



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۳ و ۲ بهمن ۱۳۹۶
7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



خدمات نوین با الگوریتم بانکداری در سایه

New Services with Banking Algorithm in the shade

محمدخواجه سروی، کارشناس مالی بانک شهر، m.khajehsarvi@yahoo.com
محمدحسن ابراهیمی سروعلیا، دکتری مدیریت مالی و مدیرعامل کارگزاری بانک ملی ایران، ebrahimi2020@yahoo.com

چکیده

پیشرفت تکنولوژی در عصر حاضر، علاوه بر تحت تاثیر قراردادن کنش های نظام بانکی و صنایع وابسته به آن، سطح انتظار و توقعات جامعه هدف رانیز افزایش داده و روز به روز نیل به ساختار جدید و همگان با علوم روز دنیا و کاهش زمان دریافت خدمت را از جانب مشتری در جهت افزایش توسعه اجتماعی خواهان است. در چنین شرایطی با به کارگیری یک استراتژی سازمانی مناسب، زمینه جلب اعتماد مشتری و کاردریک فضای امن و در دسترس در هر ساعت از شبانه روز در قالب سطحی از خدمات جامع نیاز می باشد که در شرایط کنونی باتوجه به تراکم شعب بانکها و افزایش روزافزون هزینه های عملیاتی و غیرعملیاتی و کاهش درآمدهای غیرمشاع بانکها و بالتبع سنگینی سمت چپ ترازنامه و بلوکه شدن دارایی ها و در نتیجه کمبود نقدینگی، نیل به گریز از سبک سنتی و نیروی انسانی محور رامی طلبد. باتوجه به این که با امکانات موجود بهترین گزینه برای رسیدن به سودآوری برد-برد بین بانک و مشتری، توسعه بیش از پیش خدمات نوین در بستر بانکداری مجازی می باشد، امروزه آنچه یک بانک را از سایر بانکها متمایز کند، نحوه ارائه سرویسها از طریق این درگاهها بوده که پیاده سازی ساختار-omni channel نیز نمونه ای از این موارد می باشد. در پژوهش حاضر سعی خواهد شد تا ارتباط بین بازدهی شهرنت های شبانه روزی بانک شهر (شعب مجازی) مجهز به سیستم VTM را با شاخصهای توسعه اجتماعی با جامعه آماری دریافت کنندگان خدمات سرپرستی منطقه ۳ این بانک و شعب تحت پوشش آن مورد بررسی قرار داد. روش تحقیق این پژوهش پیمایشی و ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه ۳۰ ماده ای منطبق با طیف لیکرت در مقیاس ۵ درجه ای می باشد. شیوه نمونه گیری به ۲ مرحله احتمالی آسان و خوشه ای تقسیم می شود. یافته ها نشان می دهد که ۶۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را متغیرهای مستقل توسعه اجتماعی می توانند پیش بینی نمایند. متغیر نرخ مشارکت اقتصادی دارای بتای ۰,۲۵، متغیر برون سپاری خدمات بانکی دارای بتای ۰,۸۷، متغیر میزان آشنایی با دانش خدمات بانکی دارای بتای ۰,۳۵ و متغیر استفاده از بانکداری الکترونیکی دارای بتای ۰,۴۳ می باشد.

واژگان کلیدی: شعب مجازی، توسعه اجتماعی، برون سپاری خدمات بانکی، بانکداری الکترونیکی



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام های پرداخت

تهران، مرکز همایش های بین المللی برج میلاد - ۲ و ۳ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



مقدمه

بانکداری مجازی به معنی استفاده از تکنولوژی پیشرفته نرم افزاری و سخت افزاری مبتنی بر دیتا برای تبادل اطلاعات مالی به صورت الکترونیکی است و به نوعی دیگر نیازی به حضور فیزیکی مشتری در شعبه نیست. این مهم به مشتریان اجازه می دهد تا معاملات مالی خود را در یک درگاه امن مثل شعب مجازی بانکها انجام دهند. همانطور که بانک یک شرکت خدمت رسان مالی است، این سوال مطرح می شود که هر بانک و یا موسسه ای توانایی و پتانسیل برآورده نمودن خدمت و نیازهای جامعه هدف را دارد یا خیر؟ در ابتدا با یادآوری برخی از خدمات عمومی قابل ارائه توسط تمامی بانکها یادآور می شود که تعدد این شرکت های مالی در یک جامعه ای که استفاده کنندگان از خدماتشان قابل برآورد و محاسبه اند چه لزومی خواهد داشت؟ اگر قرار بر این باشد که یک بانک تنها به چند خدمت تکراری واریز برداشت، چک، و اعطای تسهیلات بسنده نماید، پس هدف از دو شاخه کردن این شرکتها به دو نماد دولتی و خصوصی به چه سبب است؟ به عبارت دیگر مگر نه اینست که نظارت یک مجموعه توسط بانک مرکزی و وزارت اقتصاد با رویکرد کنترلی بر آن بسیار راحت تر از مدیریت چند ده بانک و موسسه مالی می باشد، پس هدف چیز دیگری است و بسط دادن این موضوع به بالاترین معیار سنجش جهانی به نام توسعه اجتماعی توسط پژوهشگران هم به همین دلیل است. به همین سبب است که ورود متعدد و البته کنترل شده بانکها در حوزه اقتصاد توجیه پذیر بوده و رقابت سازی بین آنها زمینه ساز خلق خدمات نوین و در نتیجه توسعه و مشارکت اجتماعی خواهد بود. بنا به نظر جامع پژوهشگران، موفق ترین راه خلق یک خدمت متمایز از سایر رقبا ورود مستقیم نظر و خواسته استفاده کنندگان خدمات بوده که در سیستم بانکداری همان مشتریان حقیقی و حقوقی می باشد. به همین دلیل است که پاسخگو بودن و استفاده از تئوری پاسخگویی جزو شاخص های برتر توسعه علوم اجتماعی می باشد. البته باید مدنظر داشت که صحبت کردن از جامعه و مفهوم توسعه اجتماعی به مراتب بیش از برآورده نمودن نیازهای مادی است. این مفهوم با تمرکز بر روی تغییر جهت از ارزش های فردی و نیل به سوی ارزشهای اجتماعی حاکم، در جست و جوی انسجام اجتماعی و هویت جمعی است که البته سنجش میزان دستیابی به این هدف کار چندان ساده ای نیست. همبستگی موجود بین دو واژه تکامل و توسعه نیز بدین سبب است که تکامل خود نیز به نوعی وام دار توسعه است. برای گام نهادن در این مسیر تعیین شاخص هایی که از طریق آن بتوان میزان توسعه را هم سنجید و محاسبه نمود نیز بسیار ضروری است. در شرایط فعلی کشورهایمان که از نظر توسعه اجتماعی در رتبه های قابل قبولی قرار دارند، به کاهش نرخ تورم، میزان مشارکت اقتصادی، کاهش بیکاری و استفاده از علوم مالی، فنی و حسابداری روز دنیا جهت به کارگیری و بهره وری بیش از پیش دست یافته اند. در تالطم این تغییرات نظام بانکداری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و با اندک تلنگری در تصمیم گیری های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دول مختلف خواه و یا ناخواه عکس العمل نشان داده و از آن تاثیرپذیر خواهد بود. با توجه به پیشرفت خدمات بانکی، بانک ها به منظور کاهش هزینه ها و افزایش چابکی نیازمند یک مدل ساختارمند و انعطاف پذیر جهت تسهیل و تعمیق ارتباطات بین سامانه ای می باشند. استفاده از روش های متفاوت و بعضا کم نظیر جهت جذب منابع بانکی همانند حرکت بسوی بانکداری مجازی محور و برون سپاری خدمات و پیدا کردن مسیری مطمئن جهت صرف آن، هدف غایی این شرکت های مالی می باشد. بدین صورت است که مسیر حرکت مشخص و قدم نهادن در مسیر شرکت های برتر هم آسان تر خواهد شد.



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام های پرداخت

تهران، مرکز همایش های بین المللی برج میلاد - ۲۰ و ۲۱ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



بیان مساله و ضرورت انجام پژوهش

افزایش نرخ مشارکت اجتماعی و ظرفیت سازی در جهت افزایش توانمندی تکنولوژی و شهروند محوری و ایجاد یک فضای امن داده در جهت افزایش امنیت فردی و جمعی، کاهش وابستگی دریافت خدمات مالی توسط مشتری محدود به مکان یا زمان خاص و نهادینه کردن فرهنگ مشارکتی بنگاه و مشتری از جمله اهداف توسعه اجتماعی محسوب می شوند. وجود توسعه و تغییر دیدگاه مشتریان در دهه اخیر نسبت به خدمات بانکی باعث شده که هرچند یک مشتری برای انجام خدمات مالی خود نیازمند مراجعه به یک بنگاه مالی داشته ولی این بانک است که جهت پیشی گرفتن از سایر رقبا مجبور به ارائه همان خدمات و یا خدمات جدیدتری به شکلی متفاوت از سایرین به جهت دستیابی به بازار هدف می باشد. با توجه به روند رو به رشد خدمات نوین و وسایل و ابزارهای در دسترس آحاد جامعه به طور معمول مشتریان بانکها ابزارهای مختلفی مانند تلفن، موبایل، رایانه، خودپرداز، وب کیوسک و ... را برای انجام تراکنش های مالی خود استفاده می کنند که این درگاه های ارتباطی به صورت سیستم های مجزا از یکدیگر طراحی و ایجاد شده اند. موضوع بسیار قابل توجه این که با افزایش درگاه های ارتباطی، سرویس های مالی نسبتاً مشابهی نیز از طریق درگاه های الکترونیکی نوین ارائه شده و بنابراین دیگر پشتیبانی از درگاه های سرویس دهی الکترونیک، یک مزیت رقابتی برای یک سیستم بانکی محسوب نمی شود. آنچه امروزه می تواند یک بانک را از سایر بانکها متمایز کند، و نوید بخش توسعه رفاه و مشارکت اجتماعی باشد نحوه ارائه سرویس ها از طریق این درگاهها بوده که پیاده سازی ساختار *omni-channel* نیز نمونه ای از این موارد می باشد. صنعت بانکداری نیز مانند دیگر صنایع با تغییرات و پیشرفت سریع فناوری مواجه است. مواردی همچون استفاده از ابزار اینترنت، موبایل، وجود مشتریان خیره و ماهر با انتظارات بیشتر و وفاداری کمتر، وجود رقابت بین بانکها در جذب و نگهداری مشتریان، ارائه خدمات مشتری محور که بانکها و ارائه دهندگان خدمات را ملزم به پاسخگویی به موقع به تغییرات و همسو شدن با فناوری می نماید، همگی از دلایلی است که بانکها را در جهت پیشی گرفتن در گوی رقابت محصولات و خدمات تشویق و هدایت می کنند، لذا تقدم در انطباق با اشکال جدید اهمیت یافته و جایگاه و برتری یک بانک بر دیگری را رقم می زند و نوآوری در محصولات از نظر سرعت، دقت و بهای خدمات مختلف ایجاد تمایز می کند. حتی سایر کسب و کارها نیز در تجارت الکترونیک از خدمات بانکداری مجازی بهره مند می شوند. طبق پژوهش های انجام شده «تطبیق فناوری، آگاهی از خدمات و کیفیت آن و افزایش اعتماد به بانک، تأثیر معناداری بر پذیرش بانکداری الکترونیک و رضایت مشتری خواهد داشت».



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام های پرداخت

تهران، مرکز همایش های بین المللی برج میلاد - ۲۰۲۳ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



ادبیات موضوع:

بانکداری الکترونیک

بانکداری الکترونیک شامل تمام کانالهای الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حسابهای خود و نقل و انتقال وجه بین حسابها و یا پرداخت هرگونه صورت حساب دارای شناسه از آن استفاده میکنند. [۳] این کانالها شامل اینترنت/همراه بانک، موبایل، تلفن، و دستگاه های خودپرداز/خوددریافت، وب کیوسک،^۱ ، کارتخوان و کلیه خدماتی از این قبیل بدون حضور در شعب کنونی بانکها و موسسات مالی می باشد.

شعب مجازی

بانک مجازی بانکی است بدون شعبه و مشتری مستقیم که کلیه خدمات و عملیات بانکی را صرفاً از طریق درگاه های الکترونیکی انجام می دهد.

خودبانک

با تبدیل شدن ابزار فیزیکی به ابزار مجازی، مشتری در حال انتخاب سرویس های مبتنی بر این فضا است. ما امروزه شاهدیم که مشتریان تمایل دارند تا در هر لحظه فرصت انجام عملیات بانکی خود را داشته باشند و کشاندن افراد حاضر در دنیای مجازی به شعب، کار دشواری است. در حالی که بیشتر مشتریان با حذف کامل شعبه های فیزیکی موافق نیستند، شرایطی ایجاد شد تا نسلی دیگر از دستاوردهای بانکداری الکترونیک معرفی شود. ورود دستگاهی به نام خودبانک در دنیای امروز بانکداری، نسل دیگری از خدمات نوین بانکی به مشتریان بود که بر اساس آن می توان کانالی در اختیار بانک گذاشت که به نوعی بسیاری از تراکنش های حضوری را تبدیل به نیمه حضوری کند. بانک شهر با راه اندازی پیشخوان های شهرنت که قابلیت ارائه خدمات بانکی را به صورت ۲۴ ساعته دارد با استفاده از فناوری کنفرانس از راه دور، تعامل بین مشتری و فرد مستقر در شعبه مجازی بانک را برقرار کرده و خدمات بانکی مورد نیاز را به مشتری ارائه می دهد. از طریق دستگاه خودبانک موجود در پیشخوان های شهرنت بانک شهر، این امکان میسر می گردد تا مشتری به صورت آنلاین با رئیس شعبه مجازی در ارتباط باشد و درخواست های بانکی خود را به صورت غیر حضوری انجام دهد. برخی از خدماتی که هم اکنون توسط شعب مجازی مجهز به خودبانک قابلیت انجام دارد در ذیل اشاره گردیده است.

- ۱- افتتاح حساب و صدور آئی کارت نقدی
- ۲- انتقال وجه بین سپرده ها و انتقال وجه بانکی
- ۳- اعلام مفقودی و مسدودی کارت
- ۴- صدور اینترنتی کارت هدیه
- ۵- پرداخت اقساط تسهیلات
- ۶- مسدود کردن اینترنت بانک و همراه بانک و تغییر رمز
- ۷- انتقال وجه ساتنا/پایا
- ۸- صدور گواهی تمکن مالی

¹ Virtual Teller Machine



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۲ و ۳ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



- ۹- صدور صورتحساب فارسی و لاتین
- ۱۰- صدور ضمانتنامه بانکی
- ۱۱- صدور و ابطال واحدهای سرمایه گذاری با درآمد ثابت
- ۱۲- واریز و برداشت نقدی
- ۱۳- عملیات چک
- ۱۴- انواع سرویس مختص مشتریان
- ۱۵- سرویس های مشاوره ای عملیات بانکی و اطلاع رسانی
- ۱۶- ارتباط مستقیم با سامانه نظارت و ارتباطات مردمی
- ۱۷- خدمات اینترنت بانک
- ۱۸- ثبت و سفارش دستگاههای کارتخوان فروشگاه
- ۱۹- صدور و ارائه انواع بن کارت به سفارش سازمان ها و ادارات ذینفع

توسعه رفاه اجتماعی

توسعه فرهنگ هر جامعه‌ای نسبت به پذیرش خدمات نوین، آگاهی عمومی، وجود بستر مخابراتی، فرهنگ قوی سازمانی، آشنایی مدیران با فناوری، وجود مقررات قوی در مقابله با مجرمان سایبری و هماهنگی در اتخاذ سیاستهای سازمانی در زمینه فناوری تاثیرگذار بوده و بالتبع همگی جز



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۲ و ۳ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



مهارت‌های کارمندان معرفی نموده است. [۲۴] در مقاله ای که توسط اودبوکر (۲۰۱۵) در کشور استرالیا به منظور بررسی رابطه بین ساختار هیات مدیره شامل اندازه هیات مدیره، ترکیب آن و دوگانگی نقش مدیرعامل با مشارکت اجتماعی و عملکرد بانک انجام شد، نتایج گویای اثر منفی اندازه و ترکیب هیات مدیره بر عملکرد بانک می‌باشد. این در حالی است که استقلال رئیس و مدیریت شفاف دارای اثر مثبت و هم‌پا با مشارکت اجتماعی و عملکرد بانک بوده است. [۲۵]

در ادامه حقیقی (۱۳۸۲) نیز با توجه به مقایسه عملکرد بانک و انتظارات مشتریان آنها در مطالعات اخیرش در بانک ملت بدان نتیجه رسیده که ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات و انتظارات مشتریان فراتر از درک آنها از عملکرد بانک است. در حقیقت یافته های این تحقیق نشان می‌دهد، هرچند که در تمامی ابعاد پنجگانه کیفیت خدمات، عملکرد بانک بالاتر از حد متوسط بوده است، اما کیفیت خدمات با رضایت و وفاداری رابطه مثبت و معناداری دارد. [۷]

با توجه به اهمیت نیروی انسانی و کاهش هدفمند این مهم در شعب مجازی مطالعه ای که در بانک توسعه صادرات ایران توسط سیدجوادی (۱۳۸۵) انجام شد، عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان با استفاده از مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری مورد بررسی قرار گرفت. عوامل اصلی مؤثر بر وفاداری مشتریان بر اساس مدل مدیریت شامل ارتباط با مشتری در قالب نیروی انسانی، فرآیندها و فن آوری بود نتایج این تحقیق نشان می‌دهد کلیه عوامل تأثیر معناداری بر وفاداری مشتریان داشته‌اند و بالاترین تأثیر به ترتیب مربوط به کارکنان بانک و عوامل فرآیندی بوده است. [۸] که در حوزه محاسبه و سنجش میزان این عملکرد نیز عادل آذر (۱۳۸۶) توانایی تحلیل پوششی داده‌ها در پاسخ‌گویی به نیازهای کاربردی را مورد بررسی قرار داده و سبب شده که پژوهشات وسیعی در حوزه های علمی مختلف انجام گیرد. ویژگی های کاربردی مدل های مزبور، به خصوص طی دوده گذشته به سرعت توانسته است وضعیتی ویژه برای این تکنیک در سطح جهان فراهم آورد.]



فنی - فن آورانه در راه توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور مورد تایید قرار نگرفت. [۱۴]

چارچوب نظری پژوهش:

توسعه اجتماعی مثبت زمانی حاصل می‌شود که با تقویت انسجام درونی و با تکیه بر داشته‌های خود همسو با علوم روز دنیا گام برداشته و در نتیجه جامعه نه تنها یکپارچه، بلکه در برابر از هم گسیختگی اجتماعی کمتر آسیب‌پذیر خواهد بود. به ویژه آنکه توسعه اجتماعی و تحقق شاخص‌های کمی و کیفی آن در سند چشم‌انداز بیست ساله هم مورد توجه قرار گرفته است. هر تصمیمی حداقل برای رسیدن به یک هدف خاص اتخاذ می‌گردد که حصول به آن هدف، خود بستگی به سایر متغیرهای موثر در مدل تصمیم‌گیری دارد. حال این سوال مطرح می‌شود که با تغییر این شاخص‌ها چه میزان صنعت بانکداری دچار تغییر شده و اثرپذیری شاخص‌های توسعه بر حیات نظام بانکی به چه میزان است؟ توسعه شگفت‌انگیز فن آوری اطلاعات و گسترش آن به بازارهای پولی و بانکی جهانی علاوه بر تسهیل امور مشتریان بانک‌ها، روش‌های جاری بانکداری را نیز متحول و دگرگون ساخته است [۱۵]

۱- دیدگاه شاخص توسعه پایدار

پایدار بدین معنا نیست که هیچ چیزی تغییر ننماید. همچنین به معنای مدینه فاضله‌ای نیست که هیچ چیز بدی رخ ندهد. یک جامعه پایدار در پی بقاء و بهبود مشخصه‌های اقتصادی، محیطی و اجتماعی یک ناحیه است تا اعضای آن بتوانند سالم، بهره‌ور و با لذت به ادامه حیات بپردازند. یک جامعه دارای انواع مختلفی از سرمایه است. گذر از بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیک در واقع نه تنها یک سرمایه پایدار است، بلکه یک الزام است نه انتخاب. [۱۶] از طرفی دیگر پایدار بودن توسعه طبق تعریفی که ارائه شد وام‌دار پایدار بودن ارکان تشکیل‌دهنده آن است. یکی از ارکان تشکیل‌دهنده آن نظام اقتصادی می‌باشد. نظام اقتصادی و نیل نظام پولی به سمت ثباتی درون‌گرا محقق نخواهد شد مگر با مشارکت شرکتهای مالی که بانک نامیده می‌شوند. آگاهی از محرک‌های بانکی و عوامل موثر بر این نهادها می‌تواند پایداری را بیش از پیش محقق نموده و بستر شکوفایی را فراهم سازد.

۲- دیدگاه جان الستر

با توجه به نظریه انتخاب عاقلانه، پدیده‌های اجتماعی حاصل اقدام کنشگرانند و آنچه بر عمل کنشگران حکومت می‌کند، مجموعه ارزشها، اعتقادات، باورها و هنجارها است. کنشگران در مورد جنبشی که چند راه متفاوت برای عملی کردن آن وجود دارد، راهی را برای رسیدن به هدف گزینش می‌کنند که عاقلانه تر به نظر می‌آید. برخی از جنبه‌های هدف یک کنشگر به سود و زیان عمل مربوط می‌شود. می‌توان بیان داشت کنشگران در هنگام انتخاب خدمات بانکی، گزینه‌ها و عوامل متعددی را لحاظ می‌کنند، اما از این میان به عواملی اتکا می‌کنند که با هدف‌های آنان تجانس و همگنی بیشتری دارد. به عبارت دیگر نزدیک بودن این عوامل با اهداف کنشگران موجب می‌شود که فرد دست به انتخاب عقلانی بزند. [۱۲]

مدل نظری تحقیق:

توسعه مفهومی چندوجهی است و به زبان ساده گذر جامعه از مرحله‌ای به مرحله‌ای بالاتر را شامل می‌شود. [۱۷] از طرفی دیگر ارزیابی توسعه فرآیندی است که به منظور آگاهی از عملکرد سازمان و آرایه بازخوردهای لازم جهت بهبود و ارتقای



عملکرد سازمانی به انجام می رسد. [۱۸]

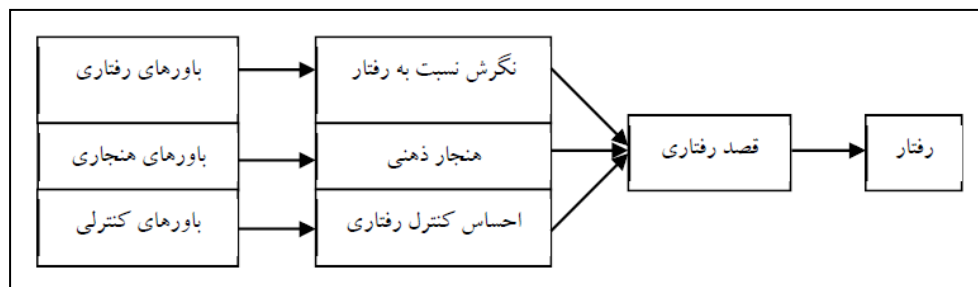
مدل پذیرش فناوری

مدل پذیرش فناوری نوع سازگاریافته ای از نظریه اقدام مستدل در حوزه سامانه های اطلاعاتی است که در سال توسط فرد دیویس ارائه گردید. این نظریه یکی از تأثیرگذارترین نظریه های است که در زمینه نظریه های پذیرش و در ادامه مطالعات انجام شده بعد از نظریه اقدام مستدل انجام شده است و به عبارتی مدلی برآمده از آن نظریه است. فرد دیویس در این نظریه به جای عوامل معرفی شده در نظریه اقدام مستدل، دو عامل احساس سهولت استفاده و منفعت درک شده را در شکل گیری قصد رفتاری و انتخاب کاربر برای استفاده از یک فناوری جدید مؤثر می داند. این نظریه مدلی است برای تبیین اینکه کاربران چگونه به این نتیجه می رسند که یک فناوری جدید را بپذیرند و به کار ببندند. در واقع نمونه کاربردی دیدگاه تئوری جان الستر مدل پذیرش فناوری خواهد بود. بر این اساس، هنگامی که کاربران با یک فناوری جدید مواجه می شوند، مجموعه ای از عوامل بر تصمیم آنها در خصوص زمان و چگونگی به کارگیری آن فناوری تأثیر قابل توجهی می گذارد [۳]

استفاده از راهکار امنی چنل جهت افزایش رفاه اجتماعی و بالتبع هموارسازی و سهولت استفاده خدمات توسط مشتری عاملی مهم در رونق مدل فناوری محور خواهد بود.

نظریه رفتار برنامه ریزی شده

آجزن در سال و در ادامه پژوهشهای خود و در توسعه مدل نظریه اقدام مستدل در مقاله ای با عنوان از قصد تا رفتار، موفق به ارائه این نظریه شد بدین ترتیب که متغیر پیش بینی کننده دیگری به نام احساس کنترل رفتاری را به مدل اولیه نظریه اقدام مستدل اضافه نمود، لیکن رفتار واقعی به دلیل عدم اطمینان یا کنترل فرد بر رفتار مورد نظر محقق نمی شود، بتوان از آن استفاده نمود. باورهای هنجاری احساس یک فرد است نسبت به رفتاری خاص که متأثر از قضاوت اطرافیان و هنجارهای ذهنی، احساس فرد نسبت به فشار هنجارهای اجتماعی یا باورهای اطرافیان است. از اینکه آن فرد باید آن رفتار را انجام دهد یا خیر. قصد رفتاری مبتنی بر نگرش نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و احساس کنترل رفتاری است که البته وزن و اهمیت هر یک از این متغیرها در شکل گیری قصد رفتاری با توجه به مخاطب و رفتار مورد نظر متفاوت خواهد بود. رفتار، واکنش قابل مشاهده فرد در موقعیتی خاص برای هدفی مشخص است. به عبارتی، قصد انجام یک رفتار زمانی منجر بر قصد رفتاری می شود که حس کنترل رفتاری در فرد قوی باشد. [۳]



تصویر (۱) نظریه رفتار برنامه ریزی شده [۲۲]

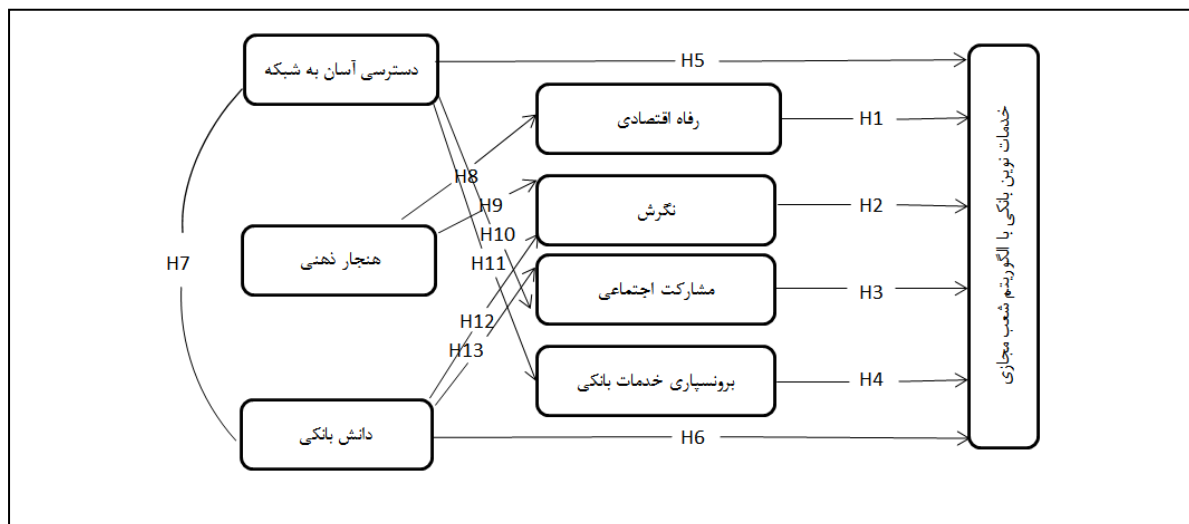
حال که توسعه و افزایش رفاه را نمی توان فقط به یک بعد و یا جنبه از زندگی اجتماعی، فرض وضعیت اقتصادی و یا اجتماعی و



غیره محدود نمود. توسعه شامل همه‌ی جوانب کلان جامعه شناختی که در بر گیرنده سازماندهی اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ارتباط و تاثیر متقابلشان بر یکدیگر میباشد، خواهد بود اما به ناچار و با توجه به شاخص‌هایی که امکان سنجش آن برای محقق وجود داشت ۴ شاخص میزان رفاه اقتصادی، سطح دانش خدمات بانکی، میزان موفقیت در افزایش مشارکت اجتماعی و افزایش پتانسیل برونسپاری خدمات بانکی به دست آورده شد. ورود متغیر رفاه اقتصادی به دلیل این که حوزه اقتصاد هم یکی از حوزه های توسعه اجتماعی است که تحت تاثیر تحولات علمی دچار تحول و دگرگونی می شود. از این رو بانکداری مجازی مناسب ترین مکانیسم پیشرفت و توسعه بانکداری است که دستیابی به آن بصورت یک ضرورت اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده است. در این میان بانک ها به عنوان مهم ترین ارگان نظام اقتصادی باید همگام با تحولات نوین اقتصادی پیش روند. [۱۹]

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به اینکه امکان بررسی تمامی عوامل مؤثر بر عملکرد بانکداری مجازی امکان پذیر نبوده لذا با استفاده از چند نظریه شاخص ارائه شده در این زمینه و ملاحظاتی در مورد قصد رفتار فرد در موارد خاص، یک مدل مفهومی برای این پژوهش به دست آمده است. این مدل با توجه به مطالعات مختلف انجام شده در این زمینه و الگو گرفتن از مقالات معتبر در زمینه توسعه اجتماعی، بانکداری الکترونیک و مجازی، مدل پذیرش فناوری، نظریه رفتار برنامه ریزی شده و با نظرخواهی از اساتید و صاحب نظران بانکی، به صورت یک مدل برای شناسایی عوامل مؤثر بر استفاده از خدمات بانکداری مجازی طراحی گردیده است



تصویر (۲) مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به هدف آن از گروه پژوهش‌های کاربردی است. برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای استفاده شده است، به طوری که برای تدوین پیشینه تحقیق و چارچوب نظری از منابع در دسترس مانند اینترنت، مقالات و کتب



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۲ و ۳ بهمن ۱۳۹۶
7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نواوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



موجود و فیش برداری از آنها و نهایتاً اجرای روش پیمایشی به دلیل استفاده از روش میدانی و مصاحبه بامشتریان خدمات بانکی و مصاحبت با کارشناسان و مدیران بانک شهر و با استفاده از پرسشنامه، اطلاعات مشتریان جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS و نرم‌افزار LISREL بر روی فرضیات مدل انجام گرفته است. برای تجزیه و تحلیل آماری از روش‌های آمار توصیفی، آزمون میانگین تک‌نمونه‌ای، تحلیل عاملی تأییدی و آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده تا تأثیر عامل‌ها بر بانکداری الکترونیک از سوی مشتری مورد آزمون قرار گیرند.

روش جمع‌آوری اطلاعات

پرسشنامه محقق ساخته، مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق محسوب می‌شود. این پرسشنامه از ۳۰ سؤال پنج گزینه‌ای مبتنی بر طیف لیکرت تشکیل شده است.

جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل کلیه دریافت‌کنندگان خدمات شعبه مجازی بانک شهر ایران و نمونه آماری شامل مراجعین سرپرستی منطقه ۳ این بانک و شعب مجازی و شهرنهای مجهز به سیستم VTM تحت پوشش آن است. نکته قابل توجه به دلیل این که استفاده‌کنندگان از خدمات شعبه مجازی محدود به مشتریان آن نبوده (افرادی که در آن بانک حساب دارند) بنابراین جهت پخش پرسشنامه‌ها به جامعه هدف و جمع‌آوری آنها الزامی در داشتن حساب نزد بانک نبوده و کلیه دارندگان کارتهای عضوستانی دریافت‌کننده از خدمات مالی شعب مجازی را شامل می‌شود. شهرنهای منتخب وارد شده در مدل باید ویژگیهای ذیل را دارا بوده باشند.

۱- تاریخ گشایش آنها قبل از تاریخ بررسی در این پژوهش باشد.

۲- از تاریخ فوق تا ۱۳۹۶/۰۶/۳۰ جزو شهرنهای های فعال در بانک باشند.

۳- اطلاعات موردنیاز برای محاسبه متغیرهای آنها در دسترس باشد.

روش نمونه‌گیری

درکل دو روش عمده برای نمونه‌گیری استفاده می‌شود که هر یک از آنها نیز ویژگی‌های خاص خود را دارد و از هر دو روش درجای خود استفاده شده است.

۱ - نمونه‌گیری احتمالی

۲ - نمونه‌گیری غیر احتمالی

برای انتخاب سرپرستی‌ها از نمونه‌گیری آسان استفاده شده است. نمونه‌گیری آسان روشی از نمونه‌گیری است که برای سهولت و آسانی کار از افراد و واحدهایی در نمونه مورد مطالعه استفاده می‌گردد که در زمان مطالعه در دسترس هستند. از بین ۱۰ سرپرستی و ۲ شعبه مستقل و ۱ حوزه، سرپرستی منطقه سه این بانک شامل استانهای اصفهان، یزد، کاشان و چهارمحال و بختیاری جهت هدف انتخاب شدند. این نمونه‌گیری جزو نمونه‌گیری‌های احتمالی می‌باشد. درگام بعدی از نمونه‌گیری خوشه



ای استفاده شده است. در این روش، یک نمونه تصادفی از گروه‌ها یا خوشه‌هایی از افراد گرفته می‌شود. انتخاب شعب مجازی و در بین آنها شعب مجهز به سیستم خودبانک گویای این مهم می‌باشد. این روش جزو نمونه‌گیری‌های غیراحتمالی بوده و اعضای نمونه از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای و شیوه طبقه‌بندی متناسب با حجم انتخاب می‌شوند. برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شده است. با توجه به حجم جامعه آماری اندازه نمونه آماری این پژوهش ۲۹۶ نفر در نظر گرفته شده است که برای بازگشت تعداد مطلوب تعداد ۴۰۰ پرسشنامه بین اعضاء نمونه در شعب منتخب توزیع گردید.

روایی تحقیق

بدون آگاهی از اعتبار ابزار اندازه‌گیری نمی‌توان به دقت داده‌های حاصل از آن اطمینان داشت. از آنجایی که روایی امری کیفی بوده لذا اعتبار محتوا به قضاوت ویژه‌ای نیازمند است. برای حصول اطمینان از اعتبار یا روایی پرسشنامه سؤالات، گویه‌ها و طیف مورد استفاده، از افراد صاحب نظر موضوع مورد مطالعه و استادان نظر خواهی شد. سپس گویه‌های مورد توافق براساس مقیاس لیکرت و به صورت ۵ گزینه‌ای در ابزار اندازه‌گیری لحاظ شده است.

پایایی تحقیق

قابلیت اعتماد که واژه‌هایی مانند پایایی و ثبات برای آن به کار برده می‌شود یکی از ویژگی‌های ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه می‌باشد. هرچند که تاثیر سهولت در استفاده بر اعتماد پذیرفته نشده [۲۰] اما مفهوم یاد شده با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. یکی از روشهای محاسبه قابلیت اعتماد استفاده از فرمول کرونباخ است. این روش برای محاسبه هم‌هنگی درونی ابزار اندازه‌گیری از جمله پرسشنامه‌ها یا آزمونهایی که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند بکار می‌رود. در این گونه ابزارها، پاسخ هر سوال می‌تواند مقادیر عددی مختلف را اختیار کند. برای محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ابتدا باید واریانس نمره‌های هر زیر مجموعه سوال‌های پرسشنامه (یا زیر آزمون) و واریانس کل را اندازه‌گیری و مقدار ضریب آلفا را محاسبه کرد. مقدار صفر این ضریب نشان دهنده عدم قابلیت اعتماد و ۱+ نشان دهنده قابلیت اعتماد کامل است.

جدول (۱) میزان آلفای کرونباخ

تحلیل عاملی تأییدی

در تحلیل عاملی تأییدی، پژوهشگر به دنبال تهیه مدلی است که فرض می‌شود داده‌های تجربی را برپایه چند پارامتر به



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۲ و ۳ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



نسبت اندک، توصیف، تبیین یا توجیه می‌کند. روشهای تأییدی آزمون فرضیه، تعیین می‌کنند که داده‌ها با یک ساختار عاملی معین که در فرضیه آمده هماهنگ‌اند یا نه. با به کار بردن روش آزمون فرضیه می‌توان تأییدی برای یک ساختار عاملی مفروض به دست آورد. به بیان دیگر، تحلیل عاملی تأییدی در واقع یک مدل آزمون نظریه است. بالاخره اینکه روش تأییدی بعد از مشخص کردن عامل‌های پیش‌تجربی، از طریق تعیین برازندگی مدل عاملی از پیش تعیین شده، تطابق بهینه ساختار عاملی مشاهده شده و نظری را برای مجموعه داده‌ها آزمون می‌کند.]



طبق جدول فوق مقدار کای دو به درجه آزادی برابر با بوده و کوچکتر از ۳ است. پایین بودن میزان این شاخص نشان دهنده تفاوت کم میان مدل مفهومی پژوهش با داده‌های مشاهده شده آن می‌باشد. مقدار برابر با و کوچکتر از ۰,۰۸ بوده و طبق قوانین لیزرل علاوه بر کای دو هر چه میزان شاخص کمتر باشد مدل از برازش مناسبتری برخوردار است. در ادامه نیز مشاهده می‌شود که مجموع شاخص‌های و و و و و بزرگتر از ۰,۹ بوده پس نتیجه‌گیری می‌شود که مدل برازش مطلوبی را نشان داده و مورد تأیید می‌باشد.

یافته‌ها و نتایج

فرضیات	ضریب استاندارد	آماره	ضریب تعیین	نتیجه فرض پژوهش
رفاه اقتصادی-خدمات نوین				تأیید می‌شود
سطح نگرش-خدمات نوین				تأیید می‌شود
مشارکت اجتماعی-خدمات نوین				تأیید می‌شود
برونسپاری خدمات-خدمات نوین	۰,۱۲	۲,۷		تأیید می‌شود
دسترسی آسان-خدمات نوین				رد می‌شود
دانش بانکی-خدمات نوین				رد می‌شود
دسترسی آسان-دانش بانکی				تأیید می‌شود
هنجارذهنی-رفاه اقتصادی				تأیید می‌شود
هنجارذهنی-سطح نگرش				تأیید می‌شود
دسترسی آسان-مشارکت اجتماعی				تأیید می‌شود
دسترسی آسان-برونسپاری خدمات				تأیید می‌شود
دانش بانکی-سطح نگرش				رد می‌شود
دانش بانکی-مشارکت اجتماعی				رد می‌شود

جدول (۳) خلاصه ضرایب استاندارد، ضرایب تعیین، آماره تی و نتیجه فرض مدل

باتوجه به جدول فوق ضریب تعیین برای متغیر خدمات نوین برابر با ۰,۷۶ برآورد شده و نتایج حاکی از این مطلب است که رفاه اقتصادی و سطح نگرش مجموعاً توانسته‌اند به میزان ۷۶٪ تغییرات خدمات نوین را توضیح دهد. از طرف دیگر ارتباط بالای دسترسی آسان با خدمات نوین شعب مجازی است که عدد ۰,۸۱ را به خود اختصاص داده است و این بدین معنا است که هر چه سرمایه‌گذاری در زمینه امنی چنل بیشتر شود و بانکها با به کارگیری دستاوردهای شرکت‌های دانش بنیان، تجارب بیشتری را در این زمینه به کار برند، عایدی بیشتری نسبت به سایر متغیرها کسب خواهند نمود، زیرا این دسترسی آسان



است که توانایی توضیح ۸۱ درصدی خدمات نوین را داراست. متغیر مستقل دیگر برونسپاری خدمات بانکی است که با اختصاص عدد ۰.۸۱، به خود، توانایی توضیح ۸۱ درصدی خدمات نوین شعب مجازی و هدف نهایی پژوهش را از آن خود نموده است. باتوجه به نتایج به دست آمده از آماره آزمون انجام شده میتوان این‌طور نوشت که تاثیر متغیرهای مستقل رفاه اجتماعی، سطح نگرش، مشارکت اجتماعی و برونسپاری خدمات بانکی بر متغیر خدمات نوین قابل ارائه شعب مجازی معنادار بوده است. از همین رو سطح معنی داری ارتباط بین متغیرهای دانش بانکی با سطح نگرش و مشارکت اجتماعی وهمین‌طور دسترسی آسان به خدمات بانکی و دانش بانکی با خدمات نوین قابل پذیرش نبوده و رد شده است.

تحلیل‌های استنباطی و برآورد پارامترهای مدل

در این پژوهش، با استفاده از روش رگرسیونی به تحلیل مسیر پرداخته شده است. از آنجایی که مدل این پژوهش به صورت نمودار علی در بخش قبل مطرح شده است، با استفاده از این روش می‌توان میزان مناسب بودن مدل و همچنین مقدار اثر هر متغیر را تعیین نمود. میزان شیب خطها در تحلیل رگرسیونی پاسخی بسیار مناسب برای این دو مورد خواهد بود. اثرات مستقیم و غیرمستقیم به ویژه معنی‌دار یا غیرمعنی‌دار نیز در ادامه بررسی خواهد شد بررسی مدل‌های اندازه‌گیری به همراه آماره تی، ضریب استاندارد و مقدار خطا در عوامل مختلف همواره به تعداد متغیرهای مشاهده شده مدل اندازه‌گیری ارائه می‌شود. هرمدل شامل ضریب مسیر بین متغیر مشاهده شده و متغیرمکنون، خطای اندازه‌گیری متغیر مشاهده شده به همراه آزمون معناداری آن برپایه مشخصه و نیز مقدار ضریب تعیین یا نسبت واریانس تبیین شده به وسیله متغیر مکنون است. دراین پژوهش برای رسیدن به میزان اثرمتغیرهای مستقل و وابسته بریکدیگر از رگرسیون استفاده شده است. همواره یکی از مهمترین بخشهای آمار مربوط به چندگانگی خطی است. همبستگی زیاد بین متغیرها معادله رگرسیون را دچار مشکل چندگانگی می‌کند. [۲۱] مقدار تلورانس متغیرها بین ۰.۸ تا ۰.۹ است که نشان می‌دهد معادله رگرسیون چندگانگی خطی ندارد. درنتیجه ماحصل این پژوهش از وجود یک الگوی اثبات شده طبق نتایج ذیل در خصوص رابطه آماری بین متغیرهای مستقل و نحوه عملکرد شعبه حکایت دارد مدل رگرسیونی و معادله آن در جدول زیر ارائه شده است.

متغیرمستقل	ضرایب استانداردشده	خطای معیار	ضرایب استانداردشده	سطح معناداری
مقدار ثابت				
هنجاردهنی				
سطح نگرش				۲
دانش بانکی				
دسترسی آسان				
مشارکت اجتماعی				
رفاه اقتصادی				
برون سپاری خدمات	۸۷۲			۴

جدول (۴) میزان ضرایب متغیرهای مستقل



باتوجه به نتایج بدست آمده از شاخص فیشر و سطح معناداری ۰.۱۱. مدل رگرسیون تأیید شده و متغیرهای مستقل توانایی این رادارند که تغییرات متغیروابسته را پیش بینی نمایند.

سطح معناداری	شاخص فیشر	مجذور میانگین	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
					رگرسیون
					باقیمانده
					جمع

جدول (۵) جدول

به منظور انجام مطالب اطلاعات آماری، فرضیه‌ها در سطح اطمینان ۰.۹۵ ($\alpha = 0.05$) به طور خلاصه در جدولی ارائه شده و مورد آزمون قرار گرفته است. در نهایت به منظور رد یا پذیرش فرضیه‌ها از سطح معنی داری که با علامت مشخص شده استفاده می‌گردد. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که میانگین تغییر در خدمات نوین به پنج متغیر مستقل دسترسی آسان به خدمات، هنجار ذهنی، سطح نگرش مشتریان، برونسپاری خدمات بانکی و میزان رفاه اقتصادی جامعه هدف وابسته بوده و ارتباط معناداری بین آنها وجود دارد.

متغیرها	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
دانش بانکی	2.5% <	فرض صفر در سطح اطمینان ۰.۹۵ رد می‌شود
مشارکت اجتماعی		
هنجار ذهنی	2.5% >	فرض صفر پذیرفته می‌شود
سطح نگرش		
دسترسی آسان		
رفاه اقتصادی		
برون سپاری خدمات		

جدول (۶) نتیجه نهایی آزمون فرضیه‌ها

بررسی نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش از احتمال وجود تفاوت در شرایط حاکم بر جامعه از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و سیاسی در سالهای مورد مطالعه است. بر اساس این نتایج طبق جدول ذیل همبستگی چندگانه بین متغیر وابسته با میزان تأثیر بر متغیرهای مستقل برابر ۰.۶۵ بوده و ضریب تعیین آن برابر با ۰.۵۴ می‌باشد.



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام های پرداخت

تهران، مرکز همایش های بین المللی برج میلاد - ۳۰ و ۳۱ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



خطای معیار برآورد	مجذور ضریب همبستگی چندگانه تعدیل شده	مجذور ضریب همبستگی چندگانه	ضریب همبستگی چندگانه

جدول (۷) خلاصه مدل رگرسیون

به بیانی دیگر، متغیرهای مستقل توانایی پیش بینی رفتار ۶۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته را دارا هستند. با بررسی تغییرات رفتار بتای بدست آمده در آزمون محاسبه شده می توان تاثیر هرمتغیر و چگونگی سرمایه گذاری بانکها برای ترسیم نقشه راه آینده شان برای بدست آوردن جامعه هدف برنامه ریزی نمود. میزان بتای متغیردانش بانکی در جهت بهره برداری از خدمات نوین الکترونیکی بانک شهر برابر ۳۵ درصد بوده و این موضوع حکایت از به نسبت پایین بودن سطح آشنایی و بالتبع عدم آگاهی مشتریان نسبت به این مهم می باشد. یکی از حقوقی که مشتریان هر بانکی در برابر آورده خود جدای از بحث گرفتن خدمات دارند، توانایی درک و محاسبه از مکانیزم عملکرد بانک و نحوه تاثیر سایر عقود و تسهیلات دریافتی از آنان می باشد که به نسبت، کسب کردن درصد ۴۳ برای این تاحدی متغیر قابل قبول می باشد.

متغیر مشارکت اجتماعی با کسب عدد ۲۵ درصد معنی دار بوده و از آنجایی که مثبت شدن رشد اقتصادی به معنی افزایش تولید ناخالص داخلی و ارزش پولی کالاها و خدمات نهایی تولید شده توسط واحدهای اقتصادی مقیم کشور در دوره زمانی معین نسبت به دوره قبل از آن است، هر اندازه این پیوند رشد نماید بیانگر حرکت مثبت عملکرد بانک می باشد زیرا این دو همواره از گذشته لازم و ملزوم یکدیگر بوده اند.

با توجه به پیشرفت خدمات بانکی، بانکها به منظور کاهش هزینه ها و افزایش چابکی نیازمند یک مدل ساختارمند و انعطاف پذیر جهت تسهیل و تعمیق ارتباطات بین سامانه های می باشند. حرکت بانکها به سمت فناوری های جدید در سطح جهان، مستلزم همسو شدن با رشد جهانی و همگام شدن با محصولات ارائه شده ی شرکت های ارائه دهنده ی خدمات، و شناختی کلی بر میزان استقبال از فناوری های می باشد. بدین صورت مسیر حرکت مشخص تر و قدم نهادن در مسیر شرکت های برتر آسان تر خواهد بود. مشتریان انتظار دارند خدمات بهتر و شخصی سازی شده تری دریافت کنند و حتی می توانند سرویس دهنده های را انتخاب کنند که بیشتر نیازهایشان را برآورده کند. در نتیجه هرچه بانک بتواند خدمات خود را برونسپاری و شخصی سازی تر نماید، در عملکرد خود موفق تر خواهد بود. بدون شک تاثیر ۸۷ درصدی متغیر برونسپاری بر مدل گویای همین ادعا می باشد. لذا هرچه بانک شهر بتواند گستره پیشخوانهای شهرنت شعبه مجازی خود را افزایش داده و خدمات وب کیوسک و کانالهای اینترنت بانک خود را تقویت نماید تاثیر مثبتش را بر بازدهی عملکرد خود بیشتر درک خواهد نمود. بنابراین لازم است با نگرشی کلی که برنامه ریزی مشخصی را توسط شاخص های فردی و اجتماعی مبنی قرار میدهند، مورد آزمون و بازبینی انتقادی قرار داده و با قبول این واقعیت که منافع و خواستگاه های اجتماعی، در جوامع در حال توسعه، بسیار نا همگون و در حال تغییر نسبت به یکدیگرند، میتوان اهدافی چون رفاه مشترک هم از جانب بانک و هم جانب مشتری و یا برآورده نمودن انتظارات همگانی را مطرح نمود و زمینه مشارکت هرچه بیشتر آحاد جامعه را در برنامه ریزی های رایج توسعه و بهبود عملکرد نظام بانکداری در اولویت قرارداد.



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۳۰ و ۲۹ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نوآوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



جمع‌بندی

با امکانات موجود بهترین گزینه برای رسیدن به عایدی عملکرد برد-برد بین بانک و مشتری، توسعه بیش از پیش خدمات نوین در بستر بانکداری مجازی می باشد. با توجه به نتایج حاصل شده از این پژوهش می توان به راهکارهای گوناگونی دست یافت که می تواند راهگشای مدیران بانکها و ارائه هر چه بهتر خدمات بانکداری مجازی الکترونیکی باشد. از منظر بازاریابی، شناسایی بازار هدف و دستیابی هر چه آسانتر و دقیقتر به مشتریان هدف، از اولویتهای برنامه ریزی مدیران بازاریابی مؤسسات است. یافته های این پژوهش در بخش توصیفی میتواند به مدیران بانکها در شناسایی بازار هدف و تدوین راهبرد مناسب در این خصوص یاری رساند تاثیر سهولت و در دسترس بودن خدمات مبتنی بر نظریه مطرح اومنی چنل بر پذیرش خدمات نوین بانکداری مجازی، رفاه اجتماعی، سطح نگرش، مشارکت اجتماعی و برونسپاری خدمات بانکی مورد پذیرش قرار گرفت. باتوجه به نتایج به دست آمده از آماره آزمون انجام شده میتوان اینطور نوشت که تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر خدمات نوین قابل ارائه شعب مجازی معنادار بوده است. از همین رو سطح معنی داری ارتباط بین متغیرهای دانش بانکی با سطح نگرش و مشارکت اجتماعی وهمینطور با خدمات نوین قابل پذیرش نبوده و رد شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که دسترسی آسان و پیاده سازی اومنی چنل اثر بسیار قوی بر قصد فرد در استفاده از بانکداری اینترنتی دارد، همچنین این عامل به همراه عامل سهولت استفاده و پرهیز از موازی کاری سیستمی و دوباره کاری نقش مهم و اثر بالایی در نگرش فرد نسبت به استفاده از بانکداری مجازی را داراست. از منظر بازاریابی، لزوم توجه جدی به این مؤلفه های تأثیرگذار بر تصمیم مشتریان بسیار ضروری است. بنابراین، پیشنهاد می شود به منظور حفظ و افزایش سهم بازار در عرصه خدمات بانکداری مجازی موارد زیر هم در طراحی و عرضه خدمات بانکداری مجازی مورد سنجش و آزمون در پژوهش‌های آتی قرار گیرد و در راهبرد بازاریابی بانک به نحو مناسبی گنجانده شود. محیط کاری به گونه ای طراحی شود که فرآیند استفاده از خدمات بانکداری مجازی برای مشتریان آسان باشد. خدمات قابل ارائه از طریق این کانال به گونه ای طراحی شود که یادگیری استفاده از آن برای مشتریان آسان باشد وجود راهبران آموزش دیده مسلط به برخورد با شرایط روانی متفاوت نیز نیازمند سنجش و طراحی آزمون روانشناسی خواهد بود. انعطاف پذیری بالای سیستم و سرورها و تجهیز سیستم به عبارتی کاربر پسند، توسعه و ترویج فرهنگ استفاده از خدمات الکترونیکی، اطلاع رسانی های مفید و تبلیغات در این زمینه هم از این عوامل است همچنین، حمایت و برنامه ریزی دولت در راستای ایجاد و توسعه زیرساختهای لازم جهت ایجاد جامعه الکترونیک و ارائه خدمات پیوسته و اینترنتی از جمله بانکداری اینترنتی میتواند نقش مهمی در ایجاد فرهنگ استفاده از خدمات شعب مجازی داشته باشد. مکان یابی جهت استقرار شهرنرها مجهز به خودبانک یکی از موارد بسیار مهم و اساسی نیازمند پژوهش در این زمینه است. تصمیم گیری درباره موقعیت و مکان ایجاد یا توسعه یک واحد صنعتی، یکی از اساسی ترین تصمیمات سرمایه گذاران بشمار می رود که می تواند در جهت گیری های استراتژیک کارخانه نقش اساسی ایفا نماید و سود آوری آن را در بلند مدت تحت تاثیر قرار دهد. به گونه ای که اگر در هنگام انتخاب محل اجرای طرح، بررسی های لازم صورت نگیرد این امر می تواند حیات سازمان را در بلند مدت تحت تاثیر قرار دهد. انجام مطالعات مکان یابی درست و مناسب، علاوه بر تاثیر اقتصادی بر عملکرد واحد صنعتی، اثرات اجتماعی، محیط زیستی، فرهنگی و اقتصادی در منطقه محل احداث خود خواهد داشت. افزایش کیفیت کاری که انجام می شود داشته باشد. اعتماد متقابل بین مدیران و مشتریان از موارد دیگر در این زمینه است تلاش برای افزایش میزان آگاهی و آشنایی با انواع خدمات بانکداری الکترونیکی و مباحث مرتبط با آنها، سهم قابل ملاحظه ای در شکل گیری باور افراد نسبت به مزایا، احساس سهولت استفاده، منافع به دست آمده و اطمینان از حفظ حریم و امنیت خصوصی خواهد داشت.



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۲۰ و ۲۱ بهمن ۱۳۹۶

7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems

نواوری، بازیگران جدید و کارایی در کسب و کار مالی



منابع

- [۱] هاشمیان، مژده. (۱۳۸۹). تحلیل فاکتورهای موفقیت در پذیرش بانکداری الکترونیک مطالعه موردی بانک سامان. (پایان نامه کارشناسی ارشد)، موسسه مجازی مهر البرز مرکز آموزش الکترونیکی.
- [۲] رجبی، م. رضائی وهمکاران. (۱۳۹۱). بانکداری الکترونیک در ایران و موانع توسعه آن. اولین همایش ملی حسابداری و مدیریت. دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور.
- [۳] تقوی فرد، م. زاهدی ادیب وهمکاران. (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان. پردازش و مدیریت اطلاعات. دوره ۲۷. شماره ۳. ص ۵۳۹-۵۵۹.
- [۴] حیدری، محمدحسین. (۱۳۹۴). اولویت بندی و سنجش روابط بین عوامل مؤثر بر عدم توسعه و گسترش بانکداری الکترونیکی در ایران (مطالعه ای با رویکرد دیماتل فازی). (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده مدیریت و حسابداری.
- [۵] نخعی، علی. (۱۳۹۳). بانکداری الکترونیکی و ظرفیت های بالای آن در کاهش آلودگی هوا. کنفرانس بین المللی و آنلاین اقتصاد سبز. شرکت پژوهشی طرود شمال.
- [۶] خانلری، ا. مروتی وهمکاران. (۱۳۹۲). شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر گرایش مشتریان به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک مورد مطالعه بانک ملت شهر تهران. هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی. انجمن علمی تجارت الکترونیک ایران.
- [۷] حقیقی، محمد (۱۳۸۲). اثر کیفیت خدمات و نقش میانجی رضایت‌مندی مشتری، دانش مدیریت، شماره ۶۰.
- حیدری، محمدحسین. (۱۳۹۴). اولویت بندی و سنجش روابط بین عوامل مؤثر بر عدم توسعه و گسترش بانکداری الکترونیکی در ایران (مطالعه ای با رویکرد دیماتل فازی). (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی. دانشکده مدیریت و حسابداری.
- [۸] سیدجوادی، سیدرضا (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان بانک توسعه صادرات ایران با استفاده از مفاهیم مدیریت ارتباط با مشتری، بررسی بازرگانی، شماره ۱۸.
- [۹] آذر، عادل و مریم دانشور (۱۳۸۶). مروری بر روش های ارزیابی عملکرد شعب بیمه، فصلنامه صنعت بیمه، سال بیست و دوم، شماره دو، تابستان ۱۳۸۶.
- [۱۰] موتمنی، علیرضا، محمدجوادی و مهدی تیزفهم (۱۳۸۹). ارزیابی عملکرد راهبردی بانکها، مطالعات مدیریت راهبردی، شماره ۱.
- [۱۱] عباسقلی‌پور، محسن (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد بانکها، بانک و اقتصاد، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۱۰۶.
- [۱۲] مخدومی جوان، رضا و مجید کفاشی (۱۳۹۱). تاثیر عوامل اجتماعی و سازمانی بر میزان وفاداری مشتریان بانک تجارت به حفظ و برقراری ارتباط بانکی در شهر تهران سال ۱۳۹۰، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال چهارم، شماره چهاردهم.
- [۱۳] خاتمی، سید محمد (۱۳۹۴). بررسی و رتبه بندی شاخصهای ارزیابی عملکرد بانک ملی با استفاده از مدل کارت امتیاز متوازن و فازی باتاکید بر شاخص های مالی، ماهنامه پژوهشهای مدیریت و حسابداری، شماره چهاردهم.
- [۱۴] آماده، ح. جعفرپور. (۱۳۸۸). تبیین موانع و راهکارهای توسعه بانکداری الکترونیکی. دانش و توسعه. دوره ۱۶، شماره ۲۶. صص ۱ تا ۴۳.



هفتمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۲ و ۳ بهمن ۱۳۹۶
7th Annual Conference
on Electronic Banking
and Payment Systems



- [۱۵] غلامی، ح. تهمورث. (۱۳۸۸). عوامل موثر بر توسعه بانکداری الکترونیک. مدیریت کسب و کار. دوره ۱. شماره ۳. صص ۳۵ تا ۶۰.
- [۱۶] بیات، غلامرضا. (۱۳۸۱). بانکداری الکترونیک انتخاب یا الزام. علم و آینده. صص ۵۲ تا ۵۸.
- [۱۷] لطیفی، غلامرضا (۱۳۸۸). دیدگاه‌هایی از توسعه، کتاب ماه علوم اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۲۰.
- [۱۸] براگ، استیون (۱۹۶۰). مرجع شاخصهای کلیدی ارزیابی عملکرد سازمان، مترجمان محسن قره خانی و حسین سامعی. ۱۳۹۲. تهران: انتشارات آریانا قلم.
- [۱۹] افشارپور، م. مهرابی بشرآبادی. (۱۳۹۲). بررسی تاثیر توسعه زیرساخت‌های بانکداری الکترونیک بر عملکرد بانک‌ها. هفتمین همایش ملی و اولین همایش بین‌المللی تجارت و اقتصاد الکترونیکی. انجمن علمی تجارت الکترونیک ایران.
- [۲۰] هادی شریف، علیرضا. (۱۳۹۱). عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان بانک مسکن. (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه علامه طباطبائی. دانشکده مدیریت و حسابداری.
- [۲۱] نجاتی، رضا (۱۳۸۹). آمار کاربردی به زبان ساده، انتشارات تهران، صص ۱۱۰ تا ۱۶۰.

]



Abstract

The advancement of technology in the future, in addition to influencing the actions of the banking system and its affiliated industries, increases the expectations and expectations of the target community, increasing the day-to-day advancement of the new and universal structure with the world's sciences and reducing the time taken to receive the service from the client in order to increase the development. Social wants. In such a situation, using an appropriate organizational strategy, the field of customer confidence, and the quality of the safe and accessible space at any time of the day in the form of a level of comprehensive services, which in the current situation, due to the density of bank branches and the increasing increase in operating and non operating costs and reduced Banks' unprofitable revenues and the left-hand side of the balance sheet, and the blocking of assets, and the consequent lack of liquidity, require the escape of traditional style and manpower. Given that with the available facilities, the option to achieve win-win profitability between the bank and the customer is more than the recent development of virtual banking services, today what distinguishes a bank from other banks is how to provide services through these ports. The implementation of the omni-channel structure is also an example of this. In this research, the present study will try to investigate the relationship between the efficiency of day-to-day banks of the City Bank (Virtual Branches) equipped with the VTM system with the indicators of social development with the statistical society of the beneficiaries of the supervision services of Zone 3 and its branches. Methodology: This research is a survey and data gathering tool. The 30-item questionnaire, which is in accordance with the Likert spectrum, is 5 degrees. The sampling method is divided into two easy and clustered possible steps. Findings show that 65% of dependent variable variables can be predicted by independent variables of social development. The variable economic partnership rate has a beta of 0.25, a variable of banking outsourcing has a beta of 0.87, a variable of knowledge of banking services with a beta of 0.35, and a variable of use of electronic banking with a beta of 0.43.

Key words: virtual branches, social development, outsourcing banking services, electronic banking.