

کیفیت خدمات و الکترونیکی در صنعت بانکداری چابک

محمد مهدی مظفیری^{*۱}

^۱ استادیار مدیریت، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۰۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۵/۳۰

چکیده

پژوهش حاضر از حیث نوع پژوهش، کاربردی است و از نظر گردآوری داده‌های مورد نیاز از نوع توصیفی-پیمایشی می‌باشد؛ که در دو بخش کیفی و کمی انجام شده است. هدف از انجام این تحقیق ارائه الگویی به منظور تبیین عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک می‌باشد. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و صنعت بانکداری بوده و در بخش کمی نیز کلیه مشتریان شعب بانک ملی ایران در شهر قزوین می‌باشد. در این پژوهش به منظور اطمینان یافتن از پایایی پرسشنامه، از سه معیار ضرایب بارهای عاملی، ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی بهره گرفته شده است. همچنین به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق و تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. نتایج بدست آمده از تحقیق حاکی از آن است که تمامی فرضیات تحقیق شامل تاثیر کیفیت رفتاری ارایه دهندگان خدمت، کیفیت خدمات دستگاه‌ها، کیفیت الکترونیکی خدمت، کیفیت مبادله‌ای خدمت و کیفیت سیستم خدماتی بر کیفیت خدمات بانکی چابک مورد تایید قرار گرفته‌اند.

کلمات کلیدی: کیفیت خدمات، چابکی، صنعت بانکداری.

*- نویسنده مسئول: Email: mozaffari@soc.ikiu.ac.ir

مقدمه

امروزه فراهم کردن خدمات با کیفیت بالا برای مشتریان یکی از مهمترین چالش‌های پیش روی بسیاری از سازمان‌ها می‌باشد. هیچ سازمانی نمی‌تواند به بقای خود ادامه دهد مگر اینکه بتواند تعداد کافی از مشتریان رضایت‌مند جذب و حفظ کند (نمین^۱، ۲۰۱۷).

افزایش رقابت در بازار، شرکت‌ها را مجبور به اندیشیدن در خصوص بکارگیری استراتژی‌هایی با هدف جذب و نگهداری مشتریان نموده است. در میان استراتژی‌های مختلف بکار گرفته شده توسط شرکت‌ها، تمرکز بر بهبود کیفیت خدمات اهمیت ویژه‌ای دارد (آقا کسیری^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). زیرا کیفیت خدمات به دنبال بهبود رضایت مشتری و افزایش وفاداری آنها می‌باشد (جیانگ و ژانگ^۳، ۲۰۱۶).

در یک تعریف ساده می‌توان گفت کیفیت خدمات عبارت است از ارزیابی کلی مشتری از عملکرد ارائه دهنده خدمات (لین^۴ و همکاران، ۲۰۱۴). ارائه خدمات با کیفیت بالا کلید موفقیت در صنایع خدماتی است. چرا که رقابت شدید میان صنایع مختلف در عصر حاضر، موجب شده تا پایش و بهبود کیفیت خدمات به عنصری بسیار ضروری برای توسعه بهره‌وری در سازمان‌ها تبدیل شود (مسالا و پائول^۵، ۲۰۱۶).

از سوی دیگر، همگام با توسعه تکنولوژی‌های نوین، سازمان‌هایی می‌توانند در محیط پویا و پررقیب کسب‌وکار موفق باشند که ضمن آگاهی از نیازها و خواسته‌های مشتریان، امکان پاسخگویی سریع به این نیازها را از طریق بکارگیری فناوری‌های جدید داشته باشند. امروزه رویکرد مزیت رقابتی ناپایدار به عنوان مهم‌ترین عامل تداوم فعالیت و کسب جایگاه رقابتی مطلوب، جایگزین باورهای پیشین سازمان‌ها در خصوص کسب مزیت رقابتی پایدار شده است. این رویکرد باعث شکل‌گیری مفهوم جدیدی در حوزه کسب‌وکار با عنوان چابکی شده است. چابکی سازمانی، عبارت است از توانایی شرکت برای پاسخ سریع و موفقیت آمیز به تغییرات محیطی (خوشحالان و ستاری اردبیلی^۶، ۲۰۱۶). چابکی سازمانی بر عملکرد یک سازمان از نظر کیفیت ارائه

1- Namin

2- Agha Kasiri

3- Jiang & Zhang

4- Lien

5- Meesala & Paul

6- Khoshlahn & Sattari Ardabili

خدمات تاثیر گذاشته و در امور مربوط به سازمان نقش تسهیل کننده را ایفا می‌کند (ساگارا ناوارا^۱ و همکاران، ۲۰۱۵).

چابکی سازمانی برای سازمان‌های مواجه با شرایط در حال تغییر لازم است تا با استفاده از عوامل تولید برای رسیدن به اهداف سازمان، کارکنان و سهامداران استفاده نماید (سیگارا ناوارو^۲ و همکاران، ۲۰۱۵).

چندین دهه است که سازمان‌ها و شرکت‌ها برای نشان دادن اهمیت مزیت زمان محوری به عنوان یکی از ابعاد اصلی چابکی در حال تلاش برای بهبود سرعت و بهره‌وری در زنجیره عرضه خدمات در محیط‌های کسب و کار پویا می‌باشند (شین^۳ و همکاران، ۲۰۱۵). شکست در ارائه خدمات زمانی اتفاق می‌افتد که خدمات مورد نیاز در برخی موارد ضعیف و ناقص ارائه شده باشد. این امر منجر به صرف هزینه و انرژی بیشتر شده و مانعی بزرگ بر سر راه رقابت با دیگر سازمان‌ها می‌باشد (عثمان^۴ و همکاران، ۲۰۱۳).

در عرصه بانکداری نیز چابکی به معنای سرعت در ارائه خدمات بانکی و نیز منعطف بودن و چالاکي مبتنی بر هوشمندی بانک می‌باشد. بانک چابک قادر است با سرعت بالا خدمات جدیدی را برای پاسخگویی به نیازهای هر مشتری ارائه نماید. امروزه تغییرات سریع در فناوری‌های نوین بانکی، وجود ساختارهای سازمانی متعدد در بانک‌ها، تغییرات سریع در نیازهای بانکی مشتریان و کاهش هزینه‌های رویگردانی مشتریان موجب شده تا حرکت به سمت بانکداری چابک به یک الزام تبدیل شود. از دیگر مواردی که موجب حرکت بانک‌ها به سمت بانکداری چابک شده است می‌توان به کسب مزیت رقابتی، حفظ و افزایش سهم بازار در محیط رقابتی و پاسخگویی به انتظارات و نیازهای آشکار و پنهان مشتریان، تنوع‌بخشی به پرتفوی محصولات و خدمات، وفادارسازی مشتریان، صرفه‌جویی در زمان و هزینه و همچنین افزایش سودآوری اشاره نمود. حال با توجه به اهمیت چابکی و حرکت به سوی بانکداری چابک و نیز ضرورت پرداختن سازمان‌ها به ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان در

-
- 1- Sagara-Tavara
 - 2- Cegarra-Navarro
 - 3- Shin
 - 4- Othman

این پژوهش به ارائه الگویی به منظور تبیین عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک پرداخته شده است.

مروری بر ادبیات تحقیق

در این بخش از تحقیق به مروری مختصر پیرامون مفاهیم کلیدی مورد استفاده در تحقیق خواهیم پرداخت. در این راستا متغیرهای کیفیت خدمات و چابکی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

کیفیت خدمات

از زمانی که نقش خدمات در زندگی روزمره آشکار شد، مقوله «کیفیت خدمات» نیز به عنوان مشخصه اصلی رقابت بین سازمان‌ها مورد توجه قرار گرفت به طوری که توجه به کیفیت خدمات، سازمان را از رقبایش متمایز ساخته و سبب کسب مزیت رقابتی می‌شود (آلدایان و باتل^۱، ۲۰۰۲؛ حسینی و قادری، ۱۳۸۹).

کیفیت خدمات عبات است از تفاوت بین انتظارات مشتریان قبل از استفاده از خدمات سازمان و تصویری که از خدمات دریافت شده دارند (جورج^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). گرونورز^۳ (۱۹۸۴) دو بعد مجزا برای کیفیت خدمات شامل کیفیت فنی و عملکردی ارائه کرده است. کیفیت فنی به میزانی که خدمات اصلی سازمان مطابق با انتظارات مشتریان باشد اشاره دارد، در حالی که کیفیت عملکردی نشان دهنده ادراکات از فرایند ارائه خدمات می‌باشد (لین^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). قصد مشتریان برای استفاده از خدمات یک شرکت، تحت تاثیر ادراکات آنها از کیفیت خدمات ارائه شده قرار می‌گیرد؛ که این ادراکات، موفقیت یا شکست سازمان را تعیین می‌کند (لین و همکاران، ۲۰۱۷). همان‌گونه که اشاره شد ادراکات مشتریان از تجربه استفاده از خدمات شرکت، عامل کلیدی موفقیت سازمان‌های خدماتی بوده (لامینگ و میسون^۵، ۲۰۱۴) و این ادراکات، نگرش آنها را زمانی که می‌خواهند درباره کیفیت خدمات دریافت شده قضاوت کنند، به طور مستقیم تحت تاثیر قرار می‌دهد (بریدا^۶ و همکاران، ۲۰۱۶).

-
- 1- Aldlaigan and Buttle
 - 2- George
 - 3- Gronoors
 - 4- Lien
 - 5 . Laming & Mason
 - 6- Brida

همچنین عملکرد موفقیت آمیز شرکت‌ها به ارائه ارزش‌های متمایز و کیفیت خدمات ارائه شده بستگی داشته و کیفیت ادراک شده موجب خلق مزیت رقابتی در بازار می‌شود (نمین، ۲۰۱۷).

از این‌رو، سازمان‌های خدماتی از جمله بانک‌ها باید به دنبال افزایش کیفیت خدمات خود باشند، چرا که به کیفیت به عنوان یک عامل اساسی که می‌تواند مزیت رقابتی ایجاد کند، نگرسته می‌شود و برای تحقق افزایش کیفیت خدمات باید عوامل افزایش آن را ارتقاء داد (جمشیدی اوانکی و همکاران، ۱۳۸۸).

چابکی

یکی از مهم‌ترین عوامل موثر بر موفقیت سازمان‌ها، در محیط‌های پویا چابکی است. چابکی سازمانی توانایی پاسخ سریع و موفقیت آمیز به تغییرات محیط تعریف شده است. سازمان‌های چابک می‌تواند هزینه‌های خود را کاهش داده و موجب افزایش سهم بازار، افزایش رضایت مشتریان، توسعه خدمات جدید و افزایش رقابت پذیری سازمان گردند (بهرامی و همکاران^۱، ۲۰۱۶).

چابکی سازمانی اشاره به ارتباط نزدیک و مداوم بین کسب و کار، سهامداران و دیگر عوامل محیطی دارد که به سازمان اجازه می‌دهد در شرایط در حال تغییر محیطی، پاسخگویی موثر داشته باشد (سیگارا ناوارو^۲ و همکاران، ۲۰۱۵).

شریفی و ژانگ^۳ (۲۰۰۱) به منظور تبیین ابعاد چابکی سازمانی چهار عامل توانایی پاسخگویی، شایستگی، انعطاف‌پذیری و سرعت را معرفی نموده‌اند (بهرامی و همکاران، ۲۰۱۶).

پاسخگویی به توانایی تشخیص سریع تغییرات و واکنش مناسب نیز و استفاده از آن تغییرات اشاره دارد. شایستگی نشان دهنده توانایی رسیدن به اهداف سازمان می‌باشد. انعطاف‌پذیری توانایی هدایت فرایندهای مختلف و رسیدن به اهداف متفاوت با امکانات مشابه است. سرعت نیز بیانگر توانایی انجام فعالیت‌ها در کمترین زمان ممکن می‌باشد (دانش قلیچ خانی و حکاک^۴، ۲۰۱۶).

1- Bahrami

2- Cegarra-Navarro

3- Sharifi & Zhang

4- Danesh GhalichKhani & Hakkak

چارچوب نظری تحقیق

مدل مفهومی این پژوهش بر اساس الگوی ارائه شده توسط آلدایان و باتل (۲۰۰۲) تدوین گردیده است. آن‌ها در پی یکسری تحقیقات در زمینه کیفیت خدمات بانکی، مقیاس جدیدی با عنوان «مقیاس نظام مبادله‌ای کیفیت خدمات بانکی» ارائه کرده‌اند که شامل ۲۱ مؤلفه در چهار بعد است. این چهار بعد به شرح زیر می‌باشند:

کیفیت سیستم خدمات^۱:

شامل ترکیبی از مؤلفه‌هایی است که به عملکرد فنی و وظیفه‌ای در سطح سازمان مربوط هستند.

کیفیت خدمات رفتاری^۲:

این بعد بیانگر ارزیابی چگونگی خدمات ارائه شده کارکنان است و صفات رفتاری کارکنان مانند ادب، تواضع و روابط دوستانه را شامل می‌شود.

صحت مبادلاتی خدمات^۳:

این عامل بر کیفیت خدمات فنی، دقت سیستم و کارکنان تأکید دارد. این بعد، تجربه مشتریان از فراوانی خطا در تراکنش‌ها و اشتباه‌های کارکنان در هنگام ارائه خدمت به مشتریان، نشأت می‌گیرد.

کیفیت خدمات ماشینی^۴:

این عامل بر کیفیت ماشین و تجهیزات تأکید دارد و شامل قابلیت اعتماد ماشین‌ها و رضایت بخش بودن نتایج عملکرد ماشین‌ها را هنگام استفاده می‌شود. در پژوهش حاضر جهت تدوین الگوی عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک با مصاحبه با ۹ نفر از خبرگان دانشگاهی و صنعت بانکداری و تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری باز و محوری، مدل زیر با ۵ بعد و ۱۸ شاخص به منظور تبیین عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک تعیین گردید.

در کدگذاری باز مفاهیم کلیدی گفته‌های افراد مصاحبه شده استخراج شده و در کدگذاری محوری عنوانی به مجموعه‌ای از مفاهیم مشترک بیان شده تعلق می‌گیرد. در

-
- 1- Service System Quality (SSQ)
 - 2- Behavior Service Quality (BSQ)
 - 3- Service Transactional Accuracy (STA)
 - 4- Machine Service Quality (MSQ)

نهایت مولفه‌های کدگذاری محوری در قالب چارچوبی کلی‌تر از موضوعات تحت عنوان "تم" طبقه بندی می‌شوند (آنسلم و کوربین ۱۳۸۵). در این راستا در بخش کدگذاری باز شاخص‌های ارائه شده توسط هر مصاحبه شونده به منظور شناسایی عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک مشخص شده و در بخش کدگذاری محوری شاخص‌های نزدیک به هم در دسته‌های کلی‌تر طبقه‌بندی شده و مفهومی کلی که بیانگر ویژگی‌های شاخص‌های آن طبقه باشد به آن تعلق می‌گیرد. در پایان نیز کلیه شاخص‌ها در قالب یک جدول کلی دسته بندی شده و الگوی نهایی پژوهش را ارائه می‌دهد.

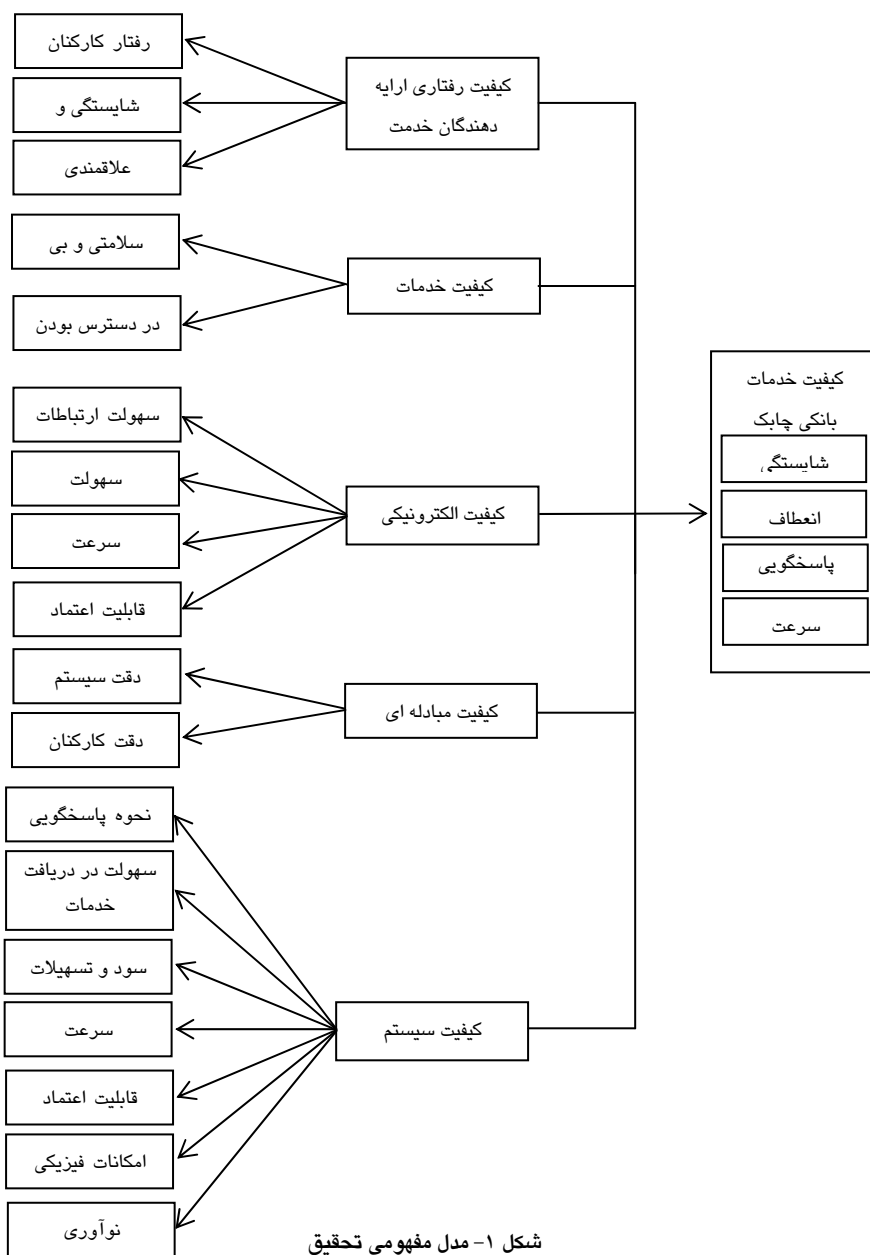
جدول (۱) به جمع‌بندی شاخص‌ها و ابعاد شناسایی شده موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک پرداخته است.

جدول ۱- شاخص‌ها و ابعاد شناسایی شده موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک

تم	کد گذاری محوری	کد گذاری باز	کد مصاحبه شونده
عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک	کیفیت رفتاری ارائه دهندگان خدمت	رفتار کارکنان	I ₁ , I ₅ , I ₇
		شایستگی و مهارت پرسنل	I ₁ , I ₅ , I ₇ , I ₉
		علاقتمندی	I ₁ , I ₅ , I ₉
	کیفیت خدمات دستگاهها	سلامت و بی نقص	I ₁ , I ₃ , I ₅ , I ₇ , I ₈ , I ₉
		در دسترس بودن	I ₃ , I ₅ , I ₉
	کیفیت مبادله‌ای	دقت سیستم	I ₂ , I ₆ , I ₈ , I ₉
		دقت کارکنان	I ₂ , I ₆ , I ₉
	کیفیت الکترونیکی خدمات بانکی چابک	سهولت ارتباطات	I ₂ , I ₅ , I ₈
		سهولت دسترسی	I ₂ , I ₄ , I ₅ , I ₈
		سرعت پاسخگویی	I ₃ , I ₆ , I ₇
		قابلیت اعتماد	I ₃ , I ₆ , I ₈
	کیفیت سیستم خدماتی	نحوه پاسخگویی	I ₁ , I ₅ , I ₈
		سهولت در دریافت خدمات	I ₁ , I ₅ , I ₈
		سرعت پاسخگویی به مشتریان	I ₄ , I ₈
		سود و تسهیلات	I ₃ , I ₄ , I ₆ , I ₉
		قابلیت اعتماد	I ₃ , I ₄ , I ₆ , I ₉
		نوآوری	I ₂ , I ₄ , I ₅
		امکانات فیزیکی	I ₅ , I ₈ , I ₉

همان‌گونه که در جدول فوق مشاهده شد با جمع‌بندی مصاحبه‌های صورت گرفته مجموعاً ۱۸ شاخص در قالب ۵ بعد اصلی به عنوان عوامل موثر بر کیفیت خدمات بانکی چابک شناسایی گردید.

حال بر اساس ابعاد و شاخص های شناسایی شده می توان اقدام به تدوین مدل مفهومی تحقیق نمود. شکل (۱) مدل مذکور را نشان می دهد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

لازم به ذکر است که در این مدل جهت بررسی چابکی نیز از چهار بعد معرفی شده توسط شریفی و ژانگ (۲۰۰۱) شامل توانایی پاسخگویی، شایستگی، انعطاف‌پذیری و سرعت استفاده شده است.

فرضیات تحقیق

- کیفیت رفتاری ارایه دهندگان خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.
- کیفیت خدمات دستگاه‌ها بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.
- کیفیت الکترونیکی خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.
- کیفیت مبادله ای خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.
- کیفیت سیستم خدماتی بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از شاخه پیمایشی می‌باشد؛ که در دو بخش کیفی و کمی انجام شده است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و صنعت بانکداری بوده‌اند که با استفاده از راهبرد نمونه‌گیری هدفمند و غیر تصادفی تعداد ۹ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. در بخش کمی نیز جامعه آماری شامل کلیه مشتریان بانک ملی ایران در شهر قزوین بوده و از آنجا که حجم جامعه نامشخص می‌باشد بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۴ نفر برآورد شد. همچنین در در بخش کمی این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده تصادفی اقدام به توزیع پرسشنامه گردید. بدین صورت که ابتدا شهر قزوین به ۳ منطقه طبقه‌بندی شدند و سپس به روش تصادفی ساده پرسشنامه‌ها بین مشتریان شعب این بانک در هر منطقه توزیع شد. در گردآوری اطلاعات از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (شامل پرسشنامه) استفاده شده است. همچنین جهت اطمینان از پایایی پرسشنامه، از دو معیارضرایب بارهای عاملی و آلفای کرونباخ استفاده شده است. درنهایت جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل معادلات ساختاری و نرم افزار Smart PLS استفاده شده است.

یافته‌ها

در این بخش از تحقیق، ابتدا برآزش مدل‌های اندازه‌گیری مورد بررسی قرار گرفته در آن به بررسی و تفسیر روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق پرداخته می‌شود. سپس به آزمون فرضیات تحقیق پرداخته‌ایم.

بررسی برآزش مدل‌های اندازه‌گیری

پایایی

در این تحقیق جهت بررسی پایایی پرسشنامه از دو معیار ضرایب بارهای عاملی و آلفای کرونباخ استفاده شده است که در ادامه هر یک به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن‌ها تفسیر شده و گزارش می‌گردد.

ضرایب بارهای عاملی

ضرایب بارهای عاملی سؤالات پرسشنامه تحقیق از قرار زیر می‌باشد.

جدول ۳- ضرایب بارهای عاملی سؤالات

سؤالات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
بار عاملی	۰/۵۸۹	۰/۶۹۷	۰/۶۰۷	۰/۷۷۴	۰/۸۰۹	۰/۷۹۰	۰/۸۴۴	۰/۷۱۶	۰/۶۵۸
سؤال	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
بار عاملی	۰/۵۳۶	۰/۴۱۹	۰/۸۰۳	۰/۷۱۲	۰/۷۴۱	۰/۵۰۰	۰/۵۶۴	۰/۷۲۷	۰/۵۵۴
سؤال	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷
بار عاملی	۰/۶۰۲	۰/۷۱۸	۰/۶۱۴	۰/۵۰۵	۰/۸۱۸	۰/۵۹۴	۰/۶۰۵	۰/۶۵۲	۰/۷۹۱
سؤال	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۳۲	۳۳	۳۴	۳۵	۳۶
بار عاملی	۰/۶۴۴	۰/۷۲۳	۰/۶۵۸	۰/۸۴۷	۰/۸۶۷	۰/۸۳۰	۰/۸۲۴	۰/۴۱۱	۰/۵۳۳
سؤال	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰	۴۱	۴۲	۴۳	۴۴	۴۵
بار عاملی	۰/۷۲۳	۰/۸۷۵	۰/۵۶۳	۰/۷۴۲	۰/۶۲۷	۰/۹۰۶	۰/۶۶۵	۰/۵۹۰	۰/۶۸۵
سؤال	۴۶	۴۷	۴۸	۴۹	۵۰	۵۱	۵۲	۵۳	۵۴
بار عاملی	۰/۷۲۸	۰/۶۵۵	۰/۷۵۳	۰/۶۹۴	۰/۹۰۹	۰/۵۸۷	۰/۴۹۹	۰/۵۹۲	۰/۷۱۱
سؤال	۵۵	۵۶	۵۷	۵۸	۵۹	۶۰	۶۱	۶۲	۶۳
بار عاملی	۰/۶۰۷	۰/۷۵۲	۰/۶۱۷	۰/۶۳۷	۰/۴۶۶	۰/۸۵۵	۰/۷۲۳	۰/۶۱۴	۰/۶۹۸
سؤال	۶۴	۶۵	۶۶	۶۷	۶۸	۶۹	۷۰	۷۱	۷۲
بار عاملی	۰/۴۴۶	۰/۸۲۲	۰/۷۷۹	۰/۷۴۲	۰/۸۵۳	۰/۵۴۶	۰/۵۳۲	۰/۸۷۲	۰/۹۱۷
سؤال	۷۳	۷۴	۷۵	۷۶	۷۷	۷۸	۷۹	۸۰	۸۱
بار عاملی	۰/۷۱۱	۰/۷۷۳	۰/۶۵۸	۰/۵۷۱	-	-	-	-	-

با توجه به اینکه مقدار مناسب ضرایب بارهای عاملی، برابر و یا بیشتر از مقدار ۰/۴ (هالند^۱، ۱۹۹۹) است و مطابق یافته‌های جدول (۳) مقادیر بدست آمده برای تمامی سؤالات بیشتر از ۰/۴ است، لذا می‌توان گفت پایایی مناسب می‌باشد.

آلفای کرونباخ

آلفای کرونباخ هر یک از متغیرهای تحقیق در جدول (۴) قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۴- ضریب آلفای کرونباخ هر یک از متغیرها

نام متغیر	آلفای کرونباخ	نام متغیر	آلفای کرونباخ
رفتار کارکنان	۰/۷۸۳	نحوه پاسخگویی	۰/۷۴۲
شایستگی و مهارت پرسنل	۰/۸۴۳	سهولت در دریافت خدمات	۰/۸۲۳
علاقتمندی	۰/۸۰۶	سرعت پاسخگویی به مشتریان	۰/۸۱۴
سلامت و بی نقص بودن	۰/۸۶۴	سود و تسهیلات	۰/۷۹۹
در دسترس بودن	۰/۸۶۵	قابلیت اعتماد	۰/۸۱۲
سهولت ارتباطات	۰/۷۰۴	امکانات فیزیکی	۰/۹۰۲
سهولت دسترسی	۰/۸۳۱	نوآوری	۰/۷۶۶
سرعت پاسخگویی	۰/۷۷۰	شایستگی سیستم بانکی	۰/۷۴۹
قابلیت اعتماد	۰/۸۷۴	انعطاف‌پذیری سیستم بانکی	۰/۸۱۱
دقت سیستم	۰/۷۵۳	پاسخ‌گویی سیستم بانکی	۰/۸۸۱
دقت کارکنان	۰/۷۴۲	سرعت تطبیق سیستم بانکی	۰/۷۸۵

با توجه به اینکه مقدار مناسب آلفای کرونباخ ۰/۷ (کرونباخ^۱، ۱۹۵۱) است و مطابق یافته‌های جدول (۴) مقدار بدست آمده برای تمامی متغیرها، بیشتر از ۰/۷ می‌باشد لذا می‌توان پایایی را مناسب دانست.

روایی

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد در این تحقیق برای بررسی روایی از روایی همگرا (معیار AVE) استفاده شده که در ادامه مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن تفسیر شده و گزارش می‌گردد.

روایی همگرا

جهت بررسی روایی همگرا از شاخص میانگین واریانس استخراجی متغیرها استفاده می‌شود. میانگین واریانس استخراجی مربوط به هر یک از متغیرهای تحقیق در جدول (۶) قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۶- میانگین واریانس استخراجی متغیرها

نام متغیر	AVE	نام متغیر	AVE
رفتار کارکنان	۰/۴۳۷	نحوه پاسخگویی	۰/۶۲۳
شایستگی و مهارت پرسنل	۰/۴۸۸	سهولت در دریافت خدمات	۰/۴۹۹
علاقتمندی	۰/۷۲۰	سرعت پاسخگویی به مشتریان	۰/۷۱۲
سلامت و بی نقص	۰/۸۷۷	سود و تسهیلات	۰/۶۳۲
در دسترس بودن	۰/۷۸۸	قابلیت اعتماد	۰/۷۷۱
سهولت ارتباطات	۰/۶۰۴	امکانات فیزیکی	۰/۵۳۳
سهولت دسترسی	۰/۴۶۳	نوآوری	۰/۵۹۷
سرعت پاسخگویی	۰/۵۳۳	شایستگی سیستم بانکی	۰/۷۲۱
قابلیت اعتماد	۰/۵۱۵	انعطاف‌پذیری سیستم بانکی	۰/۸۰۳
دقت سیستم	۰/۶۴۹	پاسخگویی سیستم بانکی	۰/۷۵۶
دقت کارکنان	۰/۵۱۱	سرعت تطبیق سیستم بانکی	۰/۷۷۴

با توجه به اینکه مقدار مناسب AVE، ۰/۴ است (مگنر و همکاران، ۱۹۹۶) و مطابق یافته‌های جدول ۶ مقدار بدست آمده برای تمامی متغیر بیشتر از ۰/۴ می‌باشد لذا می‌توان گفت روایی همگرا مناسب می‌باشد.

آزمودن فرضیه‌ها

در جدول ۷ رابطه بین متغیرهای تحقیق بر اساس فرضیات تحقیق ارائه شده و بر اساس آن به تأیید یا رد فرضیات اقدام شده است.

جدول ۷- نتیجه فرضیه‌های تحقیق بر اساس نتایج مدل‌های ساختاری

فرضیات	ضرایب معناداری	ضرایب مسیر	نتیجه آزمون
کیفیت رفتاری ارائه دهندگان خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.	۳/۷۷	۰/۵۵۴	تأیید
کیفیت خدمات دستگاهها بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.	۲/۶۲	۰/۳۲۱	تأیید
کیفیت الکترونیکی خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.	۴/۲۲۳	۰/۶۳۹	تأیید
کیفیت مبادله ای خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.	۳/۰۱	۰/۴۱۷	تأیید
کیفیت سیستم خدماتی بر کیفیت خدمات بانکی چابک تاثیر دارد.	۲/۹۹	۰/۳۸۷	تأیید

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

مطلوبیت کیفیت خدمات بانکی، فرآیندی است دائمی که باید همواره تحت کنترل و نظارت باشد و با مرتفع کردن موانع و مشکلات موجود به ارتقای سطح آن همت کرد. این فرآیند، علمی بین رشته‌ای است که باید به‌صورت موازی با سایر کانال‌های

توسعه کسب‌وکار بانک همگام باشد. برای قرار گرفتن در این برنامه کلی می‌توان از برنامه‌های فرعی و جانبی نیز استفاده کند.

در سال‌های اخیر با افزایش سطح رقابت در صنعت بانکداری به دلیل ورود بانک‌های خصوصی به این عرصه ارائه خدمات با کیفیت بالاتر توسط بانک‌ها جهت حفظ بقا و افزایش سودآوری به یک الزام تبدیل شده است.

از سوی دیگر از آنجا که بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری در محیطی پویا و همراه با تغییرات زیاد فعالیت می‌کنند، لازم است تا به دنبال کسب مزیت رقابتی باشند. که یکی از مهمترین مزیت‌های رقابتی لازم برای آنها این است که بیاموزند چگونه زودتر از رقبایشان نیازها و شرایط جدید محیط را شناسایی کرده و در پی پاسخگویی به آنها برآیند. این توانایی واکنش سریع همان مفهوم چابکی در فعالیت‌ها می‌باشد. تلاش برای چابک‌سازی در سازمان‌ها بعضا موجب می‌شود تا این سازمان‌ها دچار اشتباهاتی مانند بی توجهی یا کم توجهی به مقوله کیفیت خدمات گردند. بنابراین، بسیار اهمیت دارد تا چابک‌سازی در بستر کیفیت خدمات صورت گیرد.

پیوند میان ارائه خدمات با کیفیت و سریع نیازمند کسب توانمندی‌های ویژه‌ای در سازمان‌ها می‌باشند. چرا که کیفیت و سرعت دو مقوله تقریبا متضاد می‌باشند که معمولا توجه به یکی سازمان را از توجه به دیگری باز می‌دارد. سازمان‌ها برای نیل به این هدف نیازمند تقویت مهارت دوسوتوانی در سازمان خود می‌باشند. بطوری‌که همزمان بتوانند هم کیفیت خدمات خود را حفظ نمایند و هم بتوانند پاسخ سریع به تغییرات محیطی بدهند.

با توجه به این مهم در این پژوهش جهت توانمندسازی بانک‌ها برای حفظ چابکی ضمن ارائه خدمات با کیفیت مدلی ارائه و مورد آزمون قرار گرفت که نتایج آن ه شرح زیر قابل ارائه می‌باشد. با تایید شدن فرضیه تاثیرگذاری کیفیت رفتاری ارائه دهندگان خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک میتوان بیان داشت که رفتار کارکنان، شایستگی و مهارت پرسنل، علاقمندی کارکنان و شاخص‌هایی از این دست می‌توانند منجر به بهبود کیفیت خدمات بانکی چابک گردد. از سوی دیگر با تایید شدن فرضیه تاثیرگذاری کیفیت خدمات دستگاه‌ها و کیفیت الکترونیکی خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک اینگونه استنباط می‌شود که سلامتی و بی نقصی دستگاه‌ها، در دسترس

بودن، سهولت ارتباطات، سرعت پاسخگویی و شاخص‌هایی از این دست می‌تواند منجر به افزایش سرعت و انعطاف پذیری خدمات بانکی و در نهایت بهبود کیفیت خدمات بانکی چابک گردد. همچنین تایید شدن فرضیه تاثیرگذاری کیفیت مبادله‌ای خدمت بر کیفیت خدمات بانکی چابک نشان می‌دهد که دقت سیستم و دقت کارکنان موجب کاهش خطا و در نتیجه افزایش سرعت ارائه خدمات و به دنبال آن بهبود کیفیت خدمات بانکی چابک گردد. در نهایت نیز با تایید شدن فرضیه تاثیرگذاری کیفیت سیستم خدماتی بر کیفیت خدمات بانکی چابک اینگونه میتوان نتیجه گیری نمود که شاخص‌هایی چون نحوه پاسخگویی، سهولت در دریافت خدمات، سرعت پاسخگویی به مشتریان، سود و تسهیلات، قابلیت اعتماد، امکانات فیزیکی و نوآوری در ارائه خدمات می‌تواند منجر به بهبود کیفیت خدمات بانکی چابک گردد.

پیشنهادات کاربردی

- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا مدیریت، ترتیباتی اتخاذ نماید تا فرهنگ پذیرش اشتباه و عذر خواهی بابت تاخیر در انجام کارها در بین کارکنان بانک ایجاد گردد.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا مدیریت، کارکنان را ملزم به داشتن رفتار مؤدبانه و همراه با تواضع با مشتریان نماید.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا همواره کارکنان اطلاعات مورد نیاز مشتری را به صورت شفاف و قابل درک ارائه نمایند.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا با برگزاری دوره‌های آموزشی مستمر دانش شغلی و مهارت‌های حرفه‌ای کارکنان به در حوزه کاری افزایش یابد.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا مدیریت، ترتیباتی اتخاذ نماید تا فرهنگ انعطاف پذیری و تمایل به اصلاح خدمات به منظور نیل به نیازهای مشتریان در میان کارکنان نهادینه شود.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا روش‌های متنوع جهت ارائه خدمات الکترونیکی مانند تلفن بانک، موبایل بانک اینترنت بانک و ... توسعه یابد.

- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا طراحی وبسایت بانکداری اینترنتی به گونه ای صورت گیرد تا امکان استفاده مشتریان با اینترنت کم سرعت و نیز مشتریان با سطح دانش پایین رایانه وجود داشته باشد.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا هنگام تماس مشتریان، پاسخ‌ها توسط صدای ضبط شده در اختیار مشتری قرار گیرد.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا امکان پاسخگویی آنلاین و سریع به مشتریان در نظر گرفته شود.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا یک فرایند تحویل خدمت بصورت استاندارد و ساده شده به منظور کاهش تشریفات زائد اداری طراحی گردد.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا جهت اعطای وام و تسهیلات شرایط آسانی جهت دریافت تضامین و وثایق در نظر گرفته شود.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا امکانات فیزیکی (از جمله صندلی‌های راحت، آب سردکن، سیستم سرمایشی و گرمایشی مناسب، فضای مطبوع) در شعب بانک در نظر گرفته شود.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا ارائه خدمات توسط عوامل فناورانه (از جمله امکان پرداخت الکترونیکی، واریز وجوه از طریق دستگاه‌ها، انتقالات و...) در بانک گسترش یابد.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا در این بانک خدمات جدید همواره جایگزین خدمات پیشین گردند.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا کارمندان در ازای ارائه ایده‌های جدید تشویق شوند.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا مدیران به چه میزان نسبت به نهادینه کردن نگاه نوآورانه در سطوح مختلف بانک متعهد باشند.
- ✓ پیشنهاد می‌گردد تا در این بانک از روش‌های تبلیغاتی مبتکرانه، مدرن و متنوع استفاده شود.

منابع و مأخذ

- ۱- جمشیدی اوانکی، مینا؛ مرجانی، امیر بابک؛ جمشیدی، لیلا (۱۳۸۸). تعهد سازمانی و کیفیت خدمات در بانک ملت، مدیریت کسب و کار ۱(۴): ۱۹۰-۱۷۱.
- ۲- حسینی، میرزا حسن؛ قادری، سمیه (۱۳۸۹). مدل عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات بانکی، چشم انداز مدیریت بازرگانی ۳(۳۶): ۸۹-۱۱۵.
- 3- Agha Kasiri, L., Guan Cheng, K. T., Sambasivan, M., & Sidind, S. Md. (2017). "Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty", *Journal of Retailing and Consumer Services* 35: 91-97
- 4- Aldlaigan, A. H., & Buttle, F. A. (2002). "SYSTRA-SQ: a new measure Of bank service quality". *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9): 362-381.
- 5- Bahrami, M. A., Kiani, M. M., Montazeralfaraj, R., Fallah Zadeh, H., & Mohammad Zadeh, M.(2016). "The Mediating Role of Organizational Learning in the Relationship of Organizational Intelligence and Organizational Agility". *Osong Public Health Res Perspect* 7(3): 190-196.
- 6- Brida, J. G., Moreno-Izquierdo, L., & Zapata-Aguirre, S.(2016). "Customer perception of service quality: The role of Information and Communication Technologies (ICTs) at airport functional areas". *Tourism Management Perspectives* 20: 209-216.
- 7- Cegarra-Navarro, J. G., Soto-Acosta, P., & Wensley, A.K.P.(2015). "Structured knowledge processes and firm performance: The role of organizational agility". *Journal of Business Research*69(5): 1544-1549
- 8- Cronbach, Lee J. (1951). "COEFFICIENT ALPHA AND THE INTERNAL STRUCTURE OF TESTS". *Psychometrika* 16(3): 297-334.
- 9- Danesh GhalichKhani, R., & Hakkak, M. (2016). "A Model for Measuring the Direct and Indirect Impact of Business Intelligence on Organizational Agility with Partial Mediatory role of Empowerment (Case Study: Tehran Construction Engineering Organization (TCEO) and ETKA Organization Industries.co)". *Social and Behavioral Sciences* 230 : 413 – 421.
- 10- George, B.; Henthorne, T. L.; Panko, T. R. (2013). "ASQual: Measuring tourist perceived service quality in an airport setting". *International Journal of Business Excellence*6(5): 526-536.
- 11- Hulland, John. (1999). " Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: a review of four recent studies". *Strategic Management, Journal* 20(2).
- 12- Jiang, H., & Zhang,Y.(2016)." An investigation of service quality, customer satisfaction and loyalty in China's airline market". *Journal of Air Transport Management* 57: 80-88
- 13- Khoshlahn, M.,& Sattari Ardabili, F. (2016)."The Role of Organizational Agility and Transformational Leadership in Service Recovery Prediction". *Social and Behavioral Sciences* 230: 142 – 149.
- 14- Laming, C., & Mason, K. (2014). "Customer experience - An analysis of the concept and its performance in airline brands". *Research in Transportation Business & Management* 10: 15-25.

- 15- Lien, C. H., Cao, B., & Zhou, X. (2017). "Service quality, satisfaction, stickiness, and usage intentions: An exploratory evaluation in the context of WeChat services". *Computers in Human Behavior* 68: 403–410.
- 16- Lien, C. H., Wu, J. J., Chen, Y. H., Wang, C. J. (2014). "Trust transfer and the effect of service quality on trust in the healthcare industry. *Managing Service Quality*". 24(4): 399–416.
- 17- Magner, N., Welker, R. B., & Campbell, T. L. (1996). "Testing a model of cognitive budgetary participation -processes in a latent variable structural equations framework". *Accounting and Business Research* 27(1): 41-50.
- 18- Meesala, A.,& Paul, J.(2016). "Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future, *Journal of Retailing and Consumer Services*". Available online, www.sciencedirect.com
- 19- Namin, A.(2017). "Revisiting customers' perception of service quality in fast food restaurants". *Journal of Retailing and Consumer Services* 34: 70–81.
- 20- Othman, Z., Mohd Zahari, M.S.,& Mohd Radzi, S. (2013). "Customer Behavioral Intention: Influence of service delivery failures and service recovery in Malay restaurants". *Social and Behavioral Sciences*: 115 – 121.
- 21- Sharifi, H.,& Zhang, Z. (2001)." Agile manufacturing in practice - Application of a methodology". *International Journal of Operations & Production Management*, 21(5-6): 772 - 794
- 22- Shin, H., Lee, J-N., Kim, D.,& Rhim, H. (2015). "Strategic agility of Korean small and medium enterprises and its influence on operational and firm performance". *International Journal of Production Economics* 168: Pages 81–196.