

## Research Paper

# Analyzing Mediation of human skills and perceptual skills in Effect on information accuracy and information quality on customer service performance

Mohammad Ghasemi\*<sup>1</sup>, Mahbubeh Hosseini<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Associate Prof, Department of Public Administration, Faculty of Management and Economics, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.

<sup>2</sup> PHD student, Department of Public Administration, Faculty of Management and Economics, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran



10.22080/SHRM.2022.21976.1245

**Received:**

April 14, 2022

**Accepted:**

May 29, 2022

**Available online:**

June 26, 2022

**Keywords:**

human skills, perceptual skills, information accuracy, information quality, customers' services performance.

## Abstract

The purpose of this study is to explain and know whether the quality and accuracy of information affect human and perceptual skills and whether these skills lead to better customer service performance? To extract the conceptual model, theories and models related to former (previous) subjects and researches have widely studied. To this end, the researcher has chosen 118 people among staffs as the sample size and also distributed the questionnaire based on proportional classification sampling and then simple random (available) method. In this study, it has been used three questionnaires, the assessment of perceptual human and technical skills, perceptual quality of bank services and management information system. The results showed that there is a direct and significant relationship between information accuracy and quality of a unit and human and perceptual skills, and also there is a significant relationship between human and perceptual skills and customers' services provision. It means that by increasing the information accuracy and quality and perceptual and human skills, the customer services provision is also increased.

## Extended Abstract

### 1. Introduction

Due to the growing importance of the customer and the vitality of customer interactions, customer operations are central to many organizations. Digital technologies have transformed companies' customer-side

operations, and companies are increasingly looking for effective digital strategies to control these technologies. Changes due to the speed of innovation, shorter production life cycle, changing customer needs, and the internationalization of businesses make customer service performance critical to the survival of organizations. In any organization, institution, or company, specific individuals are employed to perform certain tasks. The success of these people

\*Corresponding Author: Mohammad Ghasemi

Address: Faculty of Management and Economics, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran.

Email: [m\\_ghasemi@mgmt.usb.ac.ir](mailto:m_ghasemi@mgmt.usb.ac.ir)

necessarily depends on the effective and efficient use of material and human resources. In this regard, banks and financial and credit institutions are no exception to this rule and in order to continuously improve themselves need the proper implementation of management duties and skills at all levels and organizational levels, including deputies and heads of central offices, branch management and branches the use of digital technologies and innovations that enable the acceleration of activities, ease of information sharing and increase the accuracy and quality of information, plays a very important role in the success of these banks and financial institutions. This study addresses the question of whether the influence of digital technologies in banks has affected the human and perceptual skills of managers? And finally, do these skills affect the performance of customer service?

## 2. Research Methodology

To this end, the researcher has chosen 118 people among staffs as the sample size and also distributed the questionnaire based on proportional classification sampling and then simple random (available) method. In this study, it has been used three questionnaires, the assessment of perceptual human and technical skills, perceptual quality of bank services and management information system.

## 3. Research Findings

The results showed that there is a direct and significant relationship between information

accuracy and quality of a unit and human and perceptual skills, and also there is a significant relationship between human and perceptual skills and customers' services provision. It means that by increasing the information accuracy and quality and perceptual and human skills, the customer services provision is also increased..

## 4. Conclusion

It is necessary for the officials to increase the fields of creativity and innovation in the organization and among the employees and to strengthen the perceptual and human skills as much as possible, considering factors such as job transparency, correct evaluation of employees' performance, job security, job enrichment, etc

### Funding

There is no funding support.

### Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work

### Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

### Acknowledgments

We are grateful to all the persons for scientific consulting in this paper.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

# بررسی نقش واسطه‌گری مهارت‌های انسانی و ادراکی در تاثیر دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات بر عملکرد خدمات مشتری

محمد قاسمی<sup>۱\*</sup>، محبوبه حسینی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.  
<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

doi 10.22080/SHRM.2022.21976.1245

## چکیده

هدف این مطالعه این است که تبیین گردد و بدانیم آیا کیفیت و دقت اطلاعات، مهارت‌های انسانی و ادراکی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و آیا این مهارت‌ها منجر به عملکرد ارائه خدمات بهتر به مشتریان می‌گردد؟ برای استخراج مدل مفهومی، نظریه‌ها و مدل‌های مرتبط با موضوعات و تحقیقات پیشین به طور گسترده مورد بررسی قرار گرفت. به همین منظور محقق در پژوهش حاضر از میان ۳۰۰ نفر کارمندان شعب بانک تجارت استان فارس به عنوان جامعه آماری تعداد ۱۱۸ نفر را به عنوان حجم نمونه تعیین، و پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی ساده بین افراد جامعه توزیع کرده است. در این تحقیق از سه پرسشنامه سنجش مهارت‌های ادراکی انسانی و فنی، کیفیت ادراکی از خدمات بانکی و سیستم اطلاعات مدیریت استفاده گردید و نتایج تحقیق نشان داد که بین دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های انسانی و ادراکی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و همچنین بین مهارت‌های انسانی و ادراکی ارائه خدمات به مشتریان نیز رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. یعنی با افزایش دقت و کیفیت اطلاعات، مهارت‌های ادراکی و انسانی بهبود و با بهبود این دو مهارت عملکرد خدمات به مشتریان نیز افزایش می‌یابد.

## تاریخ دریافت:

۲۵ فروردین ۱۴۰۰

## تاریخ پذیرش:

۸ خرداد ۱۴۰۱

## تاریخ انتشار:

۵ تیر ۱۴۰۱

## کلیدواژه‌ها:

دقت اطلاعات، کیفیت اطلاعات، مهارت‌های ادراکی، مهارت‌های انسانی، عملکرد خدمات مشتریان

شکل فزاینده فناوری‌های دیجیتال را در عملیات سمت مشتری خود اتخاذ کرده اند.

فناوری‌های دیجیتال عملیات سمت مشتری شرکت‌ها را دگرگون کرده و شرکت‌ها به صورت فزاینده به دنبال استراتژی‌های مؤثر دیجیتال برای کنترل این فناوری‌ها می‌باشند. تغییرات ایجاد شده به دلیل سرعت بالای نوآوری‌ها، چرخه‌ی حیات کوتاه‌تر تولید، نیازهای متغیر مشتری و بین المللی شدن کسب و کارها، عملکرد خدمات مشتری را امری حیاتی برای بقای سازمان‌ها می‌سازد. غالباً شرکت‌ها فناوری‌های دیجیتال را برای بهبود احساس نیاز و پاسخ به نیازهای مشتری استفاده می‌کنند. برای مثال خطوط هوایی

## ۱ مقدمه

به دلیل اهمیت فزاینده مشتری و حیاتی بودن تعاملات با مشتریان، عملیات سمت مشتری در بسیاری از سازمان‌ها در مرکز قرار گرفته است. بانک واکویا<sup>۱</sup>، که اکنون بخشی از گروه ولز فارگو<sup>۲</sup> می‌باشد، یک نقش سازمانی را تعریف کرده است با این وظیفه که اطمینان حاصل کند که کارکنان بانک درست در روزی که شکایت مشتری دریافت شده است، ارتباطی را با مشتری ناراضی برقرار کرده اند. با تمرکز بر خدمت رسانی به مشتری در آنچه که او می‌خواهد، در زمانی که آن را می‌خواهد و آنگونه که آن را می‌خواهد، شرکت‌ها به

\* نویسنده مسئول: محمد قاسمی

ایمیل: m\_ghasemi@mgmt.usb.ac.ir

آدرس: گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران

1. Wachovia  
2. Wells Fargo

از آن جایی که مهارت‌های انسانی و ادراکی مدیران بانک‌ها بر دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات و دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات در چگونگی درک برخورد با مشتریان و دیگر همکاران خود تاثیر می‌گذارد. در این مطالعه به این پرسش پرداخته می‌شود که آیا مهارت‌های انسانی و ادراکی مدیران نقش واسطه‌ای بین دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات و عملکرد خدمات مشتری بانک‌ها ایفا می‌کند؟

### ۳ ادبیات پژوهش

#### ۳،۱ عملکرد خدمات مشتریان

یکی از راهبردهای اصلی سازمان‌های خدماتی برای کسب مزیت‌های رقابتی و بهبود عملکرد، توجه به مسأله کیفیت و مدیریت کیفیت می‌باشد (Wong & Sohal, 2003). چالش‌هایی از قبیل تشدید رقابت در صنایع خدماتی و نیز افزایش تقاضاها و انتظارات مشتریان سبب شده است که سازمان‌های خدماتی برای باقی ماندن در صحنه رقابت و موفق شدن، راهبرد ارائه خدمات با کیفیت برتر را انتخاب نمایند (Kandampully, 1998). امروزه کیفیت خدمات به عاملی متمایز کننده و در واقع به رقابتی ترین اسلحه سازمان‌های خدماتی پیشر و تبدیل شده است (Berry et al., 1998). سازمان‌های خدماتی پیشرو همواره برای حفظ کیفیت برتر و در نتیجه کسب وفاداری مشتریان و ارتقاء عملکرد خود در تلاش می‌باشند (Zeithaml et al, 1996). بر خلاف کیفیت کالاها که می‌توان آن را به صورت عینی از طریق شاخص‌هایی نظیر قابلیت دوام، تعداد نقائص و... شناخت؛ کیفیت خدمات ساختاری انتزاعی و مجرد دارد که نشأت گرفته از ویژگی‌های خدمات می‌باشد. بنابراین در نبود معیارهای عینی، سنجش ادراکات مشتریان از کیفیت یک روش مناسب برای ارزیابی کیفیت خدمات شرکت‌ها، می‌باشد (Parasuraman et al., 1988).

خدمت یک واژه پیچیده می‌باشد. این واژه دارای معانی مختلفی است و طیفی از، خدمات شخصی<sup>۲</sup> تا خدمت به عنوان یک محصول را در بر می‌گیرد. این کلمه حتی حوزه وسیع‌تری را نیز شامل می‌شود. یک ماشین یا تقریباً هر محصول فیزیکی اگر فروشنده تلاش‌هایی برای ارائه راه حل برای تحقق نیازهای مشتری انجام دهد، می‌تواند خدمت به مشتری، تلقی گردد (Kotler & Armstrong, 2000).

#### ۳،۲ مفهوم کیفیت

کیفیت خدمات یک رشته آکادمیک نسبتاً جوانی است که در حدود دو دهه از تحقیقات در این زمینه می‌گذرد. این واژه برای افراد مختلف، معنای متفاوتی دارد. بنابراین در اولین گام از بهبود کیفیت خدمات بایستی درک روشنی از مفهوم کیفیت داشته باشیم. به علاوه تعریف کیفیت نه تنها از جهت معنایی مهم است بلکه مهم تر از آن هدایت کننده تلاش‌های کارکنان در جهت رسیدن به خدمات با کیفیت تر خواهد بود. درباره کیفیت تعاریف زیادی ذکر شده است که در اینجا به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: کیفیت عبارت است از آماده بودن خدمت یا کالا برای استفاده کننده که خود نیازمند کیفیت طراحی، انطباق، در

کانتیننتال<sup>۱</sup> یک پلت فرم انبار داده را برای دستیابی به مشتریان و اطلاعات پرواز برای کمک به درک و برآوردن بهتر نیازها و خواسته‌های مشتریان اتخاذ کرده‌اند. برای درک و پاسخ بهتر به نیازهای مشتریان، نوآوری‌های دیجیتال سمت مشتری شرکت‌ها معمولاً بر عملیات محلی آن‌ها متمرکز می‌باشند.

### ۲ بیان مسأله

در هر سازمان، مؤسسه یا شرکت، افرادی خاص برای انجام امور معینی به کار گرفته می‌شوند. موفقیت این افراد لزوماً در گرو به کارگیری مؤثر و کارآمد منابع مادی و انسانی است. در این راستا بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری نیز از این قاعده مستثنی نبوده و همواره در جهت بهبود مستمر خود نیازمند اجرای مطلوب وظایف و مهارت‌های مدیریتی در تمام سطوح و لایه‌های سازمانی اعم از معاونت‌ها و روسای ادارات مرکزی، مدیریت شعب استان‌ها و روسای شعب خود در سطح کشور می‌باشند. در این میان استفاده از فناوری‌ها و نوآوری‌های دیجیتال که امکان تسریع فعالیت‌ها، سهولت اشتراک اطلاعات و بالا بردن دقت و کیفیت اطلاعات را فراهم می‌کند، نقش بسیار مهمی در موفقیت این بانک‌ها و مؤسسات مالی ایفا می‌نماید (Proenca, et al., 2011). بانک‌ها، به عنوان مؤسسات مالی بسیار مهمی که دارای گوناگونی و به طبع آن رقابت بسیار شدیدی می‌باشند به صورت گسترده با مسائل جذب و نگهداری مشتری روبرو هستند. جذب یک مشتری و نگهداری او به صورت مستقیم و با شدت زیاد با پاسخگویی به نیازهای او در زمان مناسب و به نحو مناسب در ارتباط است. دارا بودن مهارت‌های عملی متفاوت مانند مهارت‌های فنی، ادراکی، انسانی و رفتاری، توسط مدیران شعب و مدیران ارشد بانک‌ها، یک امر حیاتی در تعامل با مشتریان و پاسخگویی به نیازهای آنان می‌باشند (Malviya, 2014). از سوی دیگر همراه با به رسمیت شناختن در حال رشد نقش مشتری در ایجاد و تحویل خدمات، انگیزه و عزم فزاینده‌ای برای ساخت سازمان‌های متمرکز بر مشتری به وجود آمده است. فناوری‌های دیجیتال نقشی کلیدی را در این سازمان‌ها ایفا می‌کنند. تحقیقات پیشین، که استراتژی‌های دیجیتال کسب و کار را مورد مطالعه قرار داده‌اند، به طور گسترده بر ساخت قابلیت‌های سمت تولید متمرکز بوده و تمرکز کمی بر استراتژی‌های دیجیتال کسب و کار سمت مشتری برای اعمال نفوذ این فناوری‌ها، وجود دارد (Setia et al., 2013). به بیان دیگر با وجود درک گسترده‌ی نقش فناوری‌های دیجیتال در بهبود کسب و کار سازمان‌ها، همچنان مطالعات بسیار کمی در جهت عملیاتی کردن این فناوری‌ها و مطالعه نقش آن‌ها بر آرمان‌های سازمانی هدایت شده‌اند. بررسی تأثیر فناوری‌های دیجیتال در عناصری از سازمان که نقش حیاتی در مزیت‌های رقابتی آن در صنعتی که شاخصه آن تغییرات سریع و رقابت شدید است. بسیاری شرکت‌ها بر روی فاکتورهای سازمانی تمرکز کرده‌اند تا قدرت رقابت خود را حفظ کنند (Lee et al., 2012). یکی از این فاکتورهای سازمانی دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات است. از طرفی در بانک‌ها مهارت‌های انسانی و ادراکی برای حفظ ارتباط با مشتریان لازم است (Schwepker and Hartline, 2005).

2. Personal services

3. Continental

سازماندهی، رهبری و ایجاد انگیزه، گزارش دهی و کنترل استفاده کرده و این اعمال مدیریتی را با نهایت دقت و کارایی، در مدت زمان بسیار کمتری در سازمان انجام می دهد. حال برای انجام این کارها مدیریت باید واسطی به نام مدیر سیستم اطلاعاتی مدیریت برای ارائه بهتر و خدمات برای مدیریت، ضروری می باشد. موسساتی که به سیستم های اطلاعات مدیریت اولیه مبادرت نمودند چیزهای دیگری فرا گرفتند. در این دوره مشخص شد که مانع عمده در استفاده از سیستم های اطلاعات مدیریت، مدیران هستند. مدیران به عنوان یک گروه در مورد رایانه اطلاعی نداشتند آنان از کارهای خود آگاه و می دانستند چگونه مسائل را حل کنند؛ لکن به اندازه کافی در مورد نقش اطلاعات در حل مسائل تأمل نکرده بودند. در نتیجه برای مدیران بیان این که دقیقاً از سیستم اطلاعات مدیریت چه می خواهند دشوار بود. این وضعیت برای متخصصین اطلاعات غیر قابل تحمل بود زیرا که دانسته های آنان از مدیریت کم بود، آن ها نمی دانستند چه سؤالاتی را پرسش نمایند، با طی زمان مدیران درباره رایانه و در مورد فرآیندهای مورد اجرا در حل مسائل تجربه آموختند و متخصصین اطلاعات نیز مابانی مدیریت را فرا گرفتند. سیستم های اطلاعات مدیریت برای انطباق بیشتر با نیازهای مدیران اصلاح و توسعه یافت. عاقبت جایگاه سیستم اطلاعات مدیریت به عنوان یک زمینه عمده استفاده از رایانه مستحکم شد. سیستم اطلاعات مدیریت به دوطریق عمده در حل مساله کمک می کند: یک منبع اطلاعات در پهنه سازمان فراهم می نماید و نیز به شناسایی و درک مساله کمک می کند. نور ساطع از سیستم اطلاعات مدیریت با این هدف است که برای مدیران علائم مساله یا متحمل الوقوع بودن مسائل را اعلام دارد. ضعف عمده سیستم اطلاعات مدیریت آن است که نمی تواند نیازهای خاص هر فرد را برطرف کند، مساله را برآورد سازد. اغلب اوقات سیستم اطلاعات مدیریت اطلاعات دقیق مورد نیاز را فراهم نمی کند مفهوم سیستم پشتیبان تصمیم در پاسخ به چنین نیازی بوجود آمد (McLeod, 1994)

#### انواع سیستم های اطلاعاتی

۱. سیستم پردازش داد و ستد<sup>۱</sup>
۲. هوش مصنوعی<sup>۲</sup>
۳. سیستم پشتیبانی تصمیم<sup>۳</sup>
۴. سیستم اتوماسیون اداری<sup>۴</sup>
۵. سیستم مدیریت دانش<sup>۵</sup>
۶. سیستم پشتیبانی مدیران ارشد<sup>۶</sup>

دسترس بودن و مناسب بودن مکان ارائه خدمت است (Baloch et al., 2015). کیفیت هیچ معنا و مفهومی به جز هر آنچه که مشتری واقعا می خواهد، ندارد. به عبارت دیگر یک محصول زمانی با کیفیت است که با خواسته ها و نیازهای مشتری انطباق داشته باشد. کیفیت باید به عنوان انطباق محصول با نیاز مشتری تعریف شود (Njovo & Makach, 2015). سازمان استاندارد های بین المللی، کیفیت را اینگونه تعریف می کند: تمامیت ویژگی ها و خصوصیات محصول یا خدمت که توانایی برآورده کردن نیازهای مشتریان را دارد.

#### ۳،۲،۱ کیفیت خدمات

در ادبیات مدیریت و بازاریابی هنوز توافق واحدی برای تعریف و مفهوم سازی کیفیت خدمات وجود ندارد. با این حال می توانیم به طور ساده کیفیت خدمات ادراک شده توسط مشتری را اینگونه تعریف کنیم:

«نوعی قضاوت که مشتریان بر اساس ادراک خود پس از یک فرایند دریافت خدمت انجام می دهند، و بدین وسیله آن ها انتظارات خود را با خدماتی که دریافت آن را ادراک نموده اند مقایسه می کنند» (Zeithaml, 1998).

#### ۳،۳ مفهوم سیستم اطلاعات مدیریت

سیستم اطلاعات مدیریت سازمان یک چیز متمایز و جدا از دیگر سیستم های اطلاعات نیست بلکه چارچوبی کلی ارائه می کند که دیگر سیستم های اطلاعات بر مبنای آن با یکدیگر همخوان می شوند. در طول زمان مشخص شد که مفهوم پیاده سازی یک سیستم کاملاً یکپارچه واحد بسیار مشکل است. واقعیت این است که یک سیستم یکپارچه، به معنی یک ساختار واحد و همگن نیست بلکه بدین معنی است که اجزای آن منطبق بر یک طرح کلی هستند. اکنون سیستم اطلاعات مدیریت به منزله فدراسیونی از زیر سیستمها در نظر گرفته می شوند که در صورت نیاز طراحی و اجرا می شوند اما منطبق بر طرح کلی، استانداردها و رویه های سیستم اطلاعات مدیریت هستند. بنابراین به جای یک سیستم اطلاعات مدیریت واحد و کلی، سازمان می تواند تعداد زیادی سیستم اطلاعات مرتبط داشته باشد که نیازهای مدیریتی را در سطوح مختلف به شکل های مختلف تأمین می کنند. تجربه نشان می دهد که یک سیستم کاملاً یکپارچه غیر ممکن است. عوامل زیادی وجود دارند که باید همزمان و توأم در نظر گرفته شوند و نگهداری چنین سیستمی مشکل است. به همین دلیل، سیستم های اطلاعات مدیریت بیشتر به صورت بخش بخش طراحی می شوند و یکپارچه سازی تنها در مواردی که ضروری باشد اعمال می شود. به طور خلاصه سیستم های اطلاعات مدیریت مبنایی برای یکپارچه سازی پردازش های اطلاعات سازمانی ارائه می دهند (Safai, 2011).

به سبب مزایای سیستم اطلاعات مدیریت چون ارتباطات نزدیک تر، کنترل دقیق تر و گردآوری داده های مطمئن تر و پردازش سریع تر داده ها و تبدیل آن ها به اطلاعات مدیران، از سیستم های اطلاعاتی مدیریت در برنامه ریزی

- 4 . Office automation system (OAS)
- 5 . Knowledge management system (KMS)
- 6 . Executive support system (ESS)

1. Transaction processing system (TPS)
- 2 . Artificial intelligence (AT)
- 3 . Decision support system (DSS)

## قابلیت‌های خدمات مشتری (مهارت‌های ادراکی، مهارت‌های انسانی)

### ۴ مهارت‌های انسانی

یعنی داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ایجاد محیط تفاهم و همکاری و انجام دادن کار به وسیله دیگران، فعالیت مؤثر به عنوان عضو گروه، درک انگیزه‌های افراد و تأثیرگذاری بر رفتار آنان. مهارت انسانی در نقطه مقابل مهارت فنی است. یعنی کار کردن با مردم در مقابل کار کردن با اشیاء و چیزها. داشتن مهارت‌های انسانی مستلزم آن است که شخص بیش از هر چیز خود را بشناسد، به نقاط ضعف و قوت خود آگاه باشد، عقاید و افکارش بر خوردار و روشن باشند، اعتماد به نفس داشته باشد، به دیگران اعتماد کند، به عقاید، ارزش‌ها و احساسات آنان احترام بگذارد، آنان را درک کند، از تأثیر گفتار و کردار خویش بر دیگران آگاه باشد و بتواند محیط امن و قابل قبولی برای جلب همکاری دیگران فراهم سازد (Arsbaran, 2001). مهارت‌های انسانی به آسانی قابل حصول نیستند و فنون و روش‌های مشخصی ندارند. امروز دانش علمی در قلمرو روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی و مردم‌شناسی و تجربه و کارورزی در شرایط گروهی و اجتماعی، به طور غیرمستقیم زمینه دستیابی به مهارت‌های انسانی را فراهم می‌سازند. کنش و واکنش متقابل با مردم و حساسیت نسبت به انگیزه‌ها، انتظارات و رفتارهای آنان کمک می‌کنند تا شخص به مرور بتواند علل و عوامل شکل‌دهنده رفتار افراد انسان را درک کرده راه و رسم کار کردن با مردم و اثرگذاری بر رفتار آنان را بیاموزد. مدیر آموزشی برای اینکه بتواند در شماره یکی از اعضای مؤثر محیط آموزشی درآمده بین اعضای تحت رهبری خود همکاری و تفاهم به وجود آورد، باید به حد کافی از مهارت‌های انسانی بهره‌مند باشد (Lotfabadi, 2005).

منظور دارا بودن توانایی و قدرت کار کردن با مردم، در انجام کار به وسیله ی آنان است. در این نوع از مهارت، مدیران قادرند، انگیزه‌های کارکنان را دریابند و از محرک‌ها و نیازهای آنان در رهبری مؤثر بهره گیرند (Alaqeband, 1995). مهارت انسانی به آسانی قابل حصول نیست و روش‌های مشخصی ندارد؛ اما امروزه روان‌شناسی اجتماعی و مردم‌شناسی، زمینه دستیابی به این مهارت را فراهم می‌نمایند (Mousavi Serizdi, 2007).

### ۵ مهارت‌های ادراکی

یعنی توانایی درک پیچیدگی‌های کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل‌دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک کل واحد (سیستم). به عبارت دیگر، توانایی درک و تشخیص اینکه کارکردهای گوناگون سازمان به یکدیگر وابسته بوده تغییر در هر یک از بخش‌ها، الزاماً بخش‌های دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. آگاهی از این روابط و شناخت اجزا و عناصر مهم در موقعیت‌های مختلف، مدیر را قادر می‌سازد که به طریقی تصمیم‌گیری یا اقدام کند که موجبات اثربخشی سازمان و رضایت کارکنان آن را فراهم نماید. اکتساب مهارت ادراکی (یا مفهومی) مستلزم آموزش نظریه‌های علوم رفتاری به ویژه

تئوری‌های سازمان، مدیریت و تصمیم‌گیری و کاربرد عملی آن‌ها است. امروزه دوره‌های آموزش دانشگاهی در رشته‌های تخصصی، آشنایی با نگرش و روش‌های سیستمی و استفاده از یافته‌های مطالعات و تحقیقات راجع به سازمان‌ها، زمینه دستیابی به مهارت ادراکی در مدیریت را فراهم می‌سازند. مدیر آموزشی برای اینکه بتواند محیط آموزشی را بشناسد، روابط متقابل میان عوامل مختلف را درک کند، اولویت‌های آموزشی را تشخیص دهد، تصمیمات مؤثر اتخاذ کند و با اقدامات خود بهترین نتایج را عاید نظام آموزشی سازد، باید از مهارت ادراکی قابل ملاحظه‌ای برخوردار باشد (Lotfabadi, 2005).

یعنی توانایی درک پیچیدگی‌های کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل‌دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک کل واحد در سیستم. به عبارت دیگر، توانایی درک و تشخیص اینکه کارکردهای گوناگون سازمان به یکدیگر وابسته هستند و تغییر در هر یک از بخش‌ها، الزاماً بخش‌های دیگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مدیران واجد این مهارت قادرند به دریافت اطلاعات و تحلیل مسایل سازمان پرداخته و با توجه به اهداف سازمان به تهیه طرح‌ها و ارائه راه‌حل‌ها بپردازند (Elwani, 1993).

پس از اقبالی که عمده مسئولین و کارکنان صنعت آب و برق در یادگیری مهارت‌های هفتگانه رایانه‌ای از خود نشان دادند، اکنون مشاهده می‌شود که بسیاری از مدیران و کارشناسان، تقویت مهارت‌های ادراکی در مدیریت را وجهه همت خویش ساخته و به آموزش درس روش تحقیق که اهداف شناختی و رفتاری فرد در فراگیری روش وصول به حقایق و کشف مجهولات و نیز کسب مهارت لازم برای اجرای پروژه‌های تحقیقاتی را دنبال می‌نمایند. این اقبال همگانی در آموزش‌های کوتاه مدت را ارج نهاده و آن را خوش آمد دوم می‌گوئیم. وجه تمایز هر یک از مدیران و کارشناسان دارای ظرفیت توسعه با سایرین، خاصه در سازمان‌های عمل‌گرا در تجهیز آنها به شایستگی‌های ادراکی، مدیریت بر خود، قدرت تصمیم‌گیری و حل مساله، و مهارت‌های تعالی سازمانی نهفته است. پیش‌نیاز ابزارهای فکری لازم برای مجهز شدن به شایستگی‌های مدیریتی، سرآمدی در یادگیری روش تحقیق است که به بررسی و ارزیابی نظریه‌ها، ارائه نظریه جدید، یا حل مشکلات مبتلا به سازمان با ویژگی‌ها و قواعد تحقیق علمی می‌پردازد. مسائل مبتلا به سازمان‌ها در هر حوزه فعالیت و جغرافیایی و نیز در زمان‌های کوتاه مدت مختلف، حسب تغییرات فناوری، نیازهای بهره‌برداران و بهینه‌سازی مصرف متفاوت است و دائماً مدیر را در جهت بهره‌برداری مطلوب‌تر از عوامل در اختیار و جستجوی روش‌های مقتصدانه به چالش می‌کشاند. از طرفی اگر قرار باشد یافته‌های مربوط به حل یک مشکل با هزینه‌های کلان و غیر متعارف به دست آید و یا از قابلیت تعمیم‌پذیری در حوزه فعالیت سازمان بر خوردار نباشد، حیات اقتصادی سازمان را تهدید می‌نماید. بنابراین به کارگیری روش علمی در حل مسئله و انبار کردن یافته در انبار قابل بهره‌برداری مجدد و آسان، تنها روشی است که اجازه ادامه فعالیت سازمان به نحو مناسب را فراهم آورده و مدیر را با ضرورت‌های مدیریت برخورد عجين می‌سازد (Arsbaran, 2001)

گردند. همچنین بانک‌ها در انتخاب سیستم های خدماتی (بانکداری همراه) دقت لازم را به کار گیرند تا قادر به بهبود مدیریت خدمات بانکی و در نهایت افزایش وفاداری مشتریان باشند.

در عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد بانک‌ها، بیان می‌کند که در بانکداری نوین، مؤلفه‌های متعددی وجود دارند که که بر روند تجهیز منابع پولی بانک‌ها و مؤسسات مالی تأثیر می‌گذارند. در این مطالعه پس از بررسی ادبیات موضوع، به توضیح و تشریح شاخص های عملکردی بانک‌ها پرداخته شده و با اتکا به نتایج حاصل از این بررسی‌ها به ارائه ی چهار فاکتور اصلی جهت بهبود عملکرد بانک‌ها شامل تجهیز منابع پولی در بانکداری نوین، استفاده از شاخص های بانک جهانی، مدیریت ریسک و بهینه گزینی اشاره شده است. سپس به توضیح و تفسیر هر یک از فرعیات این عوامل پرداخته شده و در پایان با استفاده از این نتایج، پیشنهاد های کاربردی از جمله تنوع خدمات نوین بانکی، فرهنگ سازی مشتریان، بررسی روند تکاملی سازمانی و سیاستهای مالی ارائه شده است.

در پیش‌بینی توقیف بانک: شواهد تجربی از کشورهای شورای همکاری خلیج فارس، تأثیر مجموعه‌ی گسترده‌ای از متغیرهای سطح بانک و دیگر متغیرها شامل تأثیر مدیریت بانک، رقابت، گوناگونی، تعلق و مقررات را مورد مطالعه قرار داده است. در این مقاله یک مدل ساده ی خطر برای ساخت یک سیستم هشدار زود هنگام برای توقیف بانک اعمال شده است. مشابه با شواهد و تجربیات پیشین، یافته‌های این مطالعه حاکی از آن است که مدیریت خوب احتمال شکست را کاهش می دهد (Maghyereh & Awartani, 2014).

در به کارگیری فناوری های دیجیتال: چگونه کیفیت اطلاعات به هدایت بومی سازی قابلیت ها و عملکرد خدمات مشتریان کمک می کند. یک نظریه را برای درک اثربخشی استراتژی دیجیتال کسب و کار سمت مشتری ارائه کرده‌اند که بر پویایی های محلی، که در اینجا واحدهای خدمات مشتری یک شرکت (CSU) می‌باشد، متمرکز است. به طور خاص، در این مقاله از دیدگاه قابلیت ها برای ارائه ی یک طراحی دیجیتال بهره برده شده است. این دیدگاه به عنوان مقدمه ای بر دو قابلیت خدمت مشتری به نام های قابلیت گرایش مشتری و قابلیت پاسخ مشتری، در طول CSU های یک شرکت مطرح می باشد. این دو قابلیت به شرکت کمک می کند تا به صورت محلی و به ترتیب نیازهای مشتری را احساس کرده و به آن‌ها پاسخ دهد. کیفیت اطلاعات از طراحی دیجیتال یک CSU به عنوان مقدمه‌ای بر این دو قابلیت ارائه شده است. در این مطالعه، روش های به کارگیری فناوری های دیجیتال برای بهبود عملکرد سرویس، به وسیله ی ارائه و آزمایش یک استراتژی کسب و کار دیجیتال سمت مشتری، بررسی شده است. با استفاده از دیدگاه هماهنگی بیان شده است که کیفیت اطلاعات، همکاری عملیاتی و استراتژیک مورد نیاز برای ساخت قابلیت گرایش مشتری و قابلیت پاسخ مشتری را فراهم می‌کند. به علاوه، به

دوره‌های آموزشی مربوط به ارتقا شایستگی های ادراکی مدیران و کارشناسان اولی بر دوره‌های آموزشی بهبود مدیریت و یا دوره‌های تخصصی هر یک از حیطه‌های مدیریتی می باشد. اگر حیطه‌های مدیریت را سازماندهی، اجرایی، عملیاتی و بهره برداری، مشتری، مالی، پروژه و منابع انسانی بدانیم، دوره روش تحقیق علمی پیش نیاز و ضرورت اولیه هر یک از آن‌ها به حساب می‌آید: چرا که تنها با روش علمی اولاً- نیاز فطری انسان به کاوشگری و عطش دانستن او بر طرف می شود و ثانیاً به نیازهای حیاتی مدیر که حفظ روابط با هر یک از عوامل در اختیار است، پاسخ می دهد. ما این اقبال عمومی به ارتقا شایستگی‌های ادراکی را که با شرکت در دوره ی آموزشی روش تحقیق آغاز شده ارج می نهیم و ضمن آرزوی توفیق برای همه‌ی مشتاقان این عرصه، امید داریم که دوره‌های مربوط به مدیریت بر خود و تعالی سازمانی خوش آمدهای بعدی را نوید دهند (Arsbaran, 2001).

## ۶ پیشینه پژوهش

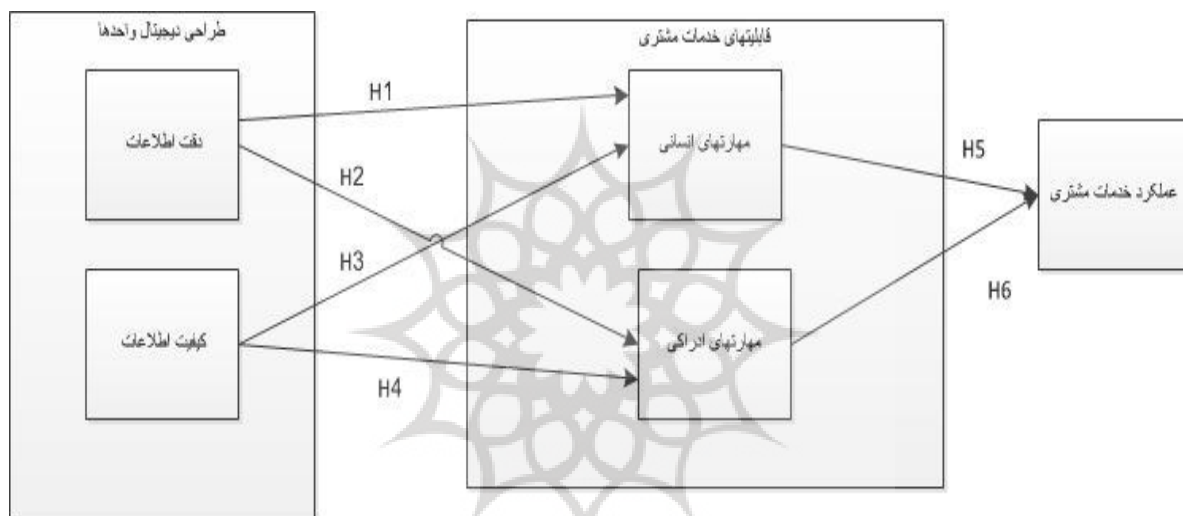
رضایی ملک و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی مدیریت خدمات بانکی با استفاده از مدیریت دانش و بانکداری همراه در بانک ملت، این گونه گزارش نمودند: با توسعه صنعت بانکداری، بسیاری از بانک‌های کشور به دنبال ارائه خدمات متمایز به مشتریان می باشند تا سهم بازار خود را افزایش دهند. به عنوان نمونه استفاده از فناوری تلفن همراه، امکان ارائه خدمات بانکی را به طور ۲۴ ساعته فراهم کرده و به عنوان یک مزیت رقابتی مطرح می شود. علاوه بر این، به کارگیری مدیریت دانش مشتری با شناسایی نیازهای اساسی مشتری سبب ارتقا و مدیریت هدفمند خدمات بانکی می گردد. از طرف دیگر، بهبود مدیریت خدمات بانکی موجب افزایش رضایتمندی مشتری و در نتیجه وفاداری آن می‌شود. از این رو، این مقاله به بررسی میزان تأثیر مدیریت دانش مشتری و بانکداری همراه بر بهبود مدیریت خدمات بانکی و در نهایت افزایش وفاداری مشتری می پردازد. برای تحقق این هدف ابتدا موثرترین شاخص‌های مدیریت دانش مشتری و بانکداری همراه بر بهبود مدیریت خدمات و افزایش وفاداری مشتری به وسیله مصاحبه با خبرگان و مرور ادبیات مربوطه شناسایی گردید. سپس، بانک ملت با ۱۸۰ کارشناس به عنوان جامعه آماری انتخاب شد. با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده (فرمول کوکران) تعداد نمونه برابر با ۱۲۲ کارشناس برآورد گردید. به منظور جمع آوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه بهره گرفته شد، میزان پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ سنجش و برابر با ۰/۸۱۴ حاصل گردید. به منظور بررسی روایی پرسشنامه، از روایی عاملی بهره گرفته شده است. نتایج به دست آمده حاکی از رابطه مثبت مدیریت دانش و بانکداری همراه حکایت دارد. با توجه به نتایج آزمون فرضیات و ارتباط معنی دار وفاداری با مدیریت دانش مشتری و بانکداری همراه، پیشنهاد می گردد، برای افزایش وفاداری مشتری و ارائه خدمات مورد انتظار مشتریان، به مواردی همچون شناسایی نیازهای اساسی مشتری و ارزش گذاری آن‌ها، شناسایی مشتریان کلیدی و جلب اعتماد آن‌ها برای سرمایه گذاری‌های بلند مدت اهمیت ویژه ای قائل

بزرگ انجام شده است. شکل دو مدل تحقیقاتی این مطالعه را نشان می دهد. (Setia et al, 2013)

(Yang and Liu, 2012) برای ایجاد یک ارزیابی معتبر و قابل اعتماد از شعبه های بانک های تایوان، در اثربخشی مدیریت شعب در بانک های تایوان، یک DEA شبکه ای، یک مجموعه ی دولایه ای شامل مدل عملکرد و مدل چند هدفه ی فازی را مورد مطالعه قرار داده اند. در این مطالعه یک شمای جدید ارائه شده است که تکمیل فعالیت های مداخله و تولید را درون یک شعبه در نظر گرفته و با کاستی های متدولوژی DEA شبکه ای مقابله می کند.

این دلیل که پویایی های ساخت قابلیت در زمینه ی یک CSU بررسی شده است، این مطالعه بر نقش ویژگی های فرایند CSU در پویایی های ساخت قابلیت متمرکز است. برای آزمایش تجربی ارتباطات پیشنهاد، داده ها از فرایندهای خدمات مشتری ۱۷۰ شعبه از یک بانک بزرگ در هند جمع آوری شده است. علاوه بر یافتن تأثیرات مثبت کیفیت اطلاعات CSU قابلیت های خدمات مشتریان، نتایج بیان می کنند که اثربخشی کیفیت اطلاعات در ساخت قابلیت های خدمات مشتریان، وابسته به پیچیدگی فرایند خدمت رسانی به مشتری یک CSU می باشد. مطالعات پیرامون استراتژی دیجیتال کسب و کار سمت مشتری، در فرایندهای خدمات مشتری مرتبط با واحدهای یک سازمان

## ۷ مدل مفهومی و فرضیه های پژوهش



شکل ۱ مدل مفهومی پژوهش

- مدل مفهومی موجود در این پژوهش برگرفته از پژوهش (Setia et al, 2013) می باشد که متشکل از ۵ متغیر اصلی می باشد. مدل مورد نظر متشکل از یک متغیر مستقل تحت عنوان متغیر طراحی دیجیتال واحدها که شامل دو مولفه اصلی؛ دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات می باشد، متغیر واسطه ای تحت عنوان قابلیت های خدمات مشتری دارای دو مولفه مهارت های انسانی و مهارت های ادراکی می باشند و متغیر عملکرد خدمات مشتری تحت عنوان متغیر وابسته در این پژوهش مد نظر گرفته شده است. بنابراین فرضیه های پژوهش به صورت زیر می باشد:
- ۳) کیفیت اطلاعات یک واحد بر مهارت های انسانی مدیران شعب بانک تاثیر دارد.
  - ۴) کیفیت اطلاعات یک واحد بر مهارت های ادراکی مدیران شعب بانک تاثیر دارد.
  - ۵) بهبود مهارت های انسانی مدیران شعب بانک بر عملکرد خدمات مشتریان بانک تاثیر دارد.
  - ۶) بهبود مهارت های ادراکی مدیران شعب بانک بر عملکرد خدمات مشتریان بانک تاثیر دارد.

## ۸ روش پژوهش

روش اجرای این پژوهش پیمایشی می باشد و چون در آن رابطه بین متغیرها مورد مطالعه قرار می گیرد، از نوع همبستگی می باشد. جامعه ی آماری این مطالعه کارکنان، شعب بانک

- ۱) دقت اطلاعات یک واحد بر مهارت های انسانی مدیران شعب بانک تاثیر دارد.
- ۲) دقت اطلاعات یک واحد بر مهارت های ادراکی مدیران شعب بانک تاثیر دارد.



اعتماد. پرسشنامه‌ای که سیستم‌های اطلاعات مدیریت را مورد سنجش قرار می‌دهد دارای ۱۷ گویه و از نوع طیف لیکرت (پنج بخشی) است. این پرسشنامه ترجمه شده (Stuart & Redman, 2010) از روی یک ابزار به زبان انگلیسی است که تا کنون در ایران اجرا نشده است و نیازمند اعتباریابی (سنجش روایی و پایایی است). اما (Stuart & Redman, 2010) روایی این پرسشنامه را مطلوب گزارش کرده و پایایی آن را طبق آلفای کرونباخ بالای ۷۰٪ ذکر کرده‌اند. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات اساتید آشنا با موضوع استفاده شده که نتایج نظرسنجی نشان دهنده تأیید روایی پرسشنامه می‌باشد. روایی پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی به دست آمده است و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ به دست آمد. این پرسشنامه دو بعد را مورد سنجش قرار می‌دهد: ۱. دقت اطلاعات ۲. کیفیت اطلاعات. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها و ورود داده‌ها به رایانه با استفاده از نرم افزار SPSS و lisrel نتایج مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

## ۹ یافته‌های پژوهش

### ۹،۱ بررسی وضعیت پاسخگویان به پرسشنامه سنجش مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی

جدول ۱ بررسی وضعیت مولفه‌ها و مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی پاسخگویان

مؤلفه	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار	سطح معنی داری
مهارت‌های ادراکی (مفهومی)	۶	۳۰	۲۴/۹۶	۴/۶۱	۰/۰۰
مهارت‌های انسانی	۶	۳۰	۲۴/۶۷	۴/۲۴۷	۰/۰۰
مهارت‌های فنی	۶	۳۰	۲۴/۳۳	۴/۵۱۲	۰/۰۰
کل	۱۸	۸۸	۷۳/۹۶	۱۱/۲۹۱	۰/۰۰

طبق این آزمون، جهت بررسی ادعای نرمال بودن متغیرهای پژوهش به وسیله آزمون کولموگروف اسمیرنوف فرض صفر و مقابل آن به شرح زیر تعریف می‌شود:

$H_0$  = داده‌ها دارای توزیع نرمال نمی‌باشند.

$H_1$  = داده‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشند.

تجارت استان فارس می‌باشند. پرسشنامه‌ها به صورت تصادفی در بین این جامعه توزیع شده است. روش نمونه‌گیری به صورت تصادفی می‌باشد. تعداد جامعه آماری در این پژوهش ۳۰۰ نفر کارکنان بانک تجارت می‌باشد و حجم نمونه برابر با ۱۱۸ نفر تعیین گردیده است.

ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه می‌باشد که پرسشنامه‌ای که مهارت‌های ادراکی، انسانی و فنی را مورد سنجش قرار می‌دهد دارای ۱۸ گویه و از نوع طیف لیکرت (پنج بخشی) است. این پرسشنامه توسط (Bolton and Drew, 1991) طراحی و اجرا شده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات اساتید آشنا با موضوع استفاده شده که نتایج نظرسنجی نشان دهنده تأیید روایی پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه‌ای که عملکرد خدمات مشتریان را مورد سنجش قرار می‌دهد دارای ۳۱ گویه و از نوع طیف لیکرت (پنج بخشی) است. این پرسشنامه توسط (Bahia & Nantel, 2000) طراحی و اجرا شده است. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظرات اساتید آشنا با موضوع استفاده شده که نتایج نظرسنجی نشان دهنده تأیید روایی پرسشنامه می‌باشد. روایی پرسشنامه از طریق تحلیل عاملی به دست آمده است و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ به دست آمد. این پرسشنامه ابعاد زیر را مورد سنجش قرار می‌دهد: اثربخشی و اطمینان ۲. دسترسی ۳. قیمت ۴. جنبه فیزیکی ۵. سبد خدمت رسانی ۶. قابلیت

### ۹،۲ آزمون نرمال بودن داده‌ها

آزمون نرمال بودن داده‌ها یکی از رایج‌ترین موارد کاربرد آزمون توزیع است. آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای این هدف مناسب می‌باشد. به همین منظور در هر یک از فرضیات این آزمون انجام پذیرفت که نتیجه در جدول شماره ۲ آورده شده است.

جدول ۲ نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف

متغیرها شاخص‌ها	طراحی دیجیتال واحدها		قابلیت‌های خدمات مشتری		عملکرد خدمات مشتری
	دقت اطلاعات	کیفیت اطلاعات	مهارت‌های انسانی	مهارت‌های ادراکی	
کولموگروف-اسمیرنوف	۴/۳۳۳	۴/۱۷۶	۳/۷۷	۴/۱۸	۴/۲۲۲
سطح معنی داری	۰/۰۸۵	۰/۱۰۸	۰/۱۲۱	۰/۳۰۳	۰/۲۳۳

**فرضیه اول: بین دقت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های انسانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد**  
برای آزمون فرضیه اول از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است.

طبق اطلاعات در جدول ۴ آزمون نرمال بودن کولموگروف-اسمیرنوف و با توجه به اینکه سطح معنی داری در فرضیات مورد مطالعه، بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد، بنابراین در سطح اطمینان ۰/۰۵ و با احتمال ۹۵٪ فرض  $H_1$  مورد تایید قرار گرفته و نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می شود.

جدول ۳ معادله رگرسیون خطی رابطه دقت اطلاعات با مهارت‌های انسانی بر حسب ضرایب B و  $\beta$

نام متغیر	B ضریب	$\beta$ ضریب	R	R2	F	Sig
دقت اطلاعات عدد ثابت	۰/۲۹۱ ۱۲/۴۹۵	۰/۳۴۷ -	۰/۴۵۴	۰/۲۰۶	۳۰/۰۹۱	۰/۰۰۰

برای آزمون فرضیه دوم از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است.

بر اساس جدول ۳ مولفه دقت اطلاعات، ۲۰/۶ درصد مهارت‌های انسانی را تبیین می‌کند

**فرضیه دوم: بین دقت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های ادراکی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد**

جدول ۴ معادله رگرسیون خطی رابطه دقت اطلاعات با مهارت‌های ادراکی بر حسب ضرایب B و  $\beta$

نام متغیر	B ضریب	$\beta$ ضریب	R	R2	F	Sig
دقت اطلاعات عدد ثابت	۰/۴۰۲ ۸/۱۵۹	۰/۴۵۷ -	۰/۵۷۷	۰/۳۳۲	۵۷/۷۴۷	۰/۰۰۰

برای آزمون فرضیه سوم از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است.

بر اساس جدول ۴ متغیر دقت اطلاعات، ۳۳/۲ درصد مهارت‌های ادراکی را تبیین می‌کند

**فرضیه سوم: بین کیفیت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های انسانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد**

جدول ۵ معادله رگرسیون خطی رابطه کیفیت اطلاعات با مهارت‌های انسانی بر حسب ضرایب B و  $\beta$

نام متغیر	B ضریب	$\beta$ ضریب	R	R2	F	Sig
کیفیت اطلاعات عدد ثابت	۰/۲۲۲ ۱۸/۳۲۹	۰/۳۰۴ -	۰/۴۱۲	۰/۱۶۹	۱۱/۸۰۸	۰/۰۰۰

برای آزمون فرضیه چهارم از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است.

بر اساس جدول ۵، متغیر کیفیت اطلاعات، ۱۶/۹ درصد مهارت‌های انسانی را تبیین می‌کند.

فرضیه چهارم: بین کیفیت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های ادراکی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد

جدول ۶ معادله رگرسیون خطی رابطه دقت اطلاعات با مهارت‌های ادراکی بر حسب ضرایب B و  $\beta$

نام متغیر	Bضریب	$\beta$ ضریب	R	R <sup>2</sup>	F	Sig
کیفیت اطلاعات عدد ثابت	۰/۲۳۳ ۱۸/۲۸۶	۰/۲۹۵ -	۰/۶۵۲	۰/۴۲۵	۱۱/۰۲۳	۰/۰۰۰

برای آزمون فرضیه پنجم از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است.

بر اساس جدول ۶، متغیر کیفیت اطلاعات، ۴۲/۵ درصد مهارت‌های ادراکی را تبیین می‌کند.

فرضیه پنجم: بین مهارت‌های انسانی و ارائه خدمات به مشتریان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد

جدول ۷ معادله رگرسیون خطی رابطه مهارت‌های انسانی با ارائه خدمات به مشتریان بر حسب ضرایب B و  $\beta$

نام متغیر	Bضریب	$\beta$ ضریب	R	R <sup>2</sup>	F	Sig
مهارت‌های انسانی عدد ثابت	۰/۷۴ ۴۸/۴۲۱	۰/۶۹۴ -	۰/۷۸۲	۰/۶۱۲	۸۲/۹۳۴	۰/۰۰۰

برای آزمون فرضیه ششم از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است.

بر اساس جدول ۷، متغیر مهارت‌های انسانی، ۶۱/۲ درصد از متغیر ارائه خدمات به مشتریان را تبیین می‌کند.

فرضیه ششم: بین مهارت‌های ادراکی و ارائه خدمات به مشتریان رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد

جدول ۸ معادله رگرسیون خطی رابطه مهارت‌های ادراکی با ارائه خدمات به مشتریان بر حسب ضرایب B و  $\beta$

نام متغیر	Bضریب	$\beta$ ضریب	R	R <sup>2</sup>	F	Sig
مهارت‌های ادراکی عدد ثابت	۰/۷۸ ۴۷/۹۴۵	۰/۷۰۴ -	۰/۸۴۴	۰/۷۱۳	۸۸/۰۵۴	۰/۰۰۰

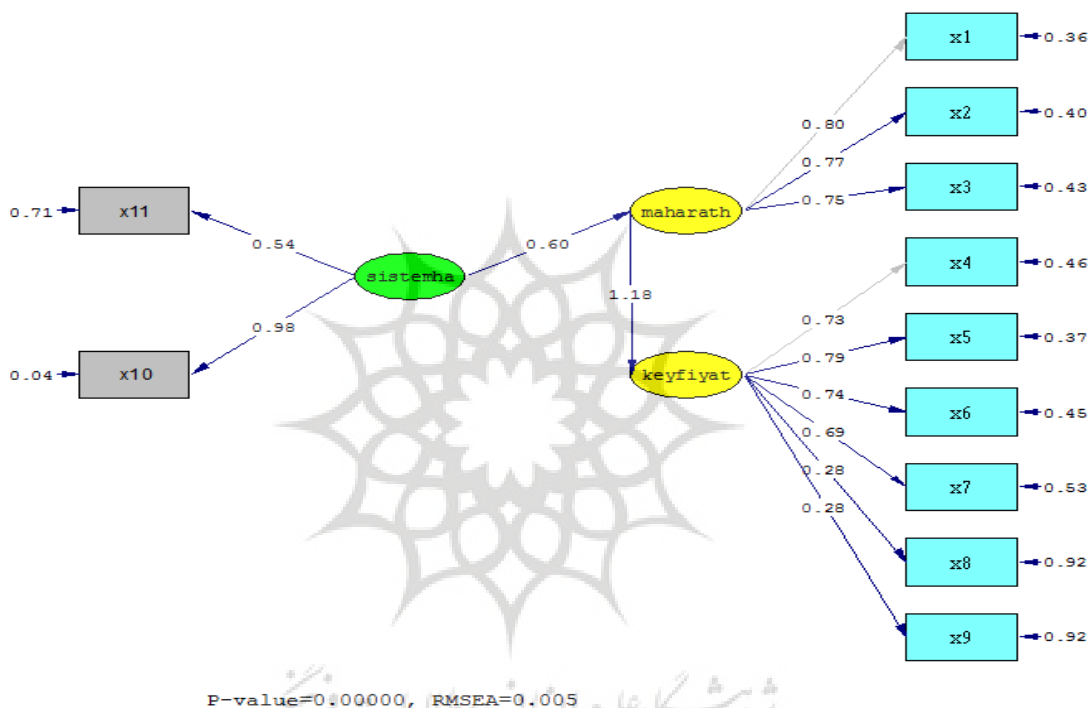
### ۹,۳ تحلیل مسیر (برازش مدل ساختاری)

#### برازش مدل ساختاری

#### ۹,۳,۱ مدل طراحی شده در جهت سنجش متغیرهای اصلی

مدل طراحی شده در نرم افزار به صورت شکل ۱ است. همانطور که مشاهده می‌شود ۳ متغیر پنهان توسط ۱۱ متغیر مشاهده شده اندازه گیری و تبیین شده است.

بر اساس جدول ۸ متغیر مهارت‌های ادراکی، ۷۱/۳ درصد از متغیر ارائه خدمات به مشتریان را تبیین می‌کند.

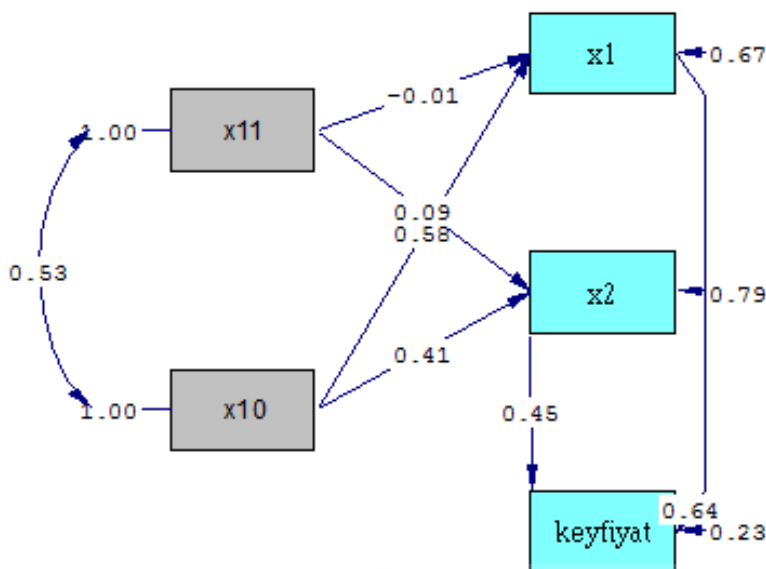


شکل ۲ مدل طراحی شده در نرم افزار (رابطه متغیرهای اصلی با مولفه‌ها)

#### ۹,۳,۲ مدل طراحی شده بر اساس رابطه مولفه (مدل مفهومی پژوهش)

مدل طراحی شده در نرم افزار به صورت شکل ۲ است. همانطور که مشاهده می‌شود ۱ متغیر پنهان توسط ۴ متغیر مشاهده شده اندازه گیری و تبیین شده است.

با توجه به خروجی تحلیل مسیر مشخص شد تمام مسیرهای ارتباطی بین متغیرها با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۱) معنا دار شناخته شده است و تمامی روابط بین متغیرها معنی دار می‌باشد به عبارت دیگر کل مدل معنی دار می‌باشد (P-value=۰/۰۰).



P-value=0.00000, RMSEA=0.002

شکل ۳ مدل طراحی شده در نرم افزار (مدل مفهومی پژوهش)

تایید قرار می‌دهد و رابطه معنا دار بین متغیرها را مورد تایید قرار می‌دهد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش (Hosseini & Qadri, 2010) همسو است.

مهارت انسانی، داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ی ایجاد محیط تفاهم و همکاری و انجام دادن کار به وسیله ی دیگران، آگاهی از فن تشویق و به کار بردن شیوه‌های رهبری موثر می باشد. مهارت انسانی در نقطه‌ی مقابل مهارت فنی است. یعنی کار کردن با مردم در مقابل کار کردن با اشیاء و چیزها. امروزه دانش علمی در قلمرو روان شناسی، روان شناسی اجتماعی و مردم شناسی و تجربه و کارورزی در شرایط گروهی و اجتماعی، به طور غیرمستقیم زمینه دستیابی به مهارت‌های انسانی را فراهم می سازند. الزامات مهارت‌های انسانی برای مشاغل مدیریتی بر اساس مدل کاتز عبارت از پرورش خلاقیت کارکنان، کسب دانش و اطلاعات در زمینه‌ی رهبری به منظور تأثیرگذاری در رفتار دیگران، توانایی تشویق کارکنان به توسعه‌ی مهارت‌ها و توانمندی‌های خود، آشنایی با بهداشت روانی محیط کار و نحوه‌ی برخورد با فشارهای روانی، توانایی کاهش مقاومت کارکنان در برابر تغییر و تحولات سازمان، توانایی تشخیص مشکلات رفتاری کارکنان و انجام اقدامات لازم، آشنایی با تئوری‌های انگیزش به منظور ایجاد انگیزه در خود و کارکنان، توانایی همکاری اثر بخش با سایر مدیران برای حل مسائل سازمان، توانایی

با توجه به خروجی تحلیل مسیر مشخص شد تمام مسیرهای ارتباطی بین متغیرها با توجه به سطح معنی داری (۰/۰۵) معنا دار شناخته شده است و تمامی روابط بین متغیرها معنی دار می‌باشد به عبارت دیگر کل مدل معنی‌دار می‌باشد (P-value=۰/۰۰).

## ۱۰ بحث و نتیجه‌گیری

در این قسمت فرضیات پژوهش مطرح شده و با توجه به نتایج به دست آمده برای هر فرضیه بحث و نتیجه گیری جداگانه ای صورت می گیرد. نتایج تحلیل نشان داد که، رابطه بین متغیرهای طراحی دیجیتال واحدها (دقت اطلاعات، کیفیت اطلاعات)، قابلیت‌های خدمات مشتری (مهارت‌های انسانی، مهارت‌های ادراکی) و عملکرد خدمات مشتریان تایید شده است و نشان داد که همبستگی معنا داری بین تمام متغیرها وجود دارد و همچنین از طریق مولفه‌های دقت اطلاعات و کیفیت اطلاعات به واسطه مولفه‌های مهارت‌های انسانی و مهارت‌های ادراکی قابل پیش بینی است و با سهولت بیشتری می توان به آن دست پیدا کرد. در کل فرضیه‌ها تمام روابط معنادار می باشد.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها روابط مستقیم بین دقت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های انسانی را نشان می دهد. همچنین نتایج به دست آمده فرضیه پژوهش را مورد

پاسخ دهندگان در این پژوهش به این مسئله معتقد بودند که هر چه دقت اطلاعات در دسترس کارکنان بالاتر باشد باعث می‌شود که کارکنان فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در هر سازمان را به خوبی تشخیص دهند و راحت در جهت رفع تهدیدها یا شکوفایی فرصت‌ها به وجود بیاورند. اما نکته مهم این است که هر کدام از کارکنان به اندازه لازم اطلاعات در اختیارشان قرار بگیرد نه کمتر نه بیشتر، زیرا افشا اطلاعات غیر ضروری برای کارکنان باعث می‌شود که به بدنه اصلی سازمان ضربات جبران ناپذیری وارد شود. زیرا اگر به هر علتی هر کدام از کارکنان از سازمان خارج شود با سطح زیادی از اطلاعات از سازمان خارج می‌شود و اگر جذب سازمان‌ها رقیب شود اطلاعات سازمان قبلی را با خود به آن جا می‌برد، بنابراین باید در هنگام در اختیار گذاشتن اطلاعات این مورد را رعایت کرد.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که بین کیفیت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های انسانی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج بدست آمده این فرضیه را مورد تایید قرار می‌دهد و رابطه معنا دار بین متغیرها را نشان می‌دهد. نتایج این پژوهش با پژوهش (Lu & Lo, 2009) همخوانی دارد.

با توجه به نتایج بدست آمده در فرضیه‌های پیشین و برای جلوگیری از تکرار بحث‌ها تنها نکته اصلی در این فرضیه که در فرضیه‌های قبل به آن خیلی پرداخته نشده بود اهمیت کیفیت اطلاعات و همچنین استانداردهای ناظر بر اطلاعات موجود در هر سازمانی می‌باشد که باعث می‌شود اطلاعات موجود در هر سازمان از کیفیت لازم برخوردار باشد. نکته مهم دیگر این است که پاسخگویان معتقدند که هر چه کیفیت اطلاعات بالاتر باشد باعث بهبود مهارت‌های انسانی می‌شود و در جهت انسجام بیشتر سازمان و همچنین روابط بین کارکنان تاثیر مثبتی می‌گذارد به عبارت دیگر سازمان هر چه بیشتر بر روی اطلاعات و کیفیت آن‌ها تمرکز بکند قطعاً به بهره‌وری بالاتری در سازمان دست پیدا خواهد کرد.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها رابطه قوی بین متغیرهای کیفیت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های ادراکی را نشان می‌دهد. همچنین نتایج بدست آمده این فرضیه را مورد تایید قرار می‌دهد و رابطه معنا دار بین متغیرها را نشان می‌دهد.

برای جلوگیری از مطرح کردن مباحث تکراری در این فرضیه فقط به نکته مهمی که در فرضیه‌های قبلی به آن پرداخته نشده است اشاره می‌شود، باید توجه کرد که کیفیت اطلاعاتی که در اختیار کارکنان قرار داده می‌شود هر چه بالاتر باشد باعث می‌شود که کارکنان به سطح بالاتری از مهارت‌های ادراکی دست پیدا کنند که این به معنی حل بهتر و سریع تر مسائل و مشکلات موجود در سازمان به صورت تخصصی و با صرف هزینه کمتر در سازمان می‌باشد که این علاوه بر صرفه‌هایی که برای خود سازمان به همراه می‌آورد باعث می‌شود کارکنان سازمان به سطح بالاتری از رشد حرفه ای سازمانی دست پیدا کنند.

برقراری ارتباطات انسانی با کارکنان در محیط کار، توانایی ایجاد روحیه همکاری و کار گروهی بین کارکنان می‌باشد (Yahavi, 2011).

پس از بررسی اطلاعات به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها محقق به این نتیجه دست یافت که دقت اطلاعات یک واحد به صورت مستقیم تاثیر مثبتی بر روی مهارت‌های انسانی کارکنان دارد. از دید کارکنان بانک تجارت هر چه یک کارمند از اطلاعات صحیح و دقیق تری برخوردار باشد دارای مهارت‌های انسانی بالاتری می‌باشد و دستیابی به سطح مهارت بالاتر در حیطه مهارت‌های انسانی به معنی برخورد مناسب تر و با آگاهی بیشتر با مشتری می‌باشد.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها رابطه قوی بین دقت اطلاعات یک واحد و مهارت‌های ادراکی را نشان می‌دهد. همچنین نتایج به دست آمده این فرضیه را مورد تایید قرار می‌دهد و رابطه معنا دار بین متغیرها را نشان می‌دهد. نتایج این پژوهش با پژوهش (Yang & Liu, 2012) همسو است.

مهارت ادراکی به معنای توانایی درک پیچیدگی‌های کل سازمان و تصور همه‌ی عناصر و اجزای تشکیل دهنده‌ی کار و فعالیت سازمانی به صورت یک کل واحد (سیستم) می‌باشد. به عبارت دیگر توانایی درک مشکلات کلی سازمان و اینکه هر کاری مخصوص چه بخشی از سازمان است. آگاهی از روابط و شناخت اجزا و عناصر مهم در موقعیت‌های مختلف، مدیر را قادر می‌سازد که به طریقی تصمیم‌گیری یا اقدام کند که موجبات اثربخشی سازمان و رضایت کارکنان آن را فراهم نماید. اکتساب مهارت ادراکی (یا مفهومی) مستلزم آموزش نظریه‌های علوم رفتاری بویژه تئوری‌های سازمان، مدیریت و تصمیم‌گیری و کاربرد عملی آن‌ها است. الزامات مهارت‌های ادراکی برای مشاغل مدیریتی بر اساس مدل کاتز عبارت از: توانایی ایجاد طرح‌های نو برای افزایش بهره‌وری سازمان، توانایی مدیریت بحران (شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و ارائه‌ی راهبردهای اساسی، خلاقانه و سریع)، توانایی تحلیل موقعیتها به صورت واقع بینانه و تصمیم‌گیری مناسب، توانایی شناسایی مشکل و تفکر حل مسأله در سازمان، توانایی برخورداری از مدیریت ریسک (تشخیص، تجزیه و تحلیل و پاسخ دهی)، توانایی ارزیابی علمی عملکرد کارکنان و سازمان و ارائه‌ی راهکارهای مناسب جهت رفع کاستیها، توانایی هدایت و رهبری واحدها و سازمان‌های تابعه، شناخت فرصت‌ها و امکانات فرابخشی در به‌سازی توسعه و سازمان، شناخت بازارها و مشتریان بالقوه‌ی سازمان به منظور تدوین طرح‌های توسعه‌ی استراتژیک سازمانی، توانایی نگرستن به سازمان به عنوان یک کل و ارتباط اجزاء با یکدیگر برای تحقق مأموریت‌ها و اهداف سازمان (تفکر استراتژیک)، برخورداری از توانایی تجزیه و تحلیل مسائل سازمان در ارتباط با شرایط و ویژگیهای سازمان، شناخت روندها و تحولات مرتبط با مأموریت‌ها و اهداف سازمان در سطح بین‌المللی و منطقه‌ای، توانایی تعیین به موقع اولویت‌های کاری، شناخت دقیق تغییرات و تحولات اقتصادی-اجتماعی مرتبط با سازمان در سطح ملی می‌باشد (Yahavi, 2011).

## ۱۱ پیشنهادهای برگرفته از نتایج تحقیقی

۱- مسئولین باید زیر ساخت‌های مناسب را برای ایجاد چهارچوب در جهت افزایش دقت و کیفیت اطلاعات را در سطح هر سازمان متناسب با کارکنان آن سازمان و شرایط آن‌ها به وجود بیاورند از جمله موارد پیشنهادی:

الف: ایجاد شبکه‌های اینترنتی مناسب جهت سهولت در به اشتراک گذاری اطلاعات در بین کارمندان.

ب: برگزاری کلاس‌های آموزشی مناسب برای کارمندان برای آشنایی هر چه بیشتر با مفهوم دقت و کیفیت اطلاعات و نتایجی که برای سازمان دارد.

۲- همچنین ضروریست مسئولان با توجه به عواملی مانند شفاف نمودن شغل، ارزشیابی صحیح عملکرد کارکنان، ایجاد امنیت شغلی، غنی‌سازی شغلی و غیره زمینه‌های ایجاد خلاقیت و نوآوری را در سازمان و در بین کارکنان افزایش دهند و موجب تقویت هر چه بیشتر مهارت‌های ادراکی و انسانی در کارکنان شوند. به علاوه مسئولان سعی کنند که کارمندان را به صورت یک تیم درآورده و مشکلات و کارها را به صورت گروهی حل نمایند. تقویض اختیار کرده و به کارمندان خود اعتماد کنند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که اگر افراد خود را متعلق به سازمان دانسته و برای خود یا سازمان هویت سازی کنند. لازم است، اقداماتی صورت گیرد تا کارکنان از عضویت در سازمان افتخار بیشتری کرده، برای این هویت خویش ارزش بیشتری قائل شوند، همچنین میزان وفاداری کارکنان به سازمان بیشتر شود و خود را متعلق به کل سازمان دانسته و نه با معرفی خود به عنوان عضوی از گروه خاص در سازمان احساس هویت و افتخار کنند به عبارت دیگر زمینه را برای تقویت مهارت‌های انسانی و ادراکی در سازمان فراهم بیاورند.

### سهم نویسندگان

همه‌ی نویسندگان در تهیه و نگارش مقاله به یک اندازه سهمی می‌باشند.

### تضاد منافع

در تهیه‌ی این مقاله هیچ تضاد منافی وجود ندارد.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها رابطه قوی بین متغیرهای مهارت‌های انسانی و ارائه خدمات به مشتریان را نشان می‌دهد. همچنین نتایج بدست آمده این فرضیه را مورد تایید قرار می‌دهد و رابطه معنا دار بین متغیرها را نشان می‌دهد. نتایج این پژوهش با پژوهش (Hosseini & Qadri, 2010) همسو است.

نکته مهمی که در این فرضیه به آن پرداخته شده است توجه به این مهم می‌باشد که کارکنانی که در بخش‌های خدماتی به مشتریان سرویس می‌دهند هر چه دارای سطح آگاهی بیشتری باشند در هنگام برخورد با مشتریان علاوه بر جذب مشتریان باعث وفاداری آن‌ها به سازمان خواهند شد و از طرف دیگر اگر در هر سازمانی کارکنان دارای سطح مهارت انسانی بالایی باشند باعث می‌شود تسهیل خدمات راحت تر و آسان تر و کم هزینه تر چه برای سازمان و چه برای مشتری شود که این باعث به وجود آمدن رضایت هم برای مشتریان و هم برای کارکنان سازمان خواهد شد.

نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها رابطه قوی بین متغیرهای مهارت‌های ادراکی و ارائه خدمات به مشتریان را نشان می‌دهد. همچنین نتایج بدست آمده این فرضیه را مورد تایید قرار می‌دهد و رابطه معنا دار بین متغیرها را نشان می‌دهد. نتایج این پژوهش با پژوهش (Setia et al , 2013) همسو است.

نکته مهم و قابل توجه در این فرضیه این مورد می‌باشد که پاسخ دهندگان معتقدند که در هر سازمانی هر چه کارکنان دارای مهارت ادراکی بالاتری باشند در مواجهه با مشتریان برخورد مناسب تری دارند و در رسیدگی به مشکلات و همچنین تمرکز در حل مسائل و مشکلات به وجود آمده در حین کار تسلط بیشتری خواهند داشت. بنابراین لزوم وجود این مهارت و تقویت آن در بین کارکنان در هر سازمانی بسیار مهم و حیاتی می‌باشد.

از جمع بندی نتایج بدست آمده می‌توان به این نکته بسیار مهم پی برد که وجود اطلاعات با کیفیت و با دقت در هر سازمانی موجب تقویت مهارت‌های ادراکی و انسانی کارکنان خواهد شد که در نتیجه باعث می‌شود کارکنان در برخورد با مشتریان بسیار بهتر عمل کرده و باعث جذب مشتریان به سازمان شوند و در کنار آن صرفه‌های بسیار زیادی از لحاظ هزینه ای برای خود سازمان دارد که در نهایت موجب به وجود آمدن رضایت در بین کارکنان و همچنین مشتریان خواهد شد. همچنین باعث وفاداری مشتریان به سازمان مربوطه می‌شود.

### منابع

Abbasqolipour, M. (2010). Effective factors on improving the performance of banks. Bank and Economy, 106, 24-35.(In Persian).

Alaqeband, A. (2009). public Management. Tehran, Rovon, 20th edition, 2nd edition. (In Persian).

- Arsbaran, A. (2001). Organization and administration of school affairs department. Third edition -Tehran, Arshad Publishing House.(In Persian)
- Bahia K., & Nantel J. (2000). A Reliable and Valid Measurement Scale for the Perceived Service Quality of Bank. *International Journal of Bank Marketing*, 18(2), 84-91.
- Baloch, Q. B., Jamshed, J., & Zaman, G. (2014). Enhancing Service Quality & Reviving Competitiveness of Pakistan International Airline. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 7(2), 346-359.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). The service-quality puzzle. *Business horizons*, 31(5), 35-43.
- Elwani, M. (1993). public Management. 6th edition - Tehran, Ney publishing house.(In Persian).
- Hosseini, H., Qadri, S. (2010). Model of factors affecting the quality of banking services. *Business Management Perspectives*, 3, 115-89.(In Persian)
- Kandampully, J. (1998). Service quality to service loyalty: A relationship which goes beyond customer services. *Total quality management*, 9(6), 431-443.
- Kotler, P, Armstrong, G, Principles of Marketing, (2000), Additional student.
- Lee, S. M., Lee, D., & Kang, C. Y. (2012). The impact of high-performance work systems in the health-care industry: employee reactions, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Service Industries Journal*, 32(1), 17-36.
- Lotfabadi, H. (2005). Educational psychology, Samt Publications.(In Persian).
- Lu, W. M., & Lo, S. F. (2009). An interactive benchmark model ranking performers—application to financial holding companies. *Mathematical and Computer Modelling*, 49(1-2), 172-179.
- Maghyereh A., & Awartani B. (2014). Bank distress prediction: Empirical evidence from the Gulf Cooperation Council countries. *Research in International Business and Finance*, 30, 126–147.
- Malviya. S, (2014), Internet Banking Service Quality and Its Impact On Customer Satisfaction, *International Journal of Business and Management Invention* vol 3,1- 6.
- McLeod, Jr. R. (1994). *Information System Concepts*. New York: MacMillan.
- Mousavi Serizdi, c. (2007). Principles of supervision. Tehran, Publications: Termeh, first edition, p.8. (In Persian).
- Njovo, M., & Makacha, C. (2015). Service Quality: A key Determinant of organizational Competitiveness. *Archive Research Journal*, 3(1), 238-245.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, No.1, pp. 12–40.



- Proenca, F. Joao, Antonia R.drigues, Maria, (2011), A Comparison of users and non-users of banking self-service technology in Portugal, *Managing service quality analysis, Managing Service Quality* 2001; 11(2): 121-31.
- Rezaee Malek, N., Rezaee Malek, M., Tavakoli Moghadam, M. (2013). Evaluating the management of banking services using knowledge management and mobile banking in Bank Mellat. *Journal of Marketing Management*, No. 25, pp. 101-114.
- Safai, A. (2011). information management systems. Jabraben Hayan Pharmaceutical Company, Tehran. (In Persian).
- Schwepker Jr, C. H., & Hartline, M. D. (2005). Managing the ethical climate of customer-contact service employees. *Journal of Service Research*, 7(4), 377-397.
- Setia, P., Setia, P., Venkatesh, V., & Joglekar, S. (2013). Leveraging digital technologies: How information quality leads to localized capabilities and customer service performance. *MIS quarterly*, 565-590.
- Stuart M. Redman t. (2010). The Role of Human Resource Management in information system. *Development management school vol 45*.
- Wong, A. and Sohal, A. (2003). Service quality and customer loyalty perspectives on two levels of retail relationships. *Journal of Service Marketing*, Issu.17, No.5, pp. 495-513.
- Yahiavi, S. (2011). Examining the skills needed by branch managers based on the 3 skills of Robert Katz. *Development Management Process*, Volume 25, Number 3, Series 81, pp. 119-93.
- Yang, C., & Liu, H. M. (2012). Managerial efficiency in Taiwan bank branches: A network DEA. *Economic Modelling*, 29(2), 450-461.
- Zeithaml, V. A. (1998). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.