

بررسی خدمات بانکی غیر حضوری به مشتریان در زمان پاندومی کرونا

معصومه رئیس زاده^{۱*}

سید محمد کاظمی^۲

آمنه رئیس زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵

چکیده

بیماری کرونا امتحان سختی بود که از اواخر سال ۱۳۹۸ روزگار بسیار ناخوشایندی را برای کشورهای مختلف دنیا بخصوص ایران بجا گذاشت. این رویداد اگر چه باعث اتفاقات ناگواری بود اما در تغییر رویه زندگی انسانها بر روی کره زمین نقش بسزایی داشت. ترس خروج از منازل و حضور در صحنه اجتماع باعث شد مشاغل نیز همسو با تغییر رویه های زندگی مردم در ارائه خدمات و تولیدات خود از شیوه های متفاوتی استفاده نمایند. بانک ها از جمله سازمانهایی بودند که اگرچه تغییر در رویه های کاری خود را از سالها قبل شروع کرده بودند اما در دوران پاندومی کرونا، سعی کردند گام های بلند تری در جهت سرعت بخشیدن به این تغییر رویه بجا بگذارند. آنها از طریق ارتقاء دادن عملیات خدمات غیر حضوری در قالب بانکداری الکترونیک سعی در روان تر، راحتتر و در دسترس تر خدمات بانکی بدون نیاز به مراجعه حضوری در شعب خود شدند. لذا براین اساس در این پژوهش با هدف بررسی خدمات بانکی غیر حضوری به مشتریان در زمان پاندومی کرونا به صورت تحقیق میدانی و از طریق جمع آوری نظرات مشتریان در قالب پرسش نامه به بررسی کیفیت خدمات بانکی پرداخته و موضوع را از طریق ۴ سویه کیفیت و امنیت ارائه اطلاعات و خدمات، طراحی و اجرای خدمات الکترونیکی، کارایی و پاسخ دهی سیستم و مشتری و مشتری داری در عملیات خدمات غیر حضوری به مشتریان مورد بررسی قرار داده است.

واژگان کلیدی

کرونا، خدمات غیر حضوری، کیفیت، بانکداری الکترونیک، پاندومی

۱. دانشجوی دکتری مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد اصفهان، ایران. (نویسنده مسئول: masoomeh.raeeszadeh@ramakdairy.com)

۲. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد اصفهان، ایران. (kazemimailbox@yahoo.com)

۳. دانشجوی پسا دکتری مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس تهران، ایران. (ameneh.2005@gmail.com)

مقدمه

بانک نهادی اقتصادی است که وظیفه‌هایی چون تجهیز و توزیع اعتبارات، عملیات اعتباری، عملیات مالی، خرید و فروش ارزها، نقل و انتقال وجوه، وصول مطالبات اسنادی و سود سهام مشتریان، پرداخت بدهی مشتریان، قبول امانات، نگهداری سهام و اوراق بهادار و اشیای قیمتی مشتریان، انجام وظیفه قیومیت و وصایت برای مشتریان، انجام وکالت خریده‌ها و فروش را بر عهده دارند. عملیات خدمات بانکی تا سالهای سال به صورت حضوری و دیداری انجام می‌گرفت تا اینکه سیستم‌های پردازش اطلاعات پیشرفت کرد و اولین پیشگام استفاده از فناوری اطلاعات نظام بانکی بود به این ترتیب مفهوم بانکداری الکترونیک با اساس عدم حضور مشتری و سهل و آسان کردن خدمات بانکی ایجاد گردید. بانکداری الکترونیکی عملیات های بانکی مانند جابه‌جایی فیزیکی پول نقد، چک و ... توسط سیگنال‌های دیجیتال انجام می‌داد. بانکداری الکترونیک را می‌توان استفاده از تکنولوژی پیشرفته شبکه و مخابرات برای انتقال پول میان بانک‌ها یا سایر موسسات مالی معرفی کرد این جابه‌جایی پول همچنین می‌تواند میان موسسات مالی، فروشگاه‌های اینترنتی و سایت‌ها انجام شود. به عنوان مثال هنگامی که با استفاده از کارت بانکی از مغازه‌ای خرید می‌کنید یا مبلغی را از دستگاه‌های خودپرداز (ATM) برداشت می‌کنید، مبلغ مورد نظر به صورت اتوماتیک از موجودی حساب شما کسر می‌شود؛ که این امر روند مبادلات مالی را بسیار تسهیل نموده است. به وجود آمدن بانکداری غیر حضوری (الکترونیک) کمک شایانی به تسهیل و تسریع فرآیندهای مالی و ارتباطات بانک‌ها و کسب و کارهای مختلف کرد. همچنین گسترش استفاده مردم از تکنولوژی، وجود یک بستر آنلاین برای انجام فعالیت‌های بانکی، نیاز به حضور فیزیکی در شعب را کاهش می‌داد. بانکداری غیر حضوری با استفاده از فناوری الکترونیک در واقع اوج استفاده از فناوری‌های روز در جهت حذف دو قید زمان و مکان از خدمات بانکی است. این امر بخصوص در شرایط بحرانی که از سال ۱۳۹۸ تا کنون در سطح جهان با ایجاد بیماری کرنا به وجود آمد بیشتر براهمیت و اثر آن افزود. براین اساس پژوهشگر بران شد تا به بررسی خدمات غیر حضوری و کیفیت آن در دوران پاندومی کرنا پرداخته تا میزان و اثر آن بر مولفه‌هایی چون کیفیت و امنیت ارائه اطلاعات و خدمات، طراحی و اجرای خدمات الکترونیکی، کارایی و پاسخ‌دهی سیستم و مشتری‌داری در عملیات خدمات غیر حضوری به مشتریان مورد بررسی قرار دهد.

تاریخچه عملیات بانکداری الکترونیک

اگر بخواهیم تاریخچه‌ای از عملیات بانکداری غیر حضوری یا به عبارت ساده‌تر بانکداری الکترونیکی بیان کنیم باید به سالهای ۱۹۱۸ برگشت نمود که پول الکترونیک برای اولین بار توسط بانک‌های فدرال رزرو آمریکا برای جابه‌جایی وجه توسط تلگراف استفاده شده بود و بانک آمریکا^۱ اولین موسسه‌ای بود که تصمیم گرفت تا کارهای زمان‌بر و بسیار سختی مانند وصول چک و مدیریت حساب‌های مشتریان خود را توسط کامپیوتر انجام دهد. اولین دستگاه خودپرداز در سال ۱۹۳۹ ساخته شد که مورد استفاده بانک‌ها قرار نگرفت؛ اما در سال ۱۹۷۳ دستگاه دیگری ساخته شد و برای اولین

بار به عنوان دستگاه خود پرداز مورد استفاده بانک ها و سازمان های مالی قرار گرفت. سرویس های بانکداری خانگی و از راه دور نیز دهه ۸۰ در نیویورک شروع به کار کردند و به سرعت محبوب شدند. سال ۱۹۹۴ بانک ها و سازمان ها برای انجام فعالیت های خود شروع به استفاده از اینترنت کردند و در سال ۱۹۹۵ فقط ۲۴ بانک از اینترنت استفاده می کردند که این تعداد در سال ۱۹۹۷ به ۸۰۰ بانک افزایش پیدا کرد به طوری که کارشناسان پیش بینی کردند تا سال ۲۰۰۰ تعداد بانک هایی که از شبکه اینترنت استفاده می کنند به ۱۵۰۰ عدد افزایش پیدا می کند. پس از آن سایر بانک ها به صورت تدریجی شروع به حذف چک ها و عملیات های دستی کردند و به سمت یک سیستم تمام اتوماتیک روی آوردند. با پیشرفت روز افزون ماشین ها و اضافه شدن قابلیت هایی مانند پردازش اطلاعات، دسته بندی اتوماتیک اطلاعات و فناوری OCR (برای تشخیص متن و ترجمه آن به زبان ماشین) تمایل بانک های مختلف در سرتاسر جهان برای استفاده از سیستم های کامپیوتری بیشتر شد. در آن زمان نسل اول ماشین هایی که وارد چرخه بانکداری الکترونیکی شدند قادر بودند کارهایی مانند گزارش دهی برداشت و واریز مشتریان، ارائه صورتحساب لحظه ای، توقف انجام تراکنش و مدیریت موجودی حساب را انجام دهند؛ اما بانکداری الکترونیک در ایران از حدود سال ۱۳۵۰ شروع شده است. بانک تهران با ۷ تا ۱۰ دستگاه خودپرداز در شعبه هایش برای اولین بار امکان پرداخت خودکار را برای مشتریان خود فراهم کرد. البته عملیات پرداخت اتوماتیک فقط در همان شعبه که دستگاه خودپرداز در آن نصب شده بود امکان پذیر بود. در اوایل سال ۱۳۶۰ بانک ها به تدریج به اتوماتیک کردن و سیستمی کردن فعالیت ها و فرآیندهای بانکی واکنش مثبت نشان دادند و اولین اتوماسیون های بانکی شکل گرفتند اما استفاده از بانکداری الکترونیکی از اوایل سال ۱۳۷۰ آغاز شد. در سال ۱۳۷۰ بانک ها به صورت گسترده تر از دستگاه های خودپرداز، کارت های اعتباری و... استفاده کردند؛ و در سال ۱۳۸۱ شبکه تبادل اطلاعات بین بانکی (شتاب) به عنوان سوئیچ ملی کارت آغاز به کار کرد. اولین جابه جایی پول^۲ به این روش در سال ۱۹۷۸ و تحت نظارت دولت فدرال آمریکا صورت پذیرفت. این نهاد نظارتی از آن پس تمام تراکنش های انجام شده از طریق تلفن، کارت های مغناطیسی، پایانه های فروشگاهی و کامپیوترها را مورد بررسی قرار داد تا امنیت انتقالات اینترنتی پول تامین شود. انتقال وجه بین بانکی به طور کلی به جابه جایی پول از یک حساب در بانک مبدا به حسابی دیگر در بانک مقصد گفته می شود که تمامی این پروسه توسط سیستمی که تمامی بانک ها در آن عضو هستند صورت می پذیرد. برای انتقال مبالغ بسیار بالا نیاز است که تمامی مراحل از پیش توسط بانک مبدا رزرو گشته و به سیستم اعلام شود.

جدا از نهادهای دولتی، بسیاری از شرکت های خصوصی نیز در این زمینه فعالیت می کنند که شاید بتوان مشهورترین آن ها را Paypal دانست که در سال ۱۹۹۱ شروع به فعالیت کرد. این شرکت فعالیت خود را در زمینه پرداخت های اینترنتی گسترش داده و به مردم کمک می کند تا به راحتی از فروشگاه های آنلاین خرید کنند. این سرویس در ابتدا توسط کاربران وبسایت مزایده ای eBay مورد استقبال قرار گرفت. بسیاری از فروشندگان به دلیل نداشتن تجربه کافی

در تجارت، اطلاعاتی از نحوه عملکرد کارت‌های اعتباری نداشتند Paypal. توانست بستری را برای مشتریان و فروشندگان فراهم کند که بتوانند به صورت ایمن جابه‌جایی پول را انجام داده و همچنین رسید بانکی تراکنش‌هایشان را در ایمیل خود دریافت کنند. این شرکت در نهایت در سال ۲۰۰۲ توسط شرکت eBay خریداری شد.

تاریخچه بانکداری الکترونیک پیشرفته در جهان

در ابتدای راه اندازی سیستم بانکداری الکترونیک، مردم رغبتی به استفاده از آن نداشتند و یا شاید به آن اعتماد نمی‌کردند. به همین دلیل بانک‌ها مجبور شدند برای گسترش استفاده مردم از بانکداری الکترونیک، جایزه‌های ویژه و تشویقی در نظر بگیرند اما این روزها مشوق‌ها به کارمزد بدل شده و بانک‌ها از این مسیر کسب درآمد می‌کنند. امروزه عملیات بانکداری الکترونیکی بسیاری از نیازهای بانکی افراد را پاسخ می‌دهد. افزایش زیر ساخت و پیشرفت تکنولوژی دو عامل مهمی هستند که به کمک بانک‌ها آمده‌اند تا بتوانند خدمات بهتر و سریع‌تری به مشتریان خود ارائه دهند. این پیشرفت‌ها تا جایی ادامه پیدا کرده که این روزها بسیاری از بانک‌ها به هیچ عنوان شعبه فیزیکی ندارند و تمام خدمات را به صورت تماما اینترنتی به مشتریان خود ارائه می‌دهند. این شیوه از بانکداری علاوه بر اینکه هزینه‌های مرتبط با نگهداری شعب را بسیار کاهش می‌دهد، به علت ارائه خدمات بهتر با درصد سود بالاتر در مقایسه با سایر بانک‌ها، توانسته‌اند توجه بسیاری از افراد را جلب نمایند. بدون شک یکی از بزرگترین مشتریان بانک‌ها، شرکت‌ها و تجارت‌های مطرح هستند. از آنجایی که بسیاری از کارفرمایان تسویه حساب کارمندان خود را از طریق کیف پول‌های درون بانکی (Credit Deposit) انجام می‌دهند، همچنان افراد بسیار زیادی به روش سنتی و از طریق چک‌های بانکی این عملیات را انجام می‌دهند. این یکی از مهم‌ترین مشکلات بانک‌های آنلاین است چرا که برای اینکه بتوانید یک چک تا به پول نقد تبدیل کنید باید تصویر چک را با استفاده از ایمیل در اختیار بانک قرار داده یا به یکی از ATM‌های سایر بانک‌ها که با بانک آنلاین شما تعامل دارند، مراجعه کنید و پول را به حساب واریز نمایید.

روش تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش علاوه بر استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای (استفاده از کتب، مجلات و اینترنت) که بخصوص برای بیان ادبیات تحقیق استفاده شده است. از طریق پرسشنامه نیز جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است این پرسشنامه حاوی اطلاعات جمعیت‌شناسی و سوالات اصلی که ۲۸ سوال مطرح گردیده است و در ۴ سویه کلی در قالب بررسی کیفیت و امنیت آرایه اطلاعات و خدمات، طراحی و اجرای خدمات الکترونیکی، کارایی و پاسخ‌دهی و مشتری و مشتری‌مداری مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین در این پرسشنامه از طیف پنج‌گانه لیکرت استفاده شده است.

جامعه آماری

در این پژوهش جامعه آماری مشتریان بانک‌ها در شهر شیراز می‌باشد. حجم نمونه براساس جدول فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه شدند.

حجم نمونه و روش اندازه گیری

روش نمونه گیری در پژوهش حاضر نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای می باشد. بزرگ بودن حجم نمونه سبب شد که هزینه ها و زمان نمونه گیری افزایش یابد و شایان ذکر است در صورت کوچک بودن حجم نمونه نیز دقا کافی را به همراه نخواهد داشت در این پژوهش به منظور محاسبه نمونه پژوهش از فرمول مورگان استفاده شده است و همچنین از آنجایی که تعداد کل مشتریان به دلیل محدودیت های کرونایی در دسترس نبودند حجم نمونه نا محدود در نظر گرفته

$$d = 0.05$$

$$t = 1.96$$

$$p = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$n = \frac{t^2 pq}{d^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384$$

پژوهش از روش میدانی (ابزار پرسشنامه) استفاده شده است.

گویه های پرسش نامه

پرسش نامه عملیات خدمات بانکی

جدول ۱- گویه های پرسشنامه

ردیف	گویه ها	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	خیلی کم
1	خدمات الکترونیکی بانک به شکلی متناسب و قابل فهم و خواندن است.					
2	زبان آن رسا، مختصر و قابل درک است.					
3	سهولت در درک اصطلاحات بانکی مناسب است.					
4	صحت، بروز شدن و تناسب اطلاعات تهیه شده مناسب است.					
5	آسودگی در ثبت نام، آسودگی در به روز رسانی					
6	به درستی و بدون خطا انجام شدن تبادلات بانکی					
7	سهولت انجام عملیات بانکی					
8	عدم پیچیدگی برای درخواست و دریافت خدمات بانکی					
9	درجه ایمنی وب سایت و میزان حفاظت از اطلاعات مشتری					
10	میزان اطمینان و اعتماد به تبادلات مالی و انجام عملیات بانکی					
11	میزان آرایه راهکارهای امنیتی لازم برای انجام عملیات بانکی					
12	وب سایت بانک تصویری مناسب از بانک را منعکس می کند.					

ردیف	گویه ها	خیلی زیاد	زیاد	تا حدودی	کم	خیلی کم
13	ترکیبی مناسب از رنگ ها، اندازه فونت مناسب در وب سایت بانک به کار گرفته شده است.					
14	میزان برآورد شدن نیاز های مشتری توسط بانک					
15	در دسترس بودن و راهنمایی مشتریان از طریق تلفن و یا نمایندگان آنلاین					
16	میزان تمایل و علاقه بانک به دریافت باز خورد از مشتریان					
17	امکان ثبت نظرات و پیشنهادات مشتریان					
18	جاذبه های بصری و وضوح که شامل زیبایی های وب سایت است مانند تصاویر رنگی، پویا نمایی، اندازه					
19	شخصی سازی کردن خدمات					
20	خلاقیت که نوآوری منحصر به فرد بودن وب سایت را بیان کند					
21	سرگرمی های فراهم شده توسط وب سایت					
22	توجه به نیازمندی های مشتریان به خصوص خدمات بانکداری الکترونیکی					
23	محصولات و خدمات به همان صورتی به مشتری ارائه می شود که از طریق ابزار های غیر حضوری نمایش داده می شود					
24	مشتری آنچه را که در خواست می کند دریافت می کند					
25	مشتری می داند در مراحل انجام خدمات چه چیزی را دریافت می کند					
26	مشتری می داند برای تکمیل تراکنش چه مقدار زمان نیاز دارد					
27	مشتری می داند در هر صفحه ای چه اطلاعاتی ارائه می شود					
28	در دوران بیماری کووید ۱۹ خدمات الکترونیک (غیر حضوری) به شما در امور مالی و بانکی کمک نموده است.					

روایی و پایایی پرسشنامه

روایی ابزار اندازه گیری بیانگر این موضوع است که آیا سوالاتی که در پرسش نامه مطرح شده است همان مفهومی که پژوهشگر در نظر دارد را مورد سنجش قرار می دهد یا خیر. جهت اطمینان از روایی پرسشنامه در این پژوهش، از روش کیفی با مطالعه و استفاده از پرسش نامه های مشابه، مقالات و کتاب ها سوالاتی طرح شد سپس به تایید استاد راهنما سوال پرسش نامه تهیه و توزیع گردید.

برای تعیین پایایی پرسش نامه مورد استفاده در این پژوهش از روش الفای کرونباخ استفاده شد. ضریب آفای کرونباخ ابداع شده و یکی از متداول ترین روش های اندازه گیری اعتماد پذیری یا پایایی پرسش نامه است.

تجزیه و تحلیل داده ها

آمار توصیفی و آمار استنباطی

در این پژوهش از فنون آمار توصیفی شامل جدول فراوانی و نمودار میله ای برای تجزیه و تحلیل داده های جهت شناختی نمونه آماری استفاده شده است و با استفاده از آزمون پارامتریک بررسی و صحت و سقم فرضیات پژوهش پرداخته شده است.

ویژگی های جمعیت شناسی اعم از جنسیت، سن و تحصیلات ارائه شده در جدول ۲ بیان شده که بیان کننده ۶۲ درصد از پاسخ دهندگان زن و ۳۸ درصد از آن ها مرد می باشند. همچنین ۳,۴ درصد گروه سنی ۱۲ تا ۲۰، ۷۱,۸ درصد بین ۲۱ تا ۴۰ سال، ۲۴,۲ درصد بین گروه سنی ۴۱ تا ۶۰ سال و ۰,۷ درصد در رده سنی بالاتر از ۶۰ سال قرار دارند. از نظر تحصیلات نیز ۲,۷ درصد دارای دیپلم، ۸,۱ درصد در مقطع کارانی، ۵۹,۷ درصد دارای تحصیلات کارشناسی، ۲۲,۸ درصد کارشناسی ارشد و ۶,۷ درصد دارای تحصیلات دکتری می باشند.

جدول ۲- اطلاعات عمومی پرسشنامه

درصد	فراوانی	شرح	
61.75%	146	مرد	جنسیت
38.25%	238	زن	
3.40%	13	12-20	سن
71.80%	276	21-40	
24.20%	93	41-60	
0.70%	3	بالاتر از ۶۰ سال	
0.00%	0	زیر دیپلم	تحصیلات
2.70%	10	دیپلم	
8.10%	31	کاردانی	
59.70%	229	کارشناسی	
22.80%	88	کارشناسی ارشد	
6.70%	26	دکتری	

در بررسی این پژوهش ابتدا ۴ سویه اصلی ارائه گردید در قالب کیفیت و امنیت ارائه خدمات و اطلاعات، طراحی و اجرای خدمات غیر حضوری الکترونیکی، کارایی و پاسخ دهی سیستم و مشتری و مشتری مداری

سپس سویه ها در قالب سوالاتی که بخش های قبلی عنوان شده است مطرح گردید و نتایج در قالب جدول ۳ به شرح ذیل بدست آمد.

جدول ۳- آماره توصیفی پیرامون سویه های بانکدار غیر حضوری بر رضایت مشتریان در دوران پاندمی کرونا

سویه ها	تعداد نمونه	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد
کیفیت و امنیت ارائه خدمات	۳۸۴	۴,۶۲۵	۰,۵۵۱۲۳	۰,۰۲۶۷۸
طراحی و اجرای خدمات	۳۸۴	۴,۰۲۷۰	۰,۶۵۲۴	۰,۰۳۲۶۲
کارایی و پاسخ دهی سیستمی	۳۸۴	۳,۸۵۳۳	۰,۷۲۸۲	۰,۰۴۱۲۴
مشتری و مشتری مداری	۳۸۴	۴,۶۲۸۵	۰,۵۵۰۰۰	۰,۰۲۵۶۰

جدول ۴- آزمون t تک نمونه ای پیرامون تاثیر بانکداری غیر حضوری بر سویه های بانکداری در دوران پاندمی کرونا

Test Value = 3					T	سویه
فاصله اطمینان ۹۵ درصدی		تفاوت میانگین	معنی داری	درجه آزادی		
کران بالا	کران پایین					
۴,۰۵	۳,۱۹۸۹	۳,۸۹۴۳۷	۰,۰۰۰	۳۸۳	۱۱۸,۷۱۹	کیفیت و امنیت ارائه خدمات
۴,۱۰	۳,۶۹۰۲	۴,۰۱۷۵۴	۰,۰۰۰	۳۸۳	۱۱۵,۸۶۳	طراحی و اجرای خدمات
۴,۰۰	۳,۸۰۰۰	۳,۸۱۳۳	۰,۰۰۰	۳۸۳	۹۴,۳۰۴	کارایی و پاسخ دهی سیستمی
۴,۳۷	۴,۵۱۰۲	۴,۷۶۴۳	۰,۰۰۰	۳۸۳	۱۶۶,۵۰۴	مشتری و مشتری مداری

بررسی نتایج ارائه شده در جدول ۳ و ۴ بیانگر آن است که در خصوص کیفیت و امنیت ارائه خدمات و اطلاعات بانکداری غیر حضوری در دوران پاندمی کرونا در بانکها تفاوت معناداری بین میانگین نمونه و میانگین فرضی جامعه در سطح معناداری ۰/۰۱ وجود دارد ($t=118.71$) نتایج نشان دهنده از آن است که کیفیت و امنیت ارائه خدمات اطلاعات بانکداری غیر حضوری در دوران کرونا بانکها متوسط به بالا می باشد زیرا میانگین به دست آمده ۳,۸۹ بیشتر از میانگین فرضی بدست آمده است. همچنین و در خصوص طراحی و اجرای خدمات امکانات در دسترس مشتریان در دوران پاندمی کرونا در بانکها تفاوت معناداری بین میانگین نمونه میانگین فرضی جامعه در سطح معناداری ۰/۰۱ وجود دارد ($t=115.863$) نتایج نشان دهنده از آن است که طراحی و اجرای امکانات در دسترس مشتریان در بانکداری غیر حضوری (الکترونیک) در دوران کرونا بانکها متوسط به بالا می باشد زیرا میانگین به دست آمده ۴,۰۱ بیشتر از میانگین فرضی بدست آمده است از دیگر سو در خصوص کارایی و پاسخ دهی سیستمی در بانکها، بین میانگین نمونه

میانگین فرضی جامعه در سطح معناداری ۰/۰۱ وجود دارد ($t=94,304$) نتایج نشان دهنده از آن است که کارایی و پاسخ دهی سیستمی بانک ها متوسط ۳,۸۱ بوده است و در نهایت در بخش مشتری و مشتری مداری در بانکها تفاوت معناداری بین میانگین نمونه میانگین فرضی جامعه در سطح معناداری ۰/۰۱ وجود دارد ($t=166,504$) نتایج نشان دهنده از آن است که مشتری و مشتری داری در بانکداری غیر حضوری (الکترونیک) در دوران کرونا بانک ها متوسط به بالا می باشد زیرا میانگین به دست آمده ۴,۷۴ بیشتر از میانگین فرضی بدست آمده است.

نتیجه گیری و پیشنهادات

در دوران کرونا یکی از اولویت نظام بانکی فراهم آوردن امکاناتی جهت عدم حضور مشتریان در بانکها با هدف جلوگیری از سرایت بیماری بود؛ اما چالش های بسیار زیادی برای نظام بانکی با این موضوع روبرو بود اولاً با وجود اینکه سالها قبل از کرونا سیستم بانکداری الکترونیک فعالیت می کرد اما همه خدماتی که مشتریان با آن سروکار دارند را هدایت نمی کرد و این خود چابکی بیشتر نظام بانکی را برای ارتقاء خدمات غیر حضوری را می طلبد از بررسی های به انجام آمده در پژوهش فوق چنین برمس آید که در ۴ سویه مورد بررسی کارایی و پاسخ دهی اگر چه توانسته از میانگین مورد نظر بالاتر باشد اما تفاوت مورد بسیار پر معنا نیست ولی در سه سویه دیگر شرایط مطلوب تری مشاهده گردید است. با توجه به تحولات جدید که در سالهای ۱۳۹۹ تا کنون در مسیر اهداف نظام بانکی صورت گرفته و آن هم حرکت به سمت بانکداری دیجیتال می باشد امید است که شرایط کارایی و پاسخ دهی نیز در وضعیت مناسب تری قرار گیرد. در این راستا پیشنهاد می گردد برای ایجاد کارایی بیشتر ابتدا نقاط ضعف بانکداری غیر حضوری شناسایی گردد. سپس زیر ساخت های نرم افزاری و سخت افزاری مطابق با استانداردهای روز جهت تسریع در امر عملیات بانکداری ایجاد گردد؛ و با دید آینده نگری سناریو نویسی در امر شناسایی نیازهای آینده مشتریان دیده شود و بانکها خود را برای دنیای متحول آینده آماده نمایند.

منابع

- ۱- استونر جیمز ای. اف. فری من آر و ادوارد گیلبرت دانیل آر، (۱۳۸۲) مدیریت علیرسایان وسید محمد اعرابی، نشر نیل، چاپ دوم، جلد ۱.
- ۲- روستا احمد، ونوس داور و ابراهیمی عبدالحمید، (۱۳۸۴) مدیریت بازاریابی نشر سمت، چاپ نهم.
- ۳- صنایعی علی و صالح نیا منیژه، (۱۳۸۷) شناسایی و رتبه بندی موانع پذیرش و توسعه کداری الکترونیکی دومین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی ۱۹ و ۲۰ مردادماه
- ۴- عطا فر علی و شفیعی مرتضی، (۱۳۸۵) رابطه میان کیفیت خدمات و رضایت مشتری بهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت.
- ۵- کاتلر فلیپ، (۱۳۸۳) کاتلر در مدیریت بازاریابی عبدالرضا رضایی نژاد، نشر فرا، چاپ دوم.

۶- ونوس داور و صالحی ممان محمود، (۱۳۸۳) شناسایی عوامل موثر بر گرایش مشتریان بانک به استفاده از سیستمهای خودپرداز بانکی دانش مدیریت.

7- Arvola, A. Vassallo, M. & Dean, M (2008). Predicting intentions to purchase organic food: the role of affective and moral attitudes in the theory of planned behavior, *Appetite*, 50, pp. 443-454.

8- Baicu, C.G. Gârdan, I. P. Gârdan, D.A. Epuran, G. 2020, "The impact of COVID-19 on consumer behavior in retail banking. Evidence from Romania", *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, Vol. 15, No. Special Issue, pp. 534-556, DOI: 10.2478/mmcks-2020-0031.

9- Hu, Y. (2010). An investigation on the linkage between purchase intention and service quality in the E-commerce context, *International Conference on Innovative Computing and Communication and 2010 Asia-Pacific Conference on Information Technology and Ocean Engineering*, 304 - 307.

10- Helmy YA, Fawzy M, Elasad A, Sobieh A, Kenney SP, Shehata AA. The COVID-19 Pandemic: A Comprehensive Review of Taxonomy, Genetics, Epidemiology, Diagnosis, Treatment, and Control. *J Clin Med*. 2020; 9(4)

11- Davis, L.D. Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-100.



Check non-banking services Presence of customers at the time of the epidemic

Masoumeh Raiszadeh ¹

Mohammad Kazemi ²

Amene Raiszadeh ³

Date of Receipt: 2022/01/14 Date of Issue: 2022/02/14

Abstract

Corona disease was a difficult test that left a very unpleasant time for different countries of the world, especially Iran, since the end of 1398. Although this event caused unfortunate events, it played a significant role in changing the way of life of human beings on the planet. Fear of leaving home and being in the community scene caused businesses to use different methods in providing their services and products in line with changing people's lifestyles. Banks were among the organizations that, although they had begun to change their business practices many years ago, during the Corona pandemic, tried to take greater steps to accelerate this change. They tried to make banking services smoother, easier and more accessible by upgrading the services of offline services in the form of electronic banking without the need to visit their branches in person. Therefore, in this study, with the aim of reviewing offline banking services to customers during the corona pandemic in the form of field research and by collecting customer feedback in the form of a questionnaire to examine the quality of banking services and the issue through 4 aspects of quality and security Providing information and services, design and implementation of electronic services, system efficiency and response, and customer and customer service in offline customer service operations have been examined.

Keywords

Corona, offline services, quality, e-banking, pandemics

1. PhD Student in Industrial Engineering, Islamic Azad University, Najafabad Branch, Isfahan, Iran Corresponding Author masoomeh.raeeszadeh@ramakdairy.com.

2. Assistant Professor, Islamic Azad University, Najafabad Branch, Isfahan, Iran kazemimailbox@yahoo.com.

3. Postdoctoral student in Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran ameneh.2005@gmail.com.