

بررسی تطبیقی ترجیحات رفتاری کاربران بانکداری الکترونیک و سنتی^۱

(مطالعه موردی: بررسی تمایل مشتریان بانک ملت استان سمنان به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک)

دکتر مهدی زری باف^{*}، سید مهدی حسینی^{**} و بتول بزرگمهر^{***}

* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه، گروه مدیریت بازرگانی، فیروزکوه، ایران
** عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه، گروه مدیریت دولتی، فیروزکوه، ایران
mzaribaf@iaufb.ac.ir
*** دانش آموخته دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه، گروه مدیریت بازرگانی، فیروزکوه، ایران
hosseiny@iaufb.ac.ir

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۸۸/۰۶/۰۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۸۹/۰۴/۱۵

چکیده

دگرگونی‌های جهان به واسطه تکنولوژی و فناوری اطلاعات و اینترنت تحول ژرف و عمیقی در ارتباطات و فرایند انتقال اطلاعات ایجاد کرده است. تحقیقات محققان امور اقتصادی نشان داده است که بانک‌ها با افزایش مشتریان وفادار و تراز اول خویش و ایجاد رضایت موثر در مشتریان به طور بی سابقه‌ای به سودآوری خود می‌افزایند. امروزه اکثر بانک‌ها با محیطی کاملاً پویا روبرو هستند و همه بانک‌ها چه بزرگ و چه کوچک با توجه به تغییرات برق آسا در موقعیت‌های رقابتی و شرایط حاکم بر بازار، جذب و حفظ مشتریان تجاری را سرلوحه برنامه‌های خویش قرار داده‌اند در کشور ما و اکثر کشورهای پیشرفته دنیا، مشتریان به عنوان رکن اصلی تعیین کننده این رقابت، ارزش بسیار زیادی برای تکنولوژی و سرعت و در درجه بعدی تخصص فنی بانک‌ها قائل هستند.

با توجه به مزایای آشکار و غیر قابل انکار بانکداری الکترونیک و نقش موثر آن در حوزه‌های مختلف، در این پژوهش به بررسی تطبیقی ترجیحات رفتاری کاربران سیستم‌های بانکداری الکترونیک و سنتی پرداخته ایم.

در تحقیق حاضر تمایل کاربران به استفاده از بانکداری الکترونیک به عنوان متغیر وابسته و سرعت دستیابی به خدمات بانکداری الکترونیک، شناخت مشتریان از بانکداری الکترونیک، وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیکی، تصورات مشتریان در مورد مزایای به کارگیری بانکداری الکترونیک، به عنوان متغیرهای وابسته در نظر گرفته شده است. که با استفاده از ابزار پرسشنامه که در سطح شعب بانک ملت استان سمنان بین مشتریان توزیع شد و تعداد ۳۸۴ پرسشنامه با استفاده از نرم افزار آماری SPSS و آزمون رتبه‌ای اسپیرمن مورد بررسی قرار گرفت با استفاده از این آزمون مشخص شد که تمامی متغیرهای مستقل رابطه همگن با متغیر مستقل موضوع تحقیق دارند. بدین معنی که تحقیق حاضر نشان می‌دهد هرچه سرعت دستیابی به بانکداری نوین بیشتر باشد و هر چه شناخت مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک بیشتر باشد و هر چه وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیکی بیشتر باشد و هر چه تصورات مشتریان در مورد مزایای به کارگیری بانکداری الکترونیک بهتر باشد، میزان تمایل مشتریان به استفاده از بانکداری الکترونیک که همانا هدف مطلوب بانک‌ها می‌باشد، افزایش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: بانکداری الکترونیک، بانکداری سنتی، تمایل کاربران به استفاده از بانکداری الکترونیک، سرعت دستیابی به بانکداری الکترونیک، شناخت کافی از سیستم بانکداری الکترونیک، وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک، تصورات مشتریان در مورد مزایای به کارگیری بانکداری الکترونیکی

۱. این مقاله از پژوهش کارشناسی ارشد با همین عنوان استخراج شده که توسط خانم بتول بزرگمهر در تاریخ ۱۳۸۸/۵/۲۹ دفاع گردیده است.

مقدمه

بانکداری الکترونیک را می توان فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه‌هایی ایمن و بدون حضور فیزیکی تعریف نمود. توسعه دسترسی به شبکه‌های گسترده جهانی انقلابی را در زمینه ارتباطات ایجاد نموده که می تواند صرفه جویی در هزینه‌ها و زمان همچنین دسترسی به کانال‌های متعدد برای انجام عملیات بانکی را در پی داشته باشد. در شرایطی که مبادلات اینترنتی و مدرن در جهان جایگزین مبادلات پولی و سنتی شده و تراکنش‌های مالی بین المللی به شکل اینترنتی انجام می شوند، بانکداری الکترونیکی در کشور ما مترادف و محدود به دستگاه‌های خود پرداز بانک‌ها و شبکه‌های شتاب مانده است.

امروزه مشتریان فرصت‌های بیشتری برای مقایسه خدمات در اختیار دارند و قضاوت مشتری در مورد بانک بر اساس میزان توانمندی بانک در کمک به حل معضلات و توسعه تجاری او استوار است. در کشور ما و اکثر کشورهای پیشرفته دنیا، انجام سریع امور و عدم اتلاف وقت به عنوان مهم ترین عنصر موفقیت در رقابت بانک‌ها محسوب شده و مشتریان به عنوان رکن اصلی تعیین کننده این رقابت، ارزش بسیار زیادی برای تکنولوژی و سرعت و در درجه بعدی تخصص فنی بانک‌ها قائل هستند.

بانکداری امروز شیوه‌های نو، مشتری مداری موثر، ارائه تکنولوژی‌های نو، سرویس دهی و خدمات مورد نظر مشتری را می طلبد که هر بانکی در این امور موفق تر عمل کند در بازار رقابتی موفق به جذب منابع بیشتر و در نتیجه دوام و بقای دائمی آن بانک با بهره وری بالا خواهد شد و بانکداری الکترونیک تنها گزینه فرا روی این بانک‌ها جهت تحقق این اهداف است. چنانچه به بانکداری الکترونیکی در کشورمان از دو منظر کلان و جزء بنگریم می توان ادعا کرد که بانکداری الکترونیکی در قسمت کلان به هیچ عنوان اجرایی نشده و در قسمت خرد، ناقص و ناکامل است.

محقق نشدن کامل بانکداری الکترونیکی در کشور البته به دلیل طیفی از مشکلات از جمله فراهم نبودن ساختارهای لازم مخابراتی، عدم راه اندازی نرم افزارها و سخت افزارهای لازم جهت نظام جامع پرداخت الکترونیکی

و مهم تر از همه مشکلات و ناهماهنگی‌های موجود در سیستم بانکی کشور است.

با توجه به وجود نارضایتی‌ها در بین کاربران بانکداری الکترونیک و روی آوردن برخی از آن‌ها به شیوه‌های سنتی تبادل بانکی. بررسی عوامل ترجیح بانکداری سنتی به الکترونیک در بین برخی کاربران بانکی و مقایسه رفتارهای ترجیحی استفاده کنندگان از خدمات بانکی سنتی و الکترونیک مورد نظر می باشد.

به طور کلی اهداف این تحقیق به شرح ذیل می باشد:

۱. معرفی بانکداری الکترونیک، شناخت خصوصیات این نوع بانکداری و گردآوری اطلاعات جامع راجع به آن.
۲. با توجه به رشد روز افزون پیشرفت تکنولوژی و مشکلات ترافیکی و افزایش حجم مبادلات نیاز به پیشرفت بانکداری الکترونیک بیش از پیش احساس می‌شود. در این تحقیق سعی داریم نواقص فعلی سیستم‌های الکترونیک را از طریق بررسی ترجیحات رفتاری کاربران مشخص نماییم. با توجه به بررسی تحقیقات انجام شده در مراکز مختلف، به این نتیجه رسیدیم که تاکنون تحقیقی با عنوان "بررسی ترجیحات رفتاری کاربران بانکداری الکترونیک و سنتی" در کشور صورت نگرفته است. و در این راستا به تحقیقاتی دست یافتیم که تا حدی به موضوع مرتبط است که مختصراً اشاره‌ای به این موضوعات می‌نمایم.

۱. بررسی موانع و چالش‌ها در مسیر توسعه و بهبود بانکداری الکترونیک در بانک پارسیان - استاد راهنما: دکتر شجاعی - استاد مشاور: دکتر رضائیان - محقق: بی بی اکرم امینی - دانشگاه شهید بهشتی - ۱۳۸۶

۲. بررسی عوامل بازدارنده استقرار و توسعه بانکداری الکترونیک در استان سیستان و بلوچستان - استاد راهنما: دکتر نورمحمد یعقوبی - استاد مشاور: دکتر اصغر صراف‌زاده - نگارش: زهره سرگزی گوشه - دانشگاه سیستان و بلوچستان - ۱۳۸۶

۳. بررسی و ارزیابی رویکردهای انتقال از بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیک در ایران و ارائه یک رویکرد مناسب - مطالعه موردی بانک پارسیان - استاد راهنما: دکتر محسن صادق عمل نیک - استاد مشاور: دکتر جعفر رزمی - نگارش سمیه کش فراهانی ۱۳۸۶

از سیستم بانکداری الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد.

متغیرهای مورد مطالعه در این تحقیق به دو دسته تقسیم می شوند:

- متغیر وابسته
- متغیر مستقل

- متغیر وابسته در این تحقیق میزان تمایل کاربران به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک است که رابطه آن با متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار می گیرد.

متغیرهای مستقل تحقیق به شرح زیر می باشند:

شناخت کافی از سیستم بانکداری الکترونیک، وابستگی بانکداری نوین به شبکه های الکترونیکی، تصورات مشتریان در مورد مزایای به کارگیری بانکداری الکترونیک.

ادبیات تحقیق

بانکداری الکترونیک فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه ای ایمن و بدون حضور فیزیکی است. (کهنزادی، اولین همایش تجارت الکترونیک، ۱۳۸۲)

راه کارهای حرکت از نظام بانکی سنتی به سوی بانکداری الکترونیکی

اصلاحات راهبردی در سامانه های بانکداری الکترونیکی به دلیل تفاوت های علمی و فنی موجود در آن، پیش از هر گزینشی نیازمند مطالعه و بررسی شاخص های مختلفی است که موارد زیر به عنوان نمونه مورد توجه قرار می گیرد.

۱- توسعه طرح های مطالعاتی و نیازسنجی

با توجه به اینکه مشکل ها و معضله های هر سامانه ای با بهره گیری از مطالعه ها و بررسی های کارشناسانه مورد ارزیابی قرار می گیرد، بنابراین بجاست که برای گزینش هر فناوری قبل از هر چیز نیازسنجی نسبت به آن صورت پذیرد تا ضمن پیاده سازی کارآمدترین فناوری از هدر رفتن وقت و سرمایه و در نهایت هم عدم رفع مشکل جلوگیری شود.

۴. بررسی عوامل موثر بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک در ایران - استاد راهنما: دکترسید رضا سید جوادین - استاد مشاور: دکتر داور ونوس - استاد ناظر: دکتر طهمورث حسنقلی پور - نگارش: شمسی یزدانی فرد - ۱۳۸۴

با گسترش روز افزون روابط تجاری و در هم تنیدگی روبه توسعه این روابط، پیشرفت فناوری نقش سازنده و موثری در توسعه و تعالی جامعه ایفا می کند. به عبارت دیگر به دلیل نقش مهم فناوری اطلاعات در زندگی شخصی و اجتماعی، شهروندان به دنبال بهره گیری از این دانش و به کارگیری آن در همه ابعاد زندگی خود هستند. یکی از منافع مادی و اقتصادی این پدیده انجام امور تجاری در محیط الکترونیکی است و در شرایطی که اقتصاد ایران در حال گذر از جامعه سنتی است، نیاز به صنعت بانکداری الکترونیکی به شدت احساس می شود. در واقع در صورت ادامه دادن روند امور بانکی به شیوه گذشته (سنتی)، کشورمان دچار انزوای اقتصادی خواهد شد. پس نیاز به بانکداری الکترونیکی در کشورمان به صورت جدی مطرح است. اما برای انتقال از بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیکی و ارائه رویکردهای مناسب برای آن ناگزیریم ابتدا مشکلات و موانع موجود را شناسایی نماییم و به بررسی علل ترجیحات رفتاری کاربران بانکداری سنتی بپردازیم چرا که تحقق این شیوه از بانکداری با رفع موانع موجود امکان پذیر است.

فرضیه های تحقیق

۱. بین شناخت مشتریان از بانکداری الکترونیک و میزان تمایل مشتریان برای استفاده از سیستم بانکداری الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد.
۲. بین وابستگی بانکداری نوین به شبکه های الکترونیکی و میزان تمایل مشتریان برای استفاده از سیستم بانکداری الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد.
۳. بین تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک و میزان تمایل مشتریان برای استفاده

سامانه‌های نوین در ساختار خود هستند از جمله می‌توان به خدمات گمرکی، پستی، تجاری و... اشاره کرد.

۸- بازمهندسی سامانه‌های سازمانی و به خصوص سامانه‌های مدیریت ارتباط مشتریان: چون بانک‌ها به عنوان یکی از بزرگ‌ترین ارگان‌هایی هستند که بیشترین و مهم‌ترین کار آنها با مشتریان است.

زیر ساخت‌ها و بسترهای مورد نیاز برای توسعه بانکداری الکترونیکی

با توجه به تنوع و گستردگی ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی همچنین ظرفیت‌ها و نیازهای موجود در سامانه‌های بانکی و برنامه‌های توسعه سامانه‌های بانکی در بسترهای الکترونیکی در ابتدا باید با ساختارهای مورد نیاز در توسعه بانکداری الکترونیکی آشنا شویم.

- زیر ساخت ارتباطی

مهم‌ترین و اثرگذارترین ابزار در آغاز فرایند بانکداری الکترونیکی دسترسی عمومی به بسترهای زیرساختی ارتباطات الکترونیکی می‌باشد. در مدیریت بانکداری الکترونیکی باید بر حسب نوع خدمات و انتظاراتی که از سرویس‌های جدید می‌رود از مناسب‌ترین ابزار ارتباطی بهره برد. مهم‌ترین ویژگی و نکته‌ای که در گزینش این ابزار الزامی است توجه به اصل اول بانکداری الکترونیکی یعنی جایگاه مشتری‌مداری در استفاده از سامانه‌های بانکداری الکترونیکی است. این ابزار شامل استفاده از شبکه جهانی اینترنت با پهنای بند متناسب، شبکه‌های داخلی مانند اینترنت LAN, WAN، سامانه‌های ماهواره‌ای (V Sat) خطوط فیبر نوری، شبکه گسترده تلفن همراه و تلفن ثابت و غیره می‌باشد.

- زیر ساخت مالی و بانکی

یکی از مهم‌ترین اقدامات بانکها در راه تبدیل شدن به یک بانک الکترونیکی ایجاد زیرساخت‌هایی مانند کارت‌های اعتباری، کارت‌های هوشمند، توسعه سخت‌افزاری شبکه‌های بانکی و فراگیر کردن خود پرداز است. همچنین ارتباط مناسب برای تطبیق پروتکل‌های داخلی شبکه‌های بین بانک‌ها با یکدیگر و پایانه‌های فروش

۲- گزینش و پیاده سازی فناوری

بعد از نیازسنجی باید نسبت به گزینش و پیاده سازی فناوری خاصی که بیشترین و بالاترین کارایی و امکان رفع نیاز را دارد اقدام کرد. البته نباید از این غافل بود که مرحله پیاده سازی خود شامل مراحل مختلف آزمایش و انطباق و به روز رسانی می‌باشد.

۳- توسعه دانش منابع انسانی

از مهم‌ترین شاخص‌های پرورش و بسط یک فناوری در سامانه بانکی بالا بودن و همگام بودن دانش نیروی انسانی راهبر این سامانه‌ها می‌باشد که در این صورت گام مهمی در جهت پذیرش عمومی آن برداشته شده است.

۴- تشویق و ترغیب و جلب اعتماد عمومی

سامانه‌های بانکداری الکترونیکی اگرچه بسیار دقیق و کارا باشند ولی تا زمانی که از جنبه‌های حقوقی و امنیتی مورد تایید قرار نگیرند مورد اقبال عمومی قرار نمی‌گیرند. بنابراین جهت گیری فنی و تبلیغی باید به سویی باشد که فناوری به واقع با فراهم آوری آسایش فکری مشتری مورد پذیرش او قرار گیرد.

۵- توجه به گسترش کمی و کیفی خدمات

تنوع کمی و در عین حال کیفی خدمات از دیگر جنبه‌های مثبت در توسعه فناوری می‌باشد. این شرایط باعث افزایش دسترسی و بالا رفتن سطح رضایت مندی کاربران می‌شود.

۶- توجه به گسترش خدمات بی محدودیت در زمان

و مکان

با این نگرش که در صورت تصمیم به گسترش یک فناوری باید حداکثر تطابق با زمان و مکان را داشته باشد. یعنی هر شخصی در هر موقعیت جغرافیایی و به صورت ۲۴ ساعته در روز و هفت روز در هفته بتواند از سامانه سرویس مورد نیازش را دریافت کند.

۷- تطابق داشتن و حمایت کردن از سایر

ارگان‌های اقتصادی که در جهت بهره گیری از

راحتی حاضر به کنار گذاشتن آنها نباشند. آنها هنوز به کارت‌ها اعتماد ندارند و یا تلفن‌های گویا را ابزاری تجملی و غیر ضروری می‌دانند و به آنها بی‌اعتمادند و خدمات این سامانه‌ها را غیر کاربردی و سطحی می‌دانند. در واقع برای توسعه بانکداری الکترونیکی نیاز جدی به فرهنگ سازی برای جذب و توجیه اقتصادی بهره برداری از این سامانه‌ها برای مشتریان است.

- زیر ساخت نرم افزاری و امنیتی

یکی از عوامل مهم در مقبولیت و گسترده شدن فرایندهای بانکداری الکترونیکی توسعه نرم افزاری و افزایش امنیت در سامانه‌های آن است. در صورتی که زمینه لازم جهت تامین این دو نیاز فراهم شود کاربرد عمومی از سامانه‌های الکترونیکی گسترش و تسهیل می‌یابد. ریسک استفاده از چنین سامانه‌هایی با حفظ درجه امنیت بالا، کاهش می‌یابد و اعتماد و رضایت مندی مشتری افزایش می‌یابد. برای یک ارسال امن نکته‌های زیر باید رعایت شود:

۱. اطلاعات تنها برای گیرنده و فرستنده قابل دسترسی باشند (محرمانه بودن).

۲. اطلاعات در طول زمان ارسال تغییر نکرده باشد (صحت).

۳. گیرنده مطمئن شود که اطلاعات از فرستنده مورد نظر رسیده است (اصالت).

۴. فرستنده مطمئن شود که گیرنده حقیقی و موثق است (غیر ساختگی بودن).

فرستنده نتواند منکر اطلاعاتی که می‌فرستد بشود (غیر قابل انکار بودن) (فرونودحسینی، سهیلا سلطانی، فرشته ضرابیه، ۱۳۸۷: ۲۱۸-۱۸).

هدف‌های توسعه بانکداری الکترونیکی

یکی از مهم ترین هدف‌ها در توسعه بانکداری الکترونیکی کاهش و در حالت مطلوب حذف الزام و اجبار برای مراجعه به شعبه بانک‌ها برای دریافت خدمات بانکی است. از این طریق از اتلاف وقت، هزینه و انرژی مشتریان و کارکنان شعبه بانک‌ها جلوگیری می‌شود و کارایی، کیفیت و سرعت خدمات به نحو مطلوبی بالا می‌رود.

سامانه‌های بانکداری الکترونیکی تلاش می‌کنند

کالاهاست تا نقش کارت‌های ارائه شده از جانب بانک در مبادلات روزمره نیز گسترش پیدا کند.

- زیر ساخت حقوقی و قانونی

هر فناوری جدیدی برای گسترش و توسعه پیش از مقبولیت عمومی، نیازمند مقبولیت قانونی است تا تمامی ظرفیت‌های آن مورد استفاده قرار گیرد. یعنی اگر به دنبال این هستیم که فرآیند بانکداری الکترونیکی با اقبال عمومی مواجه شود بایستی بسترهای قانونی مورد نیاز را فراهم کنیم و با شناخت تمامی احتمالات در فرآیند بانکداری الکترونیکی درصد ریسک را کاهش داده و اعتماد عمومی نسبت به سامانه‌های مبتنی بر بانکداری الکترونیکی را افزایش دهیم. برای این کار باید در تدوین نظام نامه‌ها و آیین نامه‌های اجرایی توجه زیادی را به اصل مشتری مداری معطوف کنیم. همیشه باید توجه داشت که عامه مردم در مباحث اقتصادی ریسک بالا را نمی‌پذیرند به ویژه اگر دریچه جدیدی برای حرکت و فعالیت اقتصادی باز شده باشد که در این صورت تا از پشتوانه‌های قانونی آن مطمئن نشوند، نقشی در توسعه این فرآیند به عهده نخواهند گرفت.

- زیر ساخت فرهنگی و نیروی انسانی

در این بخش برای مدیریت بانکداری الکترونیکی با دو چالش اساسی و محوری مواجه خواهیم بود. اول اینکه با گرایش به سمت سامانه‌های بانکداری الکترونیکی می‌باید بسیاری از روش‌های کهنه را در قالب این سامانه‌ها گنجانند. این خود نیاز به اعمال آموزش‌های لازم برای کارمندان بانک‌ها می‌باشد، تا با دیدی روشن و بدون ترس از این پدیده جدید استقبال کنند و خود را با آن هماهنگ و همسو سازند. باید کارمندان را توجیه کرد که در بانکداری به شیوه الکترونیکی بسیاری از کارهای سخت افزاری آنها حذف خواهد شد و در عوض سرعت کار آنها بالا خواهد رفت. یعنی به جای سخت کار کردن سریع تر کار خواهند کرد. به عبارت بهتر، بانکداری الکترونیکی نیروهای بنگاه‌های مالی را از نیروی کمی به نیروهای کیفی تبدیل خواهد کرد.

دوم تطبیق ابزارها و روش‌های بانکداری الکترونیکی با فرهنگ و روحیه و دانش مردم است. برای این که مردم سال‌هاست با روش‌های سنتی خو گرفته‌اند و شاید به

اشاعه ابزار پرداخت الکترونیکی
اشاعه تجارت الکترونیکی (فرنودحسني، سهيلا سلطاني،
فرشته ضرابيه، ۱۳۸۷: ۲۵-۲۱)

جدول ۱ - مقایسه بانکداری الکترونیکی و سنتی

بانکداری سنتی	بانکداری نوین (الکترونیکی)
بازار نامحدود از لحاظ مکانی	بازار محدود
رقابت نامهای تجاری	رقابت بین بانکها
ارائه خدمات گسترده	ارائه خدمات محدود
ارائه خدمات متنوع بر اساس نیاز و سفارش مشتری و نوآوری	ارائه خدمات به یک شکل خاص
بانکهای چند منظوره مجهز به امکانات متکی بر شعب الکترونیکی	
تمرکز بر هزینه و رشد درآمد	تمرکز بر هزینه
کسب درآمد از طریق کارمزد	کسب درآمد از طریق حاشیه سود
از نظر زمانی نامحدود و ۲۴ ساعته	در قید ساعات اداری
وجود رابطه نزدیک و تنگاتنگ بین بانکی	نبود رابطه نزدیک و مرتبط (بین بانکی)
به علت استفاده از رایانه، حجم کاغذ و تعداد زیادی نیروی انسانی نیاز دارد.	به علت وجود ساختار مبتنی بر کاغذ، به تعداد زیادی نیروی انسانی نیاز دارد.

سید جوادین، رضا؛ سقطچی، مریم؛ مقاله بانکداری الکترونیک و سیر تحول آن در ایران؛ مجله تدبیر؛ تیرماه ۱۳۸۵

روش تحقیق و معرفی الگو:

روش تحقیق

باتوجه به اینکه پژوهشگر متغیرهای تحقیق را بدون دستکاری و براساس نظرسنجی اندازه گیری کرده است روش تحقیق توصیفی - پیمایشی می باشد و از آنجایی که پژوهشگر در پی تحصیل روابط متغیرها است، روش تحقیق همبستگی می باشد.

روش گردآوری داده های تحقیق

گردآوری داده های تحقیق حاضر با استفاده از شیوه های متعددی از جمله: روش های کتابخانه ای (کتابها، مقالات، پایان نامه ها، متون و مقالات اینترنتی و...) و غیر کتابخانه ای (تحلیل پرسشنامه و مصاحبه با اساتید) انجام شده است.

وابستگی مبادله های مالی روزمره مردم را به ابزارهای پرداخت کاغذی مانند چک و اسکناس کاهش دهد و آنها را از نظر علمی و فرهنگی متقاعد کند.

بهره برداری از بانکداری الکترونیکی برای آنها ارزش افزوده به همراه خواهد داشت توسعه سامانه های بانکداری الکترونیکی برای دولت ها نیز ارزش افزوده به همراه دارد چرا که باعث کاهش هزینه های مربوط به چاپ و نشر اسکناس می شود. به عنوان نمونه در کشور ایران سالانه ۷۰۰ میلیون اسکناس فرسوده نابود می شود برای تولید اسکناس های جدید هزینه ای بالغ بر ۱۰ میلیارد تومان صرف می شود. حذف درصدی از این هزینه ها می تواند کمک زیادی به اقتصاد کشور بکند. افزایش کیفیت و بازده سامانه های دریافت و پرداخت کنونی از دیگر برنامه هایی است که در اثر توسعه بانکداری الکترونیکی عاید مردم خواهد شد. یکی از مواردی که همیشه بر فرایند کاری بانکها فشار وارد می کند وجود پیک های کاری ناشی از مراجعه متعدد مردم برای پرداخت هزینه های ادواری است. این هزینه ها که شامل قبوض، خدمات عمومی مانند: برق، گاز، تلفن، حق بیمه، پرداخت سود سهام و غیره هستند در صورتی که به وسیله سامانه های الکترونیکی امکان پرداخت بیابند، درصد بالایی از حجم کاری شعبه ها را کاهش می دهند و در نتیجه باعث بالا رفتن کیفیت کار شعب خواهند شد. اشاعه عملی و فرهنگی ابزارهای پرداخت الکترونیکی مانند کارت های بانکی، دستور پرداخت الکترونیکی، پول الکترونیکی، چک الکترونیکی، و توسعه تجارت الکترونیکی با استفاده از پشتوانه بانکی به ویژه توسعه پول الکترونیک برای تسهیل مبادله های مالی در محیط وب از جمله سایر هدف هایی است که بانکداری الکترونیکی دنبال می کند.

علاوه بر هدف بالا خودکار سازی عملیات بانکی هدف های مهم دیگری را نیز دنبال می کند که برخی از آنها عبارتند از:

کاهش وابستگی مبادلات روزانه به ابزارهای پرداخت کاغذی مانند اسکناس و انواع چاپ

کاهش هزینه های مربوط به چاپ و نشر و نقل و انتقال اسکناس

شیوه نمونه گیری:

پس از تعیین حجم نمونه، تعداد ۴۰۰ پرسشنامه به صورت تصادفی در سطح شعب بانک ملت استان سمنان توزیع گردید که از این تعداد ۳۸۴ مورد آن‌ها قابل استفاده بود و برای تحلیل مورد استفاده محقق قرار گرفت.

پرسشنامه تحقیق حاضر از پنج قسمت تشکیل شده است. در ابتدای پرسشنامه سوالاتی در مورد سن پاسخگو، میزان تحصیلات، جنسیت، وضعیت تاهل، نوع کسب کار وی و این که در چه بخشی اعم از دولتی، خصوصی و یا تعاون فعالیت می کند و همچنین میزان تمایل پاسخگو برای استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک مطرح شده است.

در بخش دوم گویه‌های مربوط به سنجش سرعت دستیابی به بانکداری الکترونیک و میزان تمایل مشتریان برای استفاده از سیستم بانکداری الکترونیک مطرح شده است.

در بخش سوم گویه‌های مربوط به سنجش رابطه میزان شناخت مشتریان از بانکداری الکترونیک و میزان تمایل آنها برای استفاده از سیستم بانکداری الکترونیک گنجانده شده است.

در بخش چهارم پرسشنامه به سنجش وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیکی و میزان تمایل مشتریان برای استفاده از سیستم بانکداری الکترونیک پرداخته شده است.

در بخش پنجم گویه‌هایی برای سنجش تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک و میزان تمایل مشتریان برای استفاده از سیستم بانکداری الکترونیک مطرح شده است.

روش سنجش پایایی پرسشنامه:

برای سنجش پایایی پرسشنامه‌ها و اعتبار سازه‌ها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده گردید. این آزمون برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری به کار می رود.

برای این منظور ۲۵ نمونه به طور تصادفی انتخاب گردید و از آنها خواسته شد که ۲ بار با فاصله زمانی ۳ هفته پاسخگوی سوالات مورد نظر باشند. سپس پایایی این جفت ۲۵ تایی با استفاده از آزمون کرونباخ و استفاده از نرم افزار

SPSS محاسبه گردید. از آنجا که نتایج چهار قسمت پرسشنامه به ترتیب اعداد ۰/۷۴۶، ۰/۷۴۴، ۰/۷۶۷ و ۰/۷۸۴ بدست آمد که همگی از ضریب آلفا ۰/۷ بزرگتر است بنابراین پرسشنامه از پایایی مطلوبی برخوردار است. بر پایه ارقام بدست آمده می توان گفت ۶۷/۹ درصد از مشتریان بانک تمایل به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک را دارند و ۳۲/۱ درصد آنها تمایل چندانی به استفاده از این خدمات ندارند.

اطلاعات نشان می دهد که ۱۲ نفر (۳/۱ درصد) از پاسخگویان متعلق به گروه سنی کمتر از ۲۰ سال، ۱۵۱ نفر (۳۹/۳ درصد) از پاسخگویان متعلق به گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۱۳۱ نفر (۳۴/۱ درصد) از پاسخگویان متعلق به گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۶۱ نفر (۱۵/۹ درصد) از پاسخگویان متعلق به گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال، ۲۹ نفر (۷/۶ درصد) از پاسخگویان متعلق به گروه سنی بالاتر از ۵۰ سال بوده‌اند. از ۳۸۴ نفر پاسخگو، ۱۰۹ نفر زن و ۲۷۵ نفر مرد بوده‌اند.

همان‌طور که مشاهده می شود ۱۱۱ نفر از پاسخگویان دارای تحصیلات سیکل /دیپلم، ۷۲ نفر از پاسخگویان دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۱۴۹ نفر از پاسخگویان دارای تحصیلات لیسانس، ۳۱ نفر از پاسخگویان دارای تحصیلات فوق لیسانس، ۲۱ نفر از پاسخگویان دارای تحصیلات دکتری بوده‌اند. اعداد بدست آمده نشان می‌دهد ۶۵ نفر از پاسخگویان در بانک/ خدمات مالی /بیمه، ۳۴ نفر از پاسخگویان در تولید، ۲۹ نفر از پاسخگویان در خرده فروشی /عمده فروشی، ۱۱ نفر از پاسخگویان در حمل و نقل، ۴ نفر از پاسخگویان در صادرات/ واردات، ۴۵ نفر از پاسخگویان در خدمات، ۳۴ نفر از پاسخگویان در معماری/مهندسی/ساختمان، ۶ نفر از پاسخگویان در بخش حقوقی، ۴۴ نفر از پاسخگویان در پزشکی /دندانپزشکی، ۱۱۲ نفر از پاسخگویان در سایر مشاغل نامبرده شده فعالیت دارند.

همان‌طور که مشاهده می شود ۲۰۲ نفر از پاسخگویان در بخش دولتی، ۱۷۵ نفر از پاسخگویان در بخش خصوصی، ۷ نفر از پاسخگویان در بخش تعاون فعالیت دارند.

توصیف متغیرهای مستقل:

الف - شناخت کافی از سیستم بانکداری

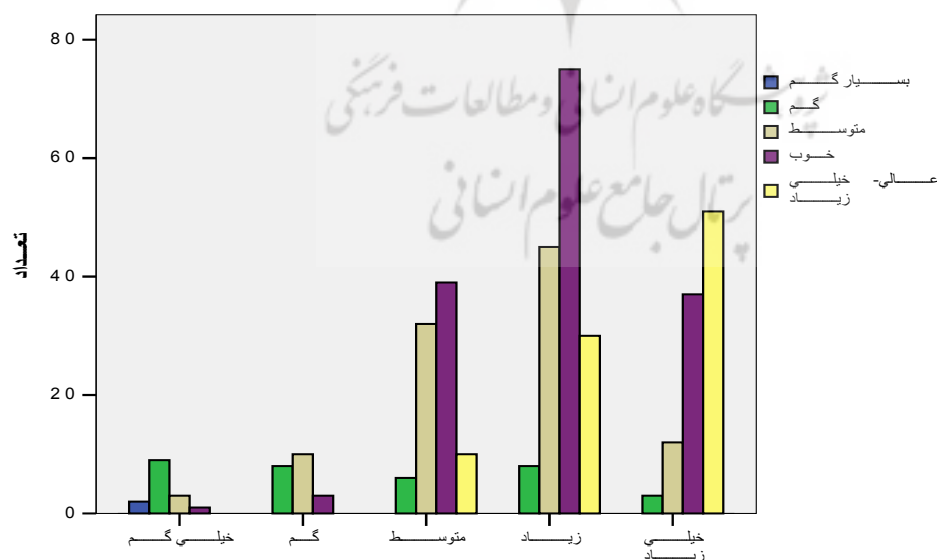
الکترونیک: برای آگاهی یافتن از ادراکات مشتریان در مورد شناخت کافی از بانکداری الکترونیک گویه‌هایی از پاسخگویان پرسیده شده است و از روی مجموع نمرات با توجه به دامنه نوسان نمرات، ادراکات مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است.

بر پایه ارقام بدست آمده می‌توان این گونه بیان نمود که از دیدگاه ۰/۵ درصد از مشتریان شناخت کافی از

خدمات بانکداری الکترونیک بسیار کم، ۸/۹ درصد از مشتریان معتقدند شناخت کافی از خدمات بانکداری الکترونیک کم، از دیدگاه ۲۶/۶ درصد از مشتریان شناخت آنها از خدمات بانکداری الکترونیک متوسط، از منظر ۴۰/۴ درصد از مشتریان شناختشان از خدمات بانکداری الکترونیک خوب و ۲۳/۷ درصد از مشتریان معتقدند شناخت کافی از خدمات بانکداری الکترونیک عالی می‌باشد.

جدول ۲ - جدول توافقی بین دو متغیر تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک و شناخت مشتریان از بانکداری الکترونیک

شناخت \ تمایل	بسیار کم	کم	متوسط	خوب	خیلی خوب	جمع
بسیار کم	۲	۹	۳	۱	۰	۱۵
کم	۰	۸	۱۰	۳	۰	۲۱
متوسط	۰	۶	۳۲	۳۹	۱۰	۸۷
خوب	۰	۸	۴۵	۷۵	۳۰	۱۵۸
خیلی خوب	۰	۳	۱۲	۳۷	۵۱	۱۰۳
جمع	۲	۳۴	۱۰۲	۱۵۵	۹۱	۳۸۴



میزان تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک

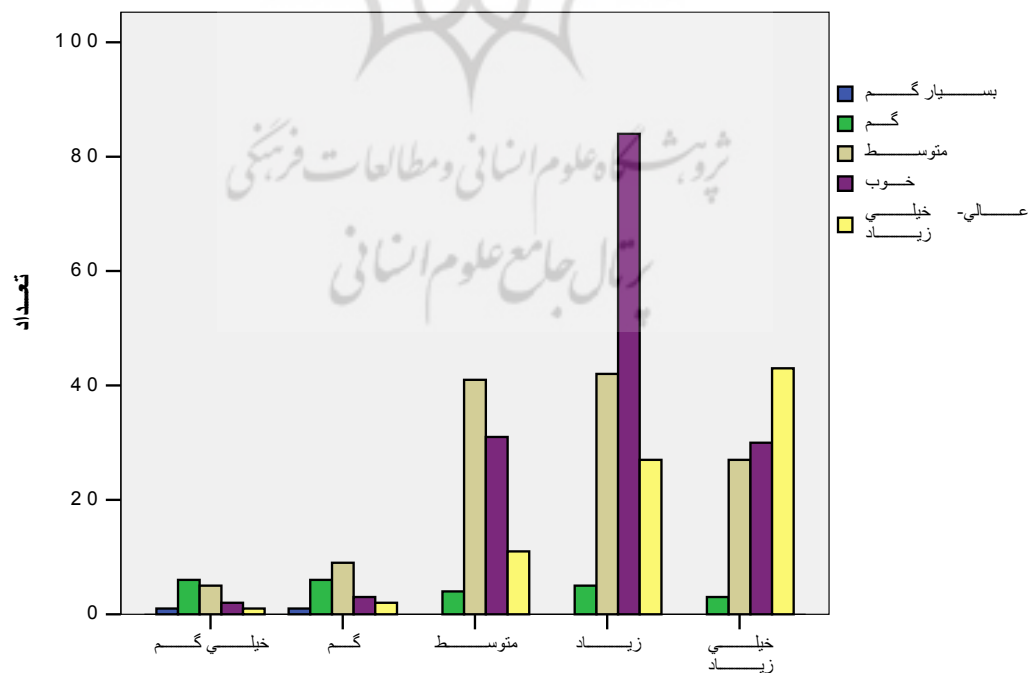
شکل ۱- رابطه بین میزان تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک و پاسخگویی به گزینه‌های فرضیه اول

شبکه‌های الکترونیک بسیار کم، ۶/۳ درصد از مشتریان معتقدند وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک کم، از دیدگاه ۳۲/۳ درصد از مشتریان وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک متوسط، از منظر ۲۹/۱ درصد از مشتریان وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک خوب و ۲۱/۹ درصد از مشتریان معتقدند وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک زیاد می‌باشد.

ب- وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک: برای آگاهی یافتن از ادراکات مشتریان در مورد وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک گویه‌هایی از پاسخگویان پرسیده شده است و از روی مجموع نمرات با توجه به دامنه نوسان نمرات، ادراکات مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است. همان‌طور که از ارقام قابل مشاهده است از دیدگاه ۰/۵ درصد از مشتریان وابستگی بانکداری نوین به

جدول ۳- جدول توافقی بین دو متغیر تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک و وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک

وابستگی	تمایل	بسیار کم	کم	متوسط	خوب	خیلی خوب	جمع
بسیار کم		۱	۶	۵	۲	۱	۱۵
کم		۱	۶	۹	۳	۲	۲۱
متوسط		۰	۴	۴۱	۳۱	۱۱	۸۷
خوب		۰	۵	۴۲	۸۴	۲۷	۱۵۸
خیلی خوب		۰	۳	۲۷	۳۰	۴۳	۱۰۳
جمع		۲	۲۴	۱۲۴	۱۵۰	۸۴	۳۸۴



میزان تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک

شکل ۲- رابطه بین میزان تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک و پاسخگویی به گزینه‌های فرضیه دوم

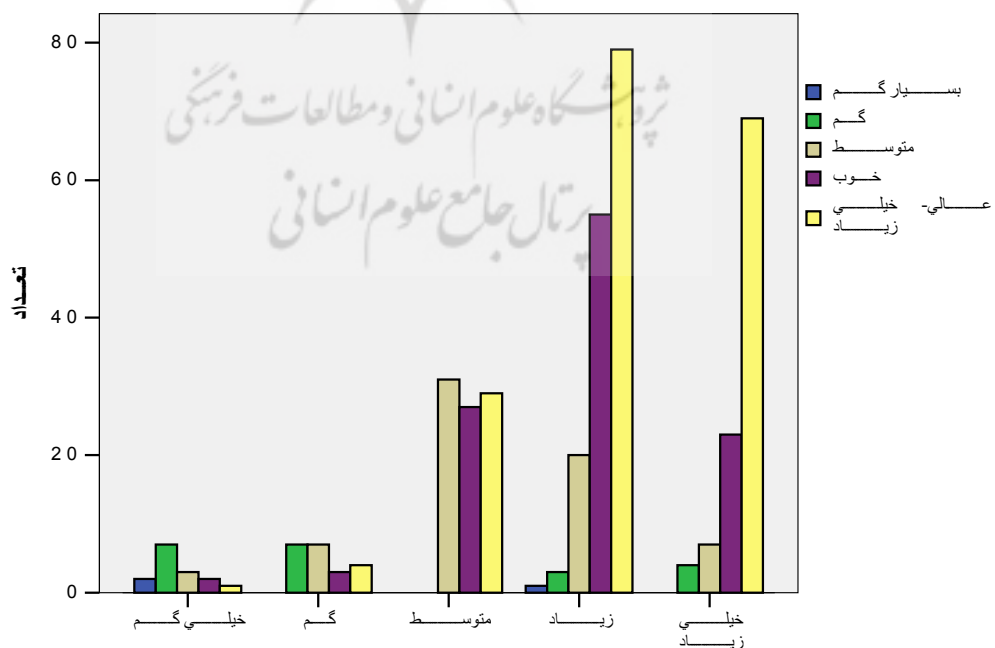
معتقدند مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک کم، از دیدگاه ۱۷/۷ درصد از مشتریان مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک متوسط، از منظر ۲۸/۶ درصد از مشتریان مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک به شبکه‌های الکترونیکی خوب و ۴۷/۴ درصد از مشتریان معتقدند مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک زیاد می‌باشد.

ج- تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک: برای پی بردن به ادراکات مشتریان در مورد تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک گویه‌هایی از پاسخ دهندگان پرسیده شده است و از روی مجموع نمرات با توجه به دامنه نوسان نمرات، ادراکات مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است.

از دیدگاه ۰/۸ درصد از مشتریان مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک بسیار کم، ۵/۵ درصد از مشتریان

جدول ۴- جدول توافقی بین دو متغیر تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیکی و تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک

تصویرات	تمایل	بسیار کم	کم	متوسط	خوب	خیلی خوب	جمع
بسیار کم		۲	۷	۳	۲	۱	۱۵
کم		۰	۷	۷	۳	۴	۲۱
متوسط		۰	۰	۳۱	۲۷	۲۹	۸۷
خوب		۱	۳	۲۰	۵۵	۷۹	۱۵۸
خیلی خوب		۰	۴	۷	۲۳	۶۹	۱۰۳
جمع		۳	۲۱	۶۸	۱۱۰	۱۸۲	۳۸۴



میزان تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیکی

شکل ۳- رابطه بین میزان تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک و پاسخگویی به گزینه‌های فرضیه سوم

تجزیه و تحلیل نتایج:

نتایج بدست آمده از آزمون فرض اول نشان می‌دهد که با احتمال (اطمینان) ۹۵ درصد بین تمایل کاربران به استفاده از بانکداری الکترونیک و شناخت مشتریان از بانکداری الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد. بدین معنی که هر چه شناخت مشتریان از بانکداری الکترونیک در شعب بانک ملت استان سمنان افزایش یابد، میزان تمایل به استفاده از خدمات الکترونیکی در کاربران افزایش می‌یابد و برعکس.

نتایج بدست آمده از آزمون فرض دوم نشان می‌دهد که با احتمال (اطمینان) ۹۵ درصد بین تمایل کاربران به استفاده از بانکداری الکترونیک و وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیکی رابطه معناداری وجود دارد. بدین معنی که هر چه وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیکی در شعب بانک ملت استان سمنان افزایش یابد، میزان تمایل به استفاده از خدمات الکترونیکی در کاربران افزایش می‌یابد و برعکس.

نتایج بدست آمده از آزمون فرض سوم نشان می‌دهد که با احتمال (اطمینان) ۹۵ درصد بین تمایل کاربران به استفاده از بانکداری الکترونیک و تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد. بدین معنی که هر چه تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری بانکداری الکترونیک در شعب بانک ملت استان سمنان افزایش یابد، میزان تمایل به استفاده از خدمات الکترونیکی در کاربران افزایش می‌یابد و برعکس.

نتیجه گیری

همان طور که ذکر گردید در این تحقیق متغیر وابسته میزان تمایل کاربران به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک است که رابطه آن با شناخت کافی مشتریان از سیستم بانکداری الکترونیک، وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیکی، تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری خدمات بانکداری الکترونیک مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های این تحقیق نشان داد که بین میزان تمایل کاربران به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک و شناخت کافی مشتریان از نحوه استفاده از این سیستم‌ها و وابستگی بانکداری نوین به شبکه‌های الکترونیک و

همچنین تصورات مشتریان در مورد مزایای بکارگیری خدمات بانکداری الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر هر چه شناخت مشتریان از سیستم بانکداری الکترونیک بیشتر باشد و هر چه وابستگی بانکداری الکترونیک به شبکه‌های الکترونیکی بیشتر باشد و همچنین هر چه تصورات مشتریان از مزایای استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک مثبت تر باشد میزان تمایل آنها به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک افزایش می‌یابد.

پیشنهادات

یافته‌های این تحقیق می‌تواند جهت توسعه سیستم‌های بانکداری الکترونیک مورد استفاده قرار بگیرد.

۱- توجه به این امر که هزینه‌های زیادی برای توسعه سیستم‌های بانکداری الکترونیک صرف می‌شود، اطمینان یافتن از اینکه افراد از این سیستم‌ها شناخت کافی دارند و از این سیستم‌ها استفاده می‌کنند از اهمیت زیادی برخوردار است. به منظور بهبود شناخت مشتریان در مورد بکارگیری خدمات بانکداری الکترونیک باید سیستم‌هایی طراحی نمود که بکارگیری آنها آسان بوده و علاوه بر آن برای مشتریان مفید بوده و استفاده از آنها مزایایی را به دنبال داشته باشد.

۲- مسئولین بانک‌ها می‌توانند با برگزاری دوره‌های آموزشی توانایی افراد در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک افزایش دهند

۳- چنانچه بتوان با مجهز کردن هر چه بیشتر بانکداری الکترونیک به شبکه‌های الکترونیک و استفاده هر چه بیشتر و بهتر بانکداری الکترونیک از شبکه‌های الکترونیک و مخابراتی دسترسی مشتریان به خدمات بانکداری الکترونیک بیشتر شده و باعث می‌شود استفاده از این خدمات توسعه یابد.

۴- به دلیل این که بهبود تصورات مشتریان در مورد بکارگیری خدمات بانکداری الکترونیک بر میزان تمایل آنها به استفاده از این خدمات تاثیر می‌گذارد، بنابراین مسئولین بانک‌ها باید با استفاده از تبلیغات مناسب و بازاریابی درست بر تصورات و ادراکات مشتریان خود تاثیر

الکترونیک؛ بررسی موانع راهکارهای آن در کشور (مطالعه در بانک رفاه) دومین کنفرانس بین المللی تجارت الکترونیک و تجارت جهانی؛ ۱۳۸۵

۶. خادم ثامنی، مونا بررسی راهکارهای افزایش اقبال عمومی نسبت به بانکداری الکترونیک در ایران؛ بررسی مقایسه‌ای مطالعه موردی سنگاپور؛ سایت دبیرخانه فرهنگ سازی بانکداری الکترونیک

۷. حافظ نیا، محمدرضا؛ مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی؛ ۱۳۸۰؛ چاپ ششم

۸. آذر، عادل؛ ۱۳۸۰؛ آمار و کاربرد آن در مدیریت؛ انتشارات سمت؛ چاپ ششم

۹. مهدی زاده اشرفی، علی - حسینی، سید مهدی؛ ۱۳۸۵؛ روش تحقیق در علوم انسانی؛ چاپ

اول

بگذارند تا تمایل مشتریان به استفاده از این خدمات را افزایش دهند.

منابع و ماخذ:

۱. داودی فر، محمد؛ ۱۳۸۲؛ فناوری اطلاعات در عملیات بانکی؛ نشر حیدری؛ چاپ اول
۲. حسینی، فرنود؛ سلطانی، سهیلا؛ ضرابیه، فرشته؛ ۱۳۸۷؛ مدیریت بانکداری الکترونیکی، نشر سبزان؛ چاپ اول
۳. کهزادی، نوروز؛ مقاله بانکداری الکترونیک، پیش نیازها، محدودیت‌ها و روش‌های پیاده سازی آن در ایران
۴. سید جوادین، رضا؛ سقطچی، مریم؛ مقاله بانکداری الکترونیک و سیر تحول آن در ایران؛ مجله تدبیر؛ تیرماه ۱۳۸۵
۵. آماده حمید؛ عضو هیئت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه؛ جعفر پور محمود؛ بانکداری