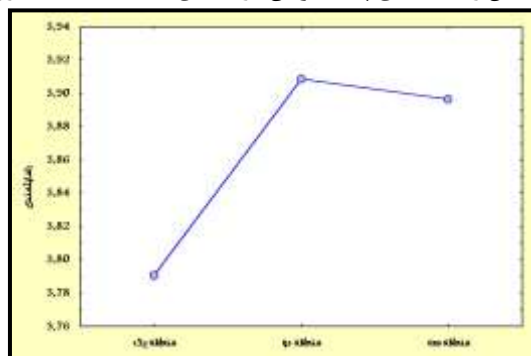
علاوه بر آن، وجود رابطه بین مدت مشتری بودن در بانک و با تعداد خدمات نوین بانکی استفاده شده تایید گردید. رابطه تقریباً مستقیم مشاهده شده بیان گر این موضوع است که با افزایش مدت مشتری بودن در بانک در محدوده ۲ تا ۱۰ سال، بر تعداد خدمات نوین مورد تقاضای مشتریان افزوده شده است. همانطور که قبلاً بیان شد، نمونه گیری از مشتریان شعب بانک در مناطق سه گانه شهر صورت گرفته است. از این رو ارزیابی میزان رضایت مشتریان از خدمات پیش گفته بر مبنای مناطق نیز ضرورت داشته است. برای این کار از آنالیز واریانس یکطرفه مدد گرفته شده و تحلیل داده‌ها نشان داد که اختلاف معنی داری بین سطح رضایت مندی مشتریان در مناطق سه گانه وجود ندارد. جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد که با توجه به آماره آزمون و P-value محاسبه شده، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان فرضیه وجود اختلاف در میزان رضایت مندی مشتریان را رد کرد.

جدول ۷- آنالیز واریانس یکطرفه بررسی رضایتمندی در سه منطقه بانک کشاورزی شهرستان تهران

منبع تغییرات	مجموع مربعات (SS)	درجه آزادی (d.f)	میانگین مجموع مربعات (MS)	آماره F	P-value
تیمار	۱/۰	۲	۰/۵	۱/۲۲	۰/۳۹۵
خطا	۱۲۹/۵	۳۱۹	۰/۴		
مجموع	۱۳۰/۵	۳۲۱	۰/۹		

اما از آنجا که در آنالیز واریانس امکان هم پوشانی خطاها وجود دارد برای اطمینان از قضاوت، از روش دانکن نیز به منظور بررسی اختلاف جفت میانگین‌ها استفاده شده است که نتیجه بدست آمده آنالیز واریانس را تایید نموده است. نمودار زیر به صورت خطی مقایسه ای از متوسط رضایت مندی مشتریان را در مناطق یاد شده ارائه می دهد.

نمودار ۲- رابطه خطی میانگین رضایتمندی پاسخگویان در مناطق سه گانه بانک کشاورزی در شهرستان تهران



#### ۶. بحث و نتیجه گیری

در این تحقیق مشخص شد که خدمات نوین بانکی که توسط بانک کشاورزی ارائه شده است عامل تعیین کننده ای در انتخاب بانک توسط مشتریان نبوده است، زیرا تنها ۳۸ درصد از مخاطبین خدمات نوین را در انتخاب بانک خود مهم ارزیابی کرده اند. یکی از دلایل امر می تواند ارائه خدمات مشابه و چه بسا بهتر توسط سایر بانک ها اعم از دولتی و خصوصی باشد. بنابراین، بانک نباید به صرف ارائه خدمات جدید بانکی به جذب مشتریان جدید و ایجاد رضایت در مشتریان موجود خود امیدوار باشد، بلکه به موازات ارائه خدمات نوین بانکی به عوامل دیگری چون اتصال به سایر بانک های کشور، برقراری ارتباط الکترونیکی با بانک های خارجی برای بهبود شبکه خدمات رسانی به مشتریان، رفع یا کاهش نقایص سیستم ها و... اهتمام ورزد. از آنجا که نتایج این مطالعه نشان داد حدود ۴۰٪ از مشتریان معتقدند که خدمات نوین بانکی در بانک تحت بررسی انتظارات آن ها را بر آورده نکرده است، و با توجه به شعار مشتری محور و تلاش برای جلب رضایت آن ها، بنظر می رسد این میزان قابل توجه بوده و مستلزم برنامه ریزی برای بهبود است. تلاش بانک در جهت استفاده از تجهیزات کارآمد، ارائه خدمات نوین بانکی در طیف وسیع تری از بانک های سراسر کشور، بهبود زیرساخت های مورد نیاز بانکداری الکترونیکی و توجه به خواسته ها و ترجیحات مشتریان می تواند در افزایش سطح رضایت مندی مشتریان و جذب مشتریان بیشتر موثر واقع گردد. با این حال بر اساس نتایج حاصل در این تحقیق، بیش از ۵۰٪ از مشتریان فعلی بانک کشاورزی از خدمات جدید ارائه شده رضایت داشته اند. این میزان رضایت اظهار شده اگر چه می تواند چنین تعبیر شود که بانک در ایجاد رضایت مشتریان نیمی از راه را پیموده است، اما لازم است به این واقعیت توجه داشت که نظام بانکداری در کشور ما حتی در ارائه خدمات نوین بانکی

ISC  
۰۱۲۲۰-۵۹۴۰۴

نخستین کنفرانس ملی

کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه

زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰  
MCII-conf.ir

که از تجهیزات و فناوری های سخت افزاری پیشرفته سود می جوید با استاندارد های روز دنیا فاصله دارد. بنا براین در ادامه راه باید در اندیشه خدمات برتر نظیر خدمات بهنگام<sup>۱۰</sup> بانکی، رفع یا کاهش نواقص سیستم های موجود، بانکداری الکترونیکی و اینترنتی و... باشد.

با توجه به آزمون های انجام شده، خدمات نوین بانکی در شعب بانک کشاورزی در مجموع باعث افزایش رضایت مشتریان شده است و از ۶ نوع خدمات نوین بانکی تنها سامانه پرسش و پاسخ انتظارات مشتریان و رضایت آن ها را تامین نکرده است. نتایج این تحقیق با یافته های مطالعه انجام شده در مالزی در مورد عابر بانک که بیشترین تقاضا و رضایت را برای مشتریان فراهم کرده است همگرایی دارد. از طرف دیگر، همگرایی نتایج بدست آمده با تجربه برخی کشورهای در حال توسعه نظیر اردن که عادات سنتی و قدیمی افراد را به عنوان یکی از موانع اصلی توسعه خدمات نوین بانکداری و کسب رضایت مشتریان می شناسد، ضرورت بازنگری در طراحی سیستم ها، انعطاف پذیری بیشتر در زمینه اصلاح برنامه های نرم افزاری و تبلیغ توام با اطلاع رسانی و آموزش فراگیر مشتریان موجود و بالقوه را برای استفاده آن ها از این خدمات و در نهایت افزایش سطح رضایت مشتریان را گوشزد می کند.

در بعد کارایی نتایج تحقیق نشان داد که با وجود افزایش رضایت مشتریان، خدمات نوین بانکی کمکی به بهبود شاخص ها در شعب بانک نکرده است. عدم آگاهی کامل مشتریان از نحوه استفاده از سیستم ها و مراجعه و سوال از کارکنان بانک، خرابی و پارگی اسکناس ها، و عوامل فرهنگی نظیر ترجیح مشتریان به واگذاری امور خود به پرسنل شعب رami توان از جمله دلایل آن بر شمرد. نتایج تحقیقات گذشته در داخل کشور و محاسبات انجام شده این استدلال را که میزان پاسخگویی پرسنل شعب تقریباً ۱/۵ برابر عابر بانک است، مورد تایید قرار می دهد. به این ترتیب نتایج حاصل با استنباط مدیران بانک ها در خصوص نا کارآمدی سیستم های نوین در بهبود کارایی بانک ها در شرایط موجود همگرا می باشد. در واقع بانک کشاورزی با صرف هزینه های استقرار سیستم های نوین بانکی موفق به جلب رضایت نسبی مشتریان خود شده است یعنی اثر بخشی در قالب یکی از اهداف اصلی و کلان بانک تحقق یافته است در حالی که تاثیر قابل توجهی بر کاهش وقت و هزینه پرسنلی یعنی کارایی بانک نداشته است.

#### منابع

- ۱- اداره تحقیقات بانک کشاورزی (۱۳۸۲)؛ صرفه جویی کاربرد بانکداری الکترونیک در بانکداری سنتی.
- ۲- الهیاری فرد، محمود (دی ماه ۱۳۸۲)؛ بانکداری الکترونیک در استرالیا، نشریه داخلی بانک ملی ایران شماره ۹۴.
- ۳- الهیاری فرد، محمود (شهریور ۱۳۸۲)؛ بررسی مقایسه ای خدمات بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیک در ایران؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- ۴- الهیاری فرد، محمود (۱۳۸۲)؛ خدمات بانکداری الکترونیک و نیازهای اجرایی آن در مقایسه تطبیقی هزینه های عملیاتی، خدمات مختلف بانکی؛ تهران؛ پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی؛ چاپ اول.
- ۵- پورایرج، رضا (۱۳۷۷)؛ بررسی عوامل مؤثر بر رضایت بخشی مشتریان بانک به منظور بهبود و بالندگی سازمان؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه فردوسی تهران؛ دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- ۶- توسلی شکیب، محمود (۱۳۷۹)؛ بررسی اثرات مبادله الکترونیکی داده ها بر افزایش بهره‌وری و تسهیل مبادلات بین المللی در ایران؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه فردوسی تهران؛ دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- ۷- حسن زاده، علی؛ پورفرد، فروغ (زمستان ۱۳۸۲)؛ بانکداری الکترونیک؛ فصلنامه تازه‌های اقتصاد؛ شماره ۱۰۰.
- ۸- حسن زاده، علی؛ صادقی، تورج (۱۳۸۲)؛ بررسی تأثیرات بانکداری الکترونیک بر توسعه نظام بانکی؛ مجله اقتصاد؛ شماره ۲۵ و ۲۶.
- ۹- روستا، احمد؛ ابراهیمی، عبدالحمید؛ ونوس، داور (۱۳۷۷)؛ مدیریت بازاریابی؛ تهران؛ انتشارات سمت؛ چاپ دوم.
- ۱۰- شکرگذار، رضا (۱۳۸۲)؛ امکان سنجی پیاده سازی بانکداری الکترونیک در ایران با تأکید بر بانک کشاورزی؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد اسلامی؛ واحد تهران مرکز

<sup>10</sup> . Online Banking services

The banner features a background image of a person using a calculator and a computer. It includes the ISC logo with the phone number 01220-59404, the title 'نخستین کنفرانس ملی چالش‌ها و راهکارهای نوین در مدیریت، حسابداری و صنعت بیمه', the date 'زمان برگزاری: ۱۴۰۲/۰۷/۲۰', and the website 'MCII-conf.ir'. Logos for the Ministry of Economic Affairs and Finance and the National Institute for Consumer Protection are also present.

- ۱۱- علی محمدی، محمد (۱۳۸۱)؛ مدیریت ارتباط با مشتری؛ ماهنامه علمی و آموزشی تدبیر؛ شماره ۱۲۹.
- ۱۲- عظیمی، سعید (۱۳۸۱)؛ بررسی عوامل مؤثر بر رضایت ارباب رجوع در بانک رفاه از دیدگاه مشتریان؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه علامه طباطبایی؛ دانشکده حسابداری و مدیریت.
- ۱۳- کهزادی، نوروز (تابستان ۱۳۸۰)؛ بانکداری الکترونیک؛ پیش نیازها، محدودیتها و روشهای پیاده سازی آن در ایران (قسمت اول)؛ پیک توسعه؛ شماره ۲۷.
- ۱۴- کهزادی، نوروز (تابستان ۱۳۸۰)؛ بانکداری الکترونیک؛ پیش نیازها، محدودیتها و روشهای پیاده سازی آن در ایران (قسمت دوم)؛ پیک توسعه؛ شماره ۲۸.
- ۱۵- کهزادی، نوروز (۱۳۸۲)؛ وضعیت بانکداری الکترونیک در ایران و جهان؛
- ۱۶- ونوس، داور؛ مختاران، ماهرخ (۱۳۸۱)؛ بانکداری الکترونیک و ضرورت توسعه آن در ایران؛ مدیریت؛ شماره ۶۷ و ۶۸.
- 17-Al-sabbagh, Imtiyaz (2004); Adoption and use of Internet Banking in the Sultanate of oman; An Exploratory study; www. Arravdev.com/commerce/jibc/0406-07 asn
- 18-Awamleh, Raed; Evants, john; Mahate, Ashraf (2004); Internet Banking in Emergency Market (the case of jordon-ANote;www.arravdev.com/commerce/jibc/0306-03
- 19-alachandher, Krishnan Guru; Santha, vaithilingam and other (2004); Electronic Banking in Malaysia: ANote on Evalution On Evaloution of services and consumer Reactions. www. Arravdev.com/commerce/jibc/0001-07 html.
- 20-durham,Kathy (1998); life long banking; connecting the unbanked date line.
- 21-press,Irwin; F.Ganey, Rodenly and F.Hall, Melvin (1997); whats most important to customer satisfaction?; ABA Banking Journal; 37-40 pp, rebmtpes.
- 22-Sahut, Jean-Michel; Kucerova, Zuzana (2003); Enhance Banking Service Quality with Quality Function Deployment Approach;
- 23-P.Vijayan, Bala Shanmugun (2004); Service Quality Evalution of Internet Banking hi Malaysia. www.arravdev.com/commerce/jibc/0306-06html
- 24-unktad (2001); Electronic Commerce and Development Report 2001; unctad nations publication.
- 25-furst, Karen (2002); Internet banking: Development & Prospec