

بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود عملکرد و کارایی بانکها مبتنی بر الگوی سروکوال (مورد مطالعه بانک ملی شهر تهران)

مریم دردخوار¹

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود عملکرد و کارایی بانک ملی شهر تهران بوده است. تجارت نوین نیازمند ابزارها و زیرساخت‌های مناسبی برای گسترش فرآیندهای اقتصادی است بر این اساس پیوند میان فناوری اطلاعات و ارتباطات و بانکداری یکی از ملموس‌ترین و بدیهی‌ترین نکاتی است که به ذهن متبادر می‌شود با توجه به موضوع پژوهش، این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات همبستگی و از نوع پیمایشی بوده است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها نیز در این پژوهش پرسشنامه برگرفته از مقیاس سنجش کیفیت خدمات بر اساس الگوی سروکوال بوده که با بهره‌گیری از تحقیقات صورت گرفته و دریافت نظرات اساتید و کارشناسان بانکی تهیه گردید. پرسش‌نامه مذکور شامل 3 بخش می‌باشد: بخش اول- پرسش‌نامه شامل توضیح مختصری از پرسشنامه بوده و سپس سؤالات جمعیت شناختی از قبیل جنسیت، سن، میزان تحصیلات، شغل و میزان آشنایی با مؤلفه‌های ICT گنجانده شده است و سپس 5 سؤال با طیف لیکرت مربوط به میزان بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در شعب بانکی طراحی گردیده است و در ادامه 30 سؤال با طیف لیکرت مربوط به سنجش میزان تأثیر بکارگیری فناوری اطلاعات بر کیفیت خدمات بانکی بر اساس الگوی سروکوال ارائه شده است. نتایج به دست آمده از آمار استنباطی بدین صورت است که در بین ابعاد سروکوال بعد همدلی بالاترین رتبه را به خود اختصاص داده است. در بررسی مقایسه‌ی مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات مؤلفه کامپیوتر و خودپرداز در بعد پاسخگویی، پایانه‌ی فروش در بعد پاسخگویی، همدلی و اطمینان معنادار می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: فناوری اطلاعات، ارتباطات، بهبود عملکرد بانکها، بهبود کیفیت خدمات، الگوی سروکوال

¹ کارشناسی ارشد، مهندسی کامپیوتر، گرایش نرم افزار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بندرعباس، بندرعباس، ایران

در جهان امروز که سرعت و رقابت فزاینده در آن حرف اول را می‌زند در اختیار ما می‌گذارد. امروزه سازمان‌ها برای حفظ بقا و حضور در عرصه رقابت با بهره‌گیری از دستاوردهای علمی روز سعی در بهبود کیفیت خدمات خود دارند در این امر بانک‌ها نیز مستثنی نیستند (باورصاد و همکاران، 1393).

یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها در مراودات تجاری بانک‌ها هستند. بانک‌ها با برقراری ارتباطات نزدیک با مردم نقش کلیدی را در عرصه تجارت بازی می‌کنند و به همین دلیل همیشه در تلاش هستند برای پیشی گرفتن از رقیبان خدمات خود را در ابعاد کمی و کیفی گسترش دهند. امروزه اکثر بانک‌ها با محیطی کاملاً پویا روبرو هستند و همه بانک‌ها چه کوچک چه بزرگ با توجه به تغییرات برق‌آسا در موقعیت‌های رقابتی و شرایط حاکم بازار جذب و حفظ مشتری را سرلوحه برنامه خویش قرار داده‌اند. از سویی دیگر مشتریان فرصت‌های بیشتری برای مقایسه خدمات در اختیار دارند و قضاوت مشتری در مورد بانک بر اساس میزان توانمندی بانک در کمک به حل معضلات و توسعه تجارت او استوار می‌باشد (گارتر²، 2012).

در گذشته به دلایل متعددی نظیر فزونی تقاضا بر عرضه و محدود بودن رقابت در زمینه‌های مختلف به خواسته‌ها و نیازهای مشتریان توجه چندانی نمی‌شد و افراد مجبور بودند کالا یا خدمات خود را با هر کیفیتی دریافت کنند. در سال‌های اخیر به دلیل افزایش عرضه و رقابت سازمان‌های تولیدی و خدماتی جهت بقا و افزایش سودآوری و سهم بازار خویش مجبور به ارائه کالاها و خدماتی متنوع‌تر و باکیفیت‌تر و متناسب با خواسته‌ها تمایلات و سلیقه‌های مشتریان شدند. بنابراین سازمان‌های امروزی اغلب به دنبال یافتن راهکارهایی می‌باشند که هر چه بهتر بتوانند کیفیت کالاها و خدمات خود را بسنجند و در جهت ارتقای آن برآیند (مقیمی و حسن‌زاده، 1392).

مقدمه

سیمای کنونی جهان حاکی از انفجار اطلاعات حاصل از پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات است. رایانه و ارتباطات راه دور دگرگونی وسیع و سریعی در زندگی روزمره بشر ایجاد و نقاط مختلف دنیای امروز را به یکدیگر نزدیک نمودند. دهه‌ی آغازین قرن بیست و یک هزاره سوم به عصر اطلاعات و ارتباطات واگذار شده است و فناوری اطلاعات و ارتباطات توانست در روش‌های مرسوم کسب و کار تغییرات و تحولاتی را به وجود آورد و تأثیرات مثبت و قابل توجهی نیز داشته باشد (باورصاد و همکاران، 1393). حرکت جوامع صنعتی به سوی جامعه اطلاعاتی آغاز شده است و از اوایل دهه‌ی 90 به بعد شتابی فزاینده یافته و به گونه‌ای که سرعت این حرکت در کشورهای کمتر توسعه یافته از جمله ایران به خوبی نمایان است. اصطلاحاتی هم چون دولت الکترونیکی تجارت الکترونیکی آموزش الکترونیکی جامعه الکترونیکی و... به گوش عموم مردم آشناست. چنین چشم‌اندازی لزوم استفاده و به کارگیری فناوری اطلاعات در زمینه‌های مختلف را بیشتر می‌کند تا آنجا که به نظر می‌رسد فناوری اطلاعات از ابزارهایی است که با جذب و به کارگیری صحیح دقیق و سریع آن می‌توان در عرصه پرقابلیت امروز پیروز شد (مقیمی و حسن‌زاده، 1392).

توسعه فناوری اطلاعات آثار و تبعات مثبتی در عرصه‌های مختلف اقتصادی و جوامع بهره‌بردار از این فناوری‌ها گذاشته است. تجارت نوین نیازمند ابزارها و زیرساخت‌های مناسبی برای گسترش فرایندهای اقتصادی است. هنگامی که از پیوند میان فناوری اطلاعات و ارتباطات با امور مختلف صحبت می‌کنیم پیوند میان فناوری اطلاعات و ارتباطات و بانکداری یکی از ملموس‌ترین و بدیهی‌ترین نکاتی است که به ذهن متبادر می‌شود. بدون شک استفاده از دستاوردهای فناوری اطلاعات در صنعت بانکداری راه حل‌های بی‌همتایی برای پیشبرد فرایندهای مالی و تجاری

² Gartner

می‌دانند و با انجام سرمایه‌گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات قصد بهبود کیفیت کالا و خدمات خود را دارند (یانگ و همکاران³، 2012).

ساده‌انگاری است اگر تصور کنیم که فناوری اطلاعات و ارتباطات مستقیماً به سرعت و آشکارا بر بهبود کارایی و بهره‌وری و افزایش کیفیت خدمات تأثیرگذار است. در سال 1987 رابرت سالو به این حقیقت اشاره کرد که سرمایه‌گذاری وسیع در زمینه بهره‌گیری از ICT توسط شرکت‌های آمریکایی با رکود در بهره‌وری در سطح اقتصاد کلان همراه بود. از آن زمان به بعد مطالعات مربوط به ارتباط بین فناوری اطلاعات و ارتباطات و عملکرد سازمان‌ها قوت گرفت. به‌رحال عدم وضوح نتایج منفی از تأثیر به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز در سازمان‌ها گزارش شده است (عبدخدا، 1392).

برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات مدل‌های مختلفی مطرح شده است. مدل سروکوال یکی از مدل‌هایی است که از طریق تحلیل شکاف بین انتظارات و ادراکات مشتری سعی در میزان کیفیت خدمات دارد. این مدل هم‌چنین به تحلیل شکاف نیز معروف است. مدل سروکوال توسط پاراسورمان و زیت‌مهل ابداع گردید. این مدل کیفیت خدمات ارائه شده را از 5 بعد مورد ارزیابی قرار می‌دهد که عبارت‌اند از: عوامل محسوس قابلیت اعتبار پاسخ‌گویی اطمینان خاطر و همدلی. هدف نهایی این مدل رهنمون ساختن سازمان به سوی تعالی عملکرد می‌باشد (ماتیویز⁴، 2013).

موضوع مورد نظر از این جهت دارای اهمیت و ضرورت است که با تحقیق در این زمینه و ارائه الگوی مناسب نظام پیشنهادت به شناسایی و بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود عملکرد بانک‌ها پرداخته و با توجه به اینکه تاکنون این سیستم در میان کارکنان بانکی مورد توجه

در طول دو دهه گذشته مسئله کیفیت خدمات موضوعی مهم برای تحقیقات علمی بوده و به عنوان عامل کلیدی در ایجاد تمایز خدمات و خلق مزیت رقابتی قلمداد گردیده است. بانک‌ها به دلیل اتکای دارایی‌شان به سپرده‌های مردمی و نیز اهمیتی که افراد برای دارایی و پول خود قائل‌اند لازم است به مسئله کیفیت خدمات که نقش مهمی در جلب مشتری و حفظ آن دارد بیشتر توجه نمایند. و از طرفی ورود سازمان‌های مشتری‌گرا به عرصه رقابت و موفقیت آن‌ها اهمیت توجه به مسئله کیفیت را بیش از پیش برای بانکداران متبادر می‌سازد.

مدیران شرکت‌های خدماتی داخلی و بین‌المللی به خوبی آگاهند که کیفیت خدمات بانکی زمینه‌ساز سوددهی و ایجاد مزیت رقابتی است. به‌طور دقیق‌تری کیفی عملکردهای مهمی چون وفاداری مشتری پاسخگویی به تقاضا رشد سهم بازار و بهره‌وری را رقم می‌زند و کیفیت خدمات بانکی به عنوان پیش شرط اساسی برای ارضای مشتری می‌باشد.

از آن جا که رضایت مشتریان به کیفیت خدمات وابسته می‌باشد و می‌توان احتمال داد که با افزایش کیفیت خدمات رضایت مشتریان نیز افزوده شود. این نگرش به تعهد مشتری به تمایل او به بازگشت ثبات در خرید خدمات گسترش روابط تجاری میان مشتری و ارائه‌دهنده خدمت افزایش تحمل و صبر مشتری در برابر کاستی‌های احتمالی خدمات آینده تبلیغات مثبت او درباره‌ی سازمان می‌گردد. در عصری که ما به سر می‌بریم تغییرات به قدری سریع و متنوع می‌باشند که هر سازمانی برای حفظ بقا و حضور خود در عرصه رقابت ناگزیر است که نه تنها نتایج کار خود را متحول و دگرگون کند بلکه باید دائماً به کمک تازه‌ترین دستاوردهای علمی روز خود را با محیط و تغییرات نیز هماهنگ و سازگار نماید. غالباً سازمان‌ها مهم‌ترین عامل در این زمینه را بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات

³ Yang, S. LU, Y., Gupta, Y., & Zhang, R

⁴ Matthews, K

پاسخگویی به شکایت مشتریان، تخصیص بهینه منابع و دسترسی سریع مشتریان به اطلاعات بانکی شان موجب بهبود پاسخگویی و در نتیجه کاهش فساد اداری می‌گردد. باور صاد و همکاران (1393) در پژوهش خود با عنوان تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر عملکرد شرکت پتروشیمی فجر با استفاده از الگوی کارت امتیازی متوازن در جامعه آماری، شامل کلیه مدیران و کارکنان شرکت پتروشیمی فجر به تعداد 624 و جامعه 202 نفر به عنوان نمونه، با توجه به ناهمگنی و درجه بندی متفاوت نمونه و استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای-تصادفی، درصد تعیین تأثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر بهبود فرایندهای داخلی، افزایش رشد و یادگیری، میزان افزایش رضایت مشتریان و میزان بهبود مالی در شرکت مورد مطالعه برآمدند. یافته‌ها نشان می‌دهند که بیشترین تأثیر فناوری اطلاعات مربوط به فرایندهای داخلی و کمترین تأثیر مربوط به بهبود مالی می‌باشد. در مجموع این گونه بدست آمد که بهبود عملکرد سازمانی بر اساس الگوی کارت امتیازی متوازن در حد زیاد متأثر از فناوری اطلاعات می‌باشد.

هسایو و همکاران⁵ (2010) اثر تجدید ساختار مالی را بر بانک‌های تجاری تایوان با روش تحلیل پوششی داده‌ها مورد بررسی قرار داده و بانک‌ها دارای کارایی عملیاتی کمتری طی دوره اصلاح ساختاری (2000-2003) نسبت به دوره پیش از این مدت بوده و کارایی بعد از اصلاح مالی بهبود یافته است. بلوم و همکاران⁶ (2010) در پژوهش خود با عنوان اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ساختار سازمان، نشان دادند که این قبیل فناوری‌ها بر هر سطح از سازمان اثرات متفاوتی دارند. دستیابی بهتر به اطلاعات،

جدی قرار نگرفته است و یا به دلیل به کارگیری ضعیف آن، به کندی حرکت می‌کند و استقبال روزافزون از نظام پیشنهادات در اکثر کشورهای جهان، تحقیق درباره این نظام را برای کاربرد آن در سطح کشور، ضروری می‌نماید و همچنین قابل ذکر است که کاربرد این نظام در سازمان‌ها و دانشگاه‌ها باعث پیشرفت و ارتقاء در سطح جهانی می‌گردد.

در حالی از دهه‌ی 1960 تاکنون بسیاری از بانک‌های جهان برای پیشبرد اهداف خود به طور وسیع از روش‌های نوین بانکی استفاده کرده‌اند. در این راستا تحقیقات و نظرسنجی‌هایی در مورد وضعیت مشتریان و میزان رضایتمندی آنان و عوامل مؤثر بر رضایتمندی آنان توسط بانک‌های مختلف و دانشجویان انجام گرفته که در ادامه به برخی از این تحقیقات اشاره می‌شود:

شریفی رنانی و حاجی پور (1392) پژوهش خود را با عنوان نقش فناوری اطلاعات در بهبود پاسخگویی به مشتریان از دیدگاه مدیران و کارکنان بانک، در جامعه آماری شامل کلیه مدیران و کارکنان شعب یک بانک در شهر تهران به تعداد 269 انجام دادند. نتایج حاکی از آن بود که استفاده از فناوری اطلاعات (تلفن و دورخانه، رایانه و خدمات بانکداری الکترونیک) پاسخگویی در بانک را افزایش می‌دهد. همچنین بین دیدگاه کارکنان و مدیران از لحاظ جنسیت، مدرک تحصیلی و سنوات خدمت پیرامون نقش فناوری اطلاعات در بهبود پاسخگویی تفاوت معناداری وجود دارد. بنابراین نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که فناوری اطلاعات با نظارت هدفمند و دقیق مدیران، ارائه به موقع و سریع گزارش‌ها در سلسله مراتب، سرعت در

⁶ Bloom

⁵ Hsiao et al

اطلاعات در سیستم‌های اطلاعاتی و شبکه‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. بنابراین مهم‌ترین رسالت فناوری اطلاعات و ارتباطات ارائه شناخت و امکانات و زیرساخت‌های لازم برای تولید و توزیع اطلاعات و دانش به صورت خودکار است (محمودی، 1386). متغیر وابسته بهبود کیفیت خدمات بوده که عبارت است از اقداماتی که در سازمان برای افزایش اثربخشی و راندمان فعالیت‌ها و فرآیندها به منظور افزودن منافع سازمانی و مشتریان انجام می‌گیرد. الگوی سروکوال زیر مجموعه‌ای از مدل‌های ذهنی می‌باشد که ادراک و عقاید مشتریان را نیز در نظر می‌گیرد. این مدل در اواسط دهه 1980 توسط پاراسورامان و همکارانش بری و زدهمل و برای سنجش کیفیت خدمات توسعه داده شد. این مدل سعی دارد کیفیت خدمات را در محیط‌هایی اندازه‌گیری کند که کیفیت خدمات به عنوان یک ضرورت برای درک مشتری احساس شود. شامل کبعاد: عوامل ملموس و فیزیکی، قابلیت اطمینان، پاسخگویی، اعتماد و تضمین، همدلی (باباکوس⁸، 2005).

2. روش تحقیق

بر این اساس پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. هدف تحقیق همبستگی عبارت است، از درک الگوهای پیچیده رفتاری از طریق مطالعه همبستگی بین این الگوها و متغیرهایی که فرض می‌شود بین آنها رابطه وجود دارد. این روش علی‌الخصوص در شرایطی مفید است که هدف آن کشف رابطه متغیرهایی باشد که در مورد آنها تحقیقاتی انجام نشده است (دلاور، 1380). از آنجا که در این پژوهش به آزمودن کارایی نظریه‌های

موجب هدایت تصمیم‌گیری‌ها به سمت سطوح پایین‌تر سازمان و در نتیجه باعث عدم تمرکز و کاهش سلسله مراتب می‌شود. بزویک و ایگبو⁷ (2010) در پژوهش خود با عنوان تأثیر فناوری اطلاعات در تسهیل فرایندها و ارتباطات در سازمان‌های دولتی لیبی، نشان دادند اثرات فناوری اطلاعات و ارتباطات تأثیر چشم‌گیری بر ارتباطات، ساختارهای سازمانی، مدیریت و کارآیی سازمانی دارد. فناوری اطلاعات موجب تغییراتی در نسبت اختیارات سازمانی شده و ممکن است روی تمرکز یا عدم تمرکز سیستم‌های تصمیم‌گیری و کنترل سازمانی اثرگذار باشد. این فناوری‌ها موجب بهره‌گیری از ظرفیت کارکنان در سطح اجرایی برای انجام دامنه وسیعی از فعالیت‌ها می‌شوند. نتیجه این اثرات، تغییر در فعالیت‌های سنتی نظارتی و کاهش نیاز به سرپرست و ناظر است. شبکه‌های رایانه‌ای به افراد این امکان را می‌دهند تا به سرعت با سایر افراد سازمانی ارتباط برقرار کرده و ایده‌های خود را به اشتراک گذاشته و اطلاعات را بدون توجه به موقعیت فیزیکی خود رد و بدل کنند. بنابراین، سرپرست قادر خواهد بود تا از فعالیت‌های افراد بیشتری از زیر مجموعه‌های خود بدون نیاز به گزارش مستقیم اطلاع یابند.

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود عملکرد و کارایی بانک‌ها مبتنی بر الگوی سروکوال مبتنی بر الگوی سروکوال انجام گرفته است، در این تحقیق منظور از فناوری اطلاعات و ارتباطات به مجموعه و ترکیبی از فنون مهارت‌ها عملیات و دانش مرتبط با ابزارها (سخت‌افزار و نرم‌افزار) گفته می‌شود که در جهت تهیه تولید ذخیره‌سازی پردازش بازیابی و تبادل

⁷ Bezweek

⁸ Karatepe, OYavas, U.G. And Babakus.

حجم نمونه از فرمول جامعه محدود زیربندست آورده شده است:

$$n = \frac{N \delta^2 z^2 \alpha}{e^2 (N - 1) + \delta_x^2 z^2 \alpha}$$

بر اساس تعداد نمونه مشتریان عدد 160 بدست آمد. برای افزایش اعتبار تحقیق تعداد نمونه به 185 نفر افزایش داده شد که در مجموع 160 پرسشنامه به نحو احسن توسط مشتریان تکمیل گردید.

روش اصلی جمع آوری اطلاعات در این تحقیق استفاده از پرسشنامه می باشد. ضمناً محقق به منظور آشنایی بیشتر با محیط و خدمات الکترونیکی ارائه شده توسط بانکها و همچنین دادن آگاهی های لازم در مورد موضوع تحقیق و مشاهده شرایط و به منظور فراهم نمودن شناخت هرچه بهتر از روش مشاهده نیز تا حدودی بهره گرفته است.

ابزار جمع آوری داده ها نیز در این پژوهش پرسشنامه برگرفته از مقیاس سنجش کیفیت خدمات بر اساس الگوی سروکوال بوده که با بهره گیری از تحقیقات صورت گرفته و دریافت نظرات اساتید و کارشناسان بانکی تهیه گردید.

پرسش نامه مذکور شامل 3 بخش می باشد:

بخش اول- پرسش نامه شامل توضیح مختصری از پرسشنامه و نحوه تکمیل آن جهت ایجاد وضوح بیشتر پاسخ دهندگان می باشد سپس در بخش اول سؤالات جمعیت شناختی از قبیل جنسیت، سن، میزان تحصیلات، شغل و میزان آشنایی با مؤلفه های ICT گنجانده شده است. بخش دوم- شامل 5 سؤال با طیف لیکرت مربوط به میزان بهره گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران طراحی گردیده است.

بخش سوم- بخش سوم 30 سؤال با طیف لیکرت مربوط به سنجش میزان تأثیر به کارگیری فناوری اطلاعات بر کیفیت خدمات بانکی بر اساس الگوی سروکوال ارائه شده است طراحی پرسش نامه در بخش دوم و سوم

علمی در حوزه های فناوری و اطلاعات و بهبود عملکرد و کارایی بانکها پرداخته و دانش کاربردی را در مورد کیفیت رابطه و تأثیر پذیری میان این دو متغیر را توسعه می دهد، از نظر هدف، تحقیق کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، این تحقیق توصیفی و از نوع همبستگی می باشد.

به عبارت دیگر، برای بررسی توزیع ویژگی های جامعه آماری روش تحقیق پیمایشی به کار می رود و ماهیت شرایط موجود، رابطه میان رویدادهای وضعیت موجود بررسی می شود. در بخش تحقیق همبستگی نیز، رابطه میان متغیرها برای هدف تحقیق تحلیل می گردد. روش های آماری مورد استفاده در این تحقیق به دو صورت خواهد بود. روش های آماری توصیفی و روش های آماری استنباطی؛ و هدف از آن تعمیم نتیجه به کل جامعه می باشد. تأکید بر آمار استنباطی است، اما برای ارائه یک شمای کلی از داده ها، خلاصه کردن آن از آمار توصیفی نیز استفاده می شود. بخش های عمده مورد استفاده در آمار توصیفی با استفاده از جداول فراوانی و نمودارهای مختلف خواهد بود. در قسمت دوم یعنی آمار استنباطی با استفاده از روش های آماری نتایج نمونه گیری به کل جامعه تعمیم داده خواهد شد. در این بخش با استفاده از روش های آماری پارامتری و ناپارامتری به آمار استنباطی خواهیم پرداخت.

جامعه آماری در این تحقیق بانک های ملی شهر تهران که از خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می کنند می باشند. در پژوهش های علوم رفتاری بهره گیری از روش های نمونه گیری تصادفی ساده، نمونه گیری تصادفی سیستماتیک، نمونه گیری طبقه ای، نمونه گیری خوشه ای و نمونه گیری چند مرحله ای مرسوم می باشد. در تحقیق حاضر از شیوه نمونه گیری تصادفی طبقاتی استفاده شده است. تعیین حجم نمونه اهمیت فراوانی در قابلیت تعمیم نتایج آزمون به جامعه دارد. روش های زیادی جهت تعیین حجم وجود دارد (دلاور، 1381).

به صورت بسته طراحی گردید... همچنین پرسشنامه مورد استفاده دارای مقیاس لیکرت می باشد بدین صورت که برای هر سؤال از 5 گزینه استفاده می شود.

گزینه ها	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
امتیاز	1	2	3	4	5

روایی و پایایی آن در طیف گسترده ای از حوزه های خدماتی نظیر بانکها شرکت های بیمه بیمارستانها فروشگاهها دانشگاهها و ... تأیید شده است. هر چند که برای استفاده از این ابزار در برخی از خدمات باید تعدیلاتی در این ابزار صورت پذیرد با این حال مقیاس کیفیت خدمات هنوز بهترین گزینه برای تحقیقات مقطعی و الگوبرداری در بخش های مختلف خدماتی به شمار می رود. روایی و پایایی ابزار فوق بارها در مطالعات قبلی تأیید شده است و در واقع می توان بیان نمود که پرسشنامه سروکوال یک ابزار استاندارد د به شمار می رود.

با وجود این که پرسش نامه مذکور در مطالعه متعددی نظیر مطالعه آریونی و مورد استفاده قرار گرفته بود ولی برای اعتماد بیشتر مجدداً روایی آن به صورت محتوایی با نظر اساتید تایید شد و پایایی آن نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ با تکمیل پرسشنامه توسط 25 نفر با مشخصات نمونه ها (البته این تعداد جزء نمونه نهایی محسوب نشدند) تعیین شد که به تفکیک ابعاد کیفیت در جدول زیر آورده شده است.

تضمین	اطمینان	همدلی	ملموسات	پاسخگویی	ضریب آلفای کرونباخ
0/83	0/83	0/85	0/88	0/82	

داده و تحلیل نتایج واقع می گردد در این پژوهش ابتدا اطلاعات خام بدست آمده از پرسشنامه جهت سهولت

برای سنجش رهبری اخلاقی از پرسش نامه براون و همکارانش و برای سنجش تعهد سازمانی از پرسشنامه استاندارد میسر و آلن استفاده خواهد شد. با توجه به نوع و روش پژوهش از آزمون همبستگی اسپیرمن جهت بررسی وجود رابطه بین دو متغیر و آزمون فریدمن جهت بررسی اولویت بندی ابعاد متغیرها و تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. در بررسی تأثیر متغیرهای پژوهش و متغیرهای جمعیت شناختی از آزمون تحلیل واریانس ANOVA و آزمون t مستقل و نیز جهت بررسی سطح رهبری اخلاقی مدیران و تعهد سازمانی کارکنان ستادی بانک ملی در شهر تهران از آزمون دو جمله ای استفاده خواهد شد.

روایی این پژوهش به روش روایی محتوایی و صوری تایید شده است. اهمیت روایی از آن جهت است که اندازه گیری های نامناسب و ناکافی می تواند هر پژوهش علمی را بی ارزش و ناروا سازد (سلمانی، 1382). پاراسورامان و همکارانش در پژوهش های مختلف خود بر این نکته تأکید دارند که ابزار مقیاس کیفیت خدمات یک مقیاس پایا و معتبر از کیفیت خدمات می باشد. در واقع یکی از مزیت های بسیار مهم مدل کیفیت خدمات سروکوال آن است که

تجزیه و تحلیل داده های آماری به منظور استخراج نتایج برای تحلیل صورت می گیرد و بین مراحل جمع آوری

تحقیق و اهداف آن، راهکارهای مناسب و همچنین پیشنهاداتی مبتنی بر یافته‌های پژوهش، ارائه گردید. در روش‌های تحقیق توصیفی - همبستگی، به منظور تحلیل داده‌ها بر اساس فرضیاتی که مطرح می‌گردد نیاز است از طریق آزمون‌های فرض آماری و یا استفاده از تکنیک‌های تحقیق در عملیات تجزیه و تحلیل قابل استناد صورت پذیرد. این تحقیق دارای سؤالانی است که با استفاده از روش‌های آماری و آزمون t مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

1.3. بررسی میزان بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات از دیدگاه مشتریان

تعریف برای محاسبات نرم افزار SPSS کدبندی شده است و در قسمت آمار توصیفی سن و جنس و شغل و تحصیلات و میزان آشنایی با مؤلفه‌های ICT پرسش شده که جدول و نمودار فراوانی آن در فصل بعدی آورده خواهد شد و در ارتباط با آزمون سؤالات تحقیق از آزمون سؤالات تحقیق از آزمون t برای میانگین یک جامعه آماری و آزمون دانکن بهره‌گیری و تمامی محاسبات آماری تحقیق توسط محقق و مشاور آماری و به وسیله نرم افزار SPSS و excell انجام شده است.

3. یافته‌ها

در این قسمت به تفسیر نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌های استخراج شده پرداخته و بر اساس و مبنای فرضیات

جدول 1. میانگین و انحراف معیار فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به کار گرفته شده برای ارائه خدمات بانکی

ICT	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم	تعداد
کامپیوتر	3/63	1/35	1	5	160
تلفن	3/60	1/23	1	5	160
اینترنت	3/47	1/46	1	5	160
دستگاه‌های خودپرداز	4/02	0/97	1	5	160
پایانه فروش یا دستگاه کارت‌خوان بانکی (pos)	3/86	1/07	1	5	160

جدول 2. توزیع فراوانی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به کار گرفته شده برای ارائه خدمات بانکی

ICT	خیلی کم			کم			متوسط			زیاد			بسیار زیاد			کل		
	تعداد	درصد	تعداد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
کامپیوتر	17	10/6	20	12/5	25	15/6	41	25/6	57	35/6	160	100	160	100	160	100	160	
تلفن	17	10/6	11	6/9	31	19/4	61	38/1	40	25	160	100	160	100	160	100	160	
اینترنت	26	16/2	17	10/6	28	17/5	33	20/6	56	35	160	100	160	100	160	100	160	
دستگاه‌های خودپرداز	4	2/5	6	3/8	31	19/4	60	37/5	59	36/9	160	100	160	100	160	100	160	
پایانه فروش یا دستگاه کارت‌خوان بانکی	4	2/5	14	8/8	38	23/8	48	30	56	35	160	100	160	100	160	100	160	

سروکوال در طبقات مورد نظر بود. بدین منظور جهت نشان دادن اینکه کدام گروه با سایر گروهها تفاوت معنی داری داشته‌اند از آزمون تعقیبی دانکن استفاده گردد. به عبارتی در صورت معنی داری شدن ANOVA آزمون تعقیبی دانکن جهت نشان دادن گروه متفاوت به کار رفت. در این مطالعه از ضریب همبستگی استفاده نشد چراکه با توجه به اهداف طراحی شده مطالعه، همبستگی مورد نظر نبوده و تعیین اختلاف نمره اهداف مطالعه را تشکیل می‌داد. لذا در مطالعه حاضر از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و نیز اسپیرمن استفاده نشد.

2.3. بررسی مقایسه مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و

ارتباطات با ابعاد سروکوال

در مطالعه حاضر از آزمون anova یا آنالیز واریانس یک طرفه به منظور تعیین اختلاف نمره هر یک از ابعاد سروکوال (ابعاد 5 گانه) در طبقات مورد استفاده هر کدام از فناوری‌ها (کامپیوتر و ...) صورت گرفت. بدین منظور آزمون فوق نشان دهنده اختلاف بین میزان رضایت‌مندی از بعد خاص در بین 5 طبقه (بسیار زیاد تا بسیار کم) بود. در صورتی که نتیجه آزمون در سطح معنی داری کمتر از 0/05 تأیید می‌شد به منزله وجود اختلاف نمره بعد رضایتمندی

جدول 3. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری کامپیوتر در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد پاسخگویی

میزان به کارگیری	میانگین	انحراف معیار	df	F	نتیجه آزمون ANOVA
بسیار کم	20/17	5/92			
کم	21/20	3/63			
متوسط	21/68	3/28	4	3/24	P=0/014
زیاد	22/85	3/64			
خیلی زیاد	23/47	3/74			

استفاده می‌کنند به طور معنی داری رضایت کمتری از سایر گروه‌های دیگر در بعد پاسخگویی خدمات ارائه شده داشتند و نیز افرادی که به صورت خیلی زیاد از این فناوری استفاده می‌کردند در مقایسه با سایر گروه‌های دیگر رضایت بیشتری در بعد پاسخگویی داشتند.

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری کامپیوتر در نمونه‌های تحت پژوهش وجود دارد (P=0/014). آزمون تعقیبی دانکن در این خصوص نشان داد که افرادی که به طور بسیار کمی از کامپیوتر

جدول 4. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری کامپیوتر در میزان رضایتمندی مشتریان

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/549	0/766	4	2/28	11/64	بسیار کم
			1/22	11/85	کم
			2/04	12/44	متوسط
			2/1	12/53	زیاد
			2/75	11/96	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد ملموسات با توجه به وضعیت به کارگیری کامپیوتر در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/549).

جدول 5. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری کامپیوتر در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد همدلی

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/817	0/387	4	4/66	22/52	بسیار کم
			4/08	23/95	کم
			3/67	22/84	متوسط
			3/83	22/90	زیاد
			3/82	23/21	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد همدلی با توجه به وضعیت به کارگیری کامپیوتر در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/817).

جدول 6. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری کامپیوتر در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد اطمینان

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/598	0/693	4	3/39	14/05	بسیار کم
			4/52	15/15	کم
			3/40	13/96	متوسط
			2/88	14/92	زیاد
			2/86	14/91	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد اطمینان با توجه به وضعیت به کارگیری کامپیوتر در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/598).

جدول 7. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری کامپیوتر در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد تضمین

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/935	0/206	4		2/31	بسیار کم
				3/20	کم
				2/48	متوسط
				2/42	زیاد
				2/59	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد تضمین با توجه به وضعیت به کارگیری کامپیوتر در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/935).

جدول 8. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری تلفن در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد پاسخگویی

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/189	1/554	4		4/69	بسیار کم
				4/00	کم
				4/58	متوسط
				3/66	زیاد
				3/72	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری تلفن در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/189).

جدول 9. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری تلفن در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد ملموسات

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/088	2/062	4		1/71	بسیار کم
				2/41	کم
				1/69	متوسط
				2/53	زیاد
				2/37	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد ملموسات با توجه به وضعیت به کارگیری تلفن در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/088).

جدول 10. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری اینترنت در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد پاسخگویی

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/056	2/477	4		4/98	21/11
				3/96	22/00
				3/59	21/39
				3/84	22/42
				3/67	23/60

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری اینترنت در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/056).

جدول 11. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری اینترنت در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد ملموسات

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/792	2/262	4		2/02	11/76
				2/24	11/82
				1/57	12/10
				1/90	12/45
				2/90	12/23

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد ملموسات با توجه به وضعیت به کارگیری اینترنت در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد (P=0/792).

جدول 12. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری اینترنت در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد همدلی

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/737	0/499	4		3/36	23/50
				3/82	23/58
				3/73	22/39
				3/55	22/69
				4/04	23/33

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد همدلی با توجه به وضعیت به کارگیری اینترنت در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P=0/737$).

جدول 13. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری اینترنت در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد اطمینان

میزان به کارگیری	میانگین	انحراف معیار	df	F	نتیجه آزمون ANOVA
بسیار کم	14/34	3/93			
کم	14/23	3/43			
متوسط	14/67	3/06	4	0/309	$P=0/872$
زیاد	14/69	2/98			
خیلی زیاد	15/03	3/14			

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد اطمینان با توجه به وضعیت به کارگیری اینترنت در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P=0/872$).

جدول 14. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری دستگاه خودپرداز در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد پاسخگویی

میزان به کارگیری	میانگین	انحراف معیار	df	F	نتیجه آزمون ANOVA
بسیار کم	14/25	4/99			
کم	22/83	3/71			
متوسط	20/64	3/82	4	8/270	$P<0/001$
زیاد	22/58	3/65			
خیلی زیاد	23/64	3/62			

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری دستگاه خودپرداز در نمونه‌های تحت پژوهش وجود دارد ($P<0/001$). به طوری که آزمون تعقیبی دانکن نشان داد که افرادی که به میزان بسیار کم از فناوری دستگاه خودپرداز در ارائه خدمات بانکی بهره می‌گیرند به طور معنی داری رضایتمندی کمتری در مقایسه با سایر گروه‌ها در بعد پاسخگویی دارند.

جدول 15. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری دستگاه خودپرداز در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد ملموسات

میزان به کارگیری	میانگین	انحراف معیار	df	F	نتیجه آزمون ANOVA
بسیار کم	12/00	1/82			
کم	12/16	2/71			
متوسط	11/90	2/03	4	0/733	$P=0/570$
زیاد	12/53	2/27			
خیلی زیاد	11/86	2/44			

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد ملموسات با توجه به وضعیت به کارگیری دستگاه خودپرداز در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P=0/570$).

جدول 16. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری دستگاه خودپرداز در میزان رضایتمندی مشتریان پژوهش در بعد همدلی

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/078	2/144	4	2/82	19/00	بسیار کم
			2/68	22/00	کم
			4/04	22/16	متوسط
			4/20	23/36	زیاد
			3/47	23/69	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد همدلی با توجه به وضعیت به کارگیری دستگاه خودپرداز در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P=0/056$).

جدول 17. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری دستگاه خودپرداز در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد اطمینان

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/029	2/766	4	1/91	10/50	بسیار کم
			2/50	14/50	کم
			3/56	13/83	متوسط
			3/04	15/11	زیاد
			3/18	15/05	خیلی زیاد

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد اطمینان با توجه به وضعیت به کارگیری دستگاه خودپرداز در نمونه‌های تحت پژوهش وجود دارد ($P=0/029$). به طوری که آزمون تعقیبی دانکن نشان داد که افرادی که به میزان بسیار کم از فناوری دستگاه خودپرداز در ارائه خدمات بانکی بهره می‌گیرند به طور معنی‌داری رضایتمندی کمتری در مقایسه با سایر گروه‌ها در بعد اطمینان دارند.

جدول 18. مقایسه میانگین به کارگیری فناوری دستگاه خودپرداز در میزان رضایتمندی مشتریان در بعد تضمین

نتیجه آزمون ANOVA	F	df	انحراف معیار	میانگین	میزان به کارگیری
P=0/363	1/091	4	1/91	14/50	بسیار کم
			3/37	14/83	کم
			2/38	14/32	متوسط
			2/88	15/43	زیاد
			2/56	15/25	خیلی زیاد

نحوه تقسیم بندی سؤالات بدین گونه می باشد که از سؤال 6-1 مربوط به بعد پاسخ گویی 10-7 بعد ملموسات 16-11 بعد همدلی 20-17 بعد قابلیت اطمینان 24-20 بعد تضمین و اعتبار و 30-25 مربوط به بعد جداگانه‌ی ساده سازی و روانسازی خدمات شده است.

بررسی مقایسه مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با ابعاد سروکوال نشان می دهد که آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری کامپیوتر در نمونه‌های تحت پژوهش وجود دارد ($P=0/014$). آزمون تعقیبی دانکن در این خصوص نشان داد که افرادی که به طور بسیار کمی از کامپیوتر استفاده می کنند به طور معنی داری رضایت کمتری از سایر گروه‌های دیگر در بعد پاسخگویی خدمات ارائه شده داشتند و نیز افرادی که به صورت خیلی زیاد از این فناوری استفاده می کردند در مقایسه با سایر گروه‌های دیگر رضایت بیشتری در بعد پاسخگویی داشتند. همچنین در بعد اینترنت آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری اینترنت در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P=0/056$). در بعد دستگاه خودپرداز آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت خودپرداز در نمونه‌های تحت پژوهش وجود دارد ($P<0/001$). به طوری که آزمون تعقیبی دانکن نشان داد که افرادی که به میزان بسیار کم از فناوری دستگاه خودپرداز در ارائه خدمات بانکی بهره می گیرند به طور معنی داری رضایتمندی کمتری در مقایسه با سایر گروه‌ها در بعد پاسخگویی دارند. در بعد پایانه فروش آزمون ANOVA

آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد تضمین با توجه به وضعیت به کارگیری دستگاه خودپرداز در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P=0/363$).

5. نتیجه گیری

این تحقیق بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر بهبود عملکرد و کارایی بانک ملی شهر تهران مبتنی بر الگوی سروکوال پرداخته شده است. با بررسی داده‌های جمع آوری شده از 160 پرسشنامه در زمینه جنسیت افراد پاسخگو به این نتیجه می رسیم که تعداد 115 نفر مرد و 45 نفر زن در این پژوهش شرکت نموده و به ترتیب می توان بیان داشت که 71/9٪ از جامعه آماری این تحقیق را مردان و 28/1٪ را زنان تشکیل می دهند که حاکی از این موضوع است که اکثریت پاسخگویان به سؤالات پرسشنامه را مردان تشکیل می دهند. نتایج حاصل از آمار استنباطی تحقیق نشان می دهد که به منظور اولویت بندی عوامل مؤثر بر بهبود کیفیت خدمات بانکی (ابعاد سروکوال) در این پژوهش نتایج حاکی از این بود که بعد همدلی با رتبه میانگین 76/97 بالاترین رتبه را در بین ابعاد سروکوال به خود اختصاص داد و تضمین با 75/53 پاسخگویی با 74/66 اطمینان با 73/53 و بعد ملموسات 60/68 به ترتیب رتبه‌های دوم تا پنجم بر مبنای نمره 100-0 را به خود اختصاص دادند. همچنین شاخص ساده سازی و روان سازی خدمات نیز میانگین 79/79 را کسب نمودند. اما بر اساس یافته‌های پژوهش طبق دامنه اکتساب 30-6 نشان می دهد که بعد همدلی با رتبه میانگین 23/09 بالاترین رتبه پاسخگویی با میانگین 22/40 تضمین با رتبه میانگین 15/10 اطمینان با رتبه میانگین 14/70 و ملموسات با میانگین 12/13 رتبه‌های بعد را به خود اختصاص دادند.

اسدزاده احمد، کیانی هیوا (1392) تأثیر به کارگیری دستگاه‌های خودپرداز، پایانه فروش و شعب بر سودآوری بانک‌های منتخب ایران، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره‌های 29 و 30 صفحات 181-206.

باور صاد، بلقیس، شجاعی احسان، طاهری مهدی (1393). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر عملکرد شرکت فجر با استفاده از ال وی کارت امتیازی متوازن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران.

دلاور، ع، 1380. مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی. تهران: انتشارات رشد.

سلمانی، د. 1382. کیفیت زندگی کاری و ارتباط آن با عملکرد و بهره‌وری سازمان، نشریه دانش و مدیریت، 61-60.

شریفی رنانی، حسین؛ حاجی‌پور مرضیه (1393) نقش فناوری اطلاعات در بهبود پاسخ‌گویی به مشتریان از دیدگاه مدیران و کارکنان بانک فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری تهران.

قربانی زاده وجه الله، نانگیر سیدطه، رودساز حبیب (1391)، فراتحلیل عوامل موثر بر پذیرش فناوری اطلاعات در ایران، مجله‌های مدیریت در ایران، دوره 17. مقیمی سید محمد، حسین زاده ماشاله (1392) ارائه مدلی برای بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر بهره‌وری سازمانی با رویکرد فرایند گرا (مطالعه در صنایع استان فارس) مدیریت فناوری اطلاعات، دوره 5، شماره 4، صفحات 266-245.

نشان داد که اختلاف معنی‌داری در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری پایانه فروش یا دستگاه کارت خوان بانکی در نمونه‌های تحت پژوهش وجود دارد ($P < 0/001$). به طور که بر اساس نتایج آزمون تعقیبی دانکن مشخص شد که افرادی که به میزان بسیار کم از این فناوری بهره می‌گیرند رضایتمندی کمی هم در بعد پاسخگویی دارند و میزان رضایتمندی در بعد پاسخگویی افرادی که به میزان بسیار زیاد و زیاد از این فناوری استفاده می‌کنند در مقایسه با سایر گروه‌ها بیشتر است. در بعد استفاده از تلفن آزمون ANOVA نشان داد که اختلاف معنی‌دار در رضایتمندی میانگین نمره بعد پاسخگویی با توجه به وضعیت به کارگیری تلفن در نمونه‌های تحت پژوهش وجود ندارد ($P = 0/189$).

خلاصه نتایج نشان می‌دهد که هم‌دلی در بعد پایانه فروش دارای رابطه معناداری نسبت به سایر عوامل بوده است. مؤلفه کامپیوتر، pos و ATM در بعد پاسخگویی دارای اختلاف معنادار هستند. در عوامل محسوس اختلاف معناداری میان مؤلفه‌ها وجود ندارد. اطمینان خاطر فقط در pos اختلاف معنادار است. تضمین دارای اختلاف معناداری میان مؤلفه‌ها ندارد.

6. منابع

Public Organisations. In: CIB World Congress 2010. School of built environment, the university of Salford, Salford Greater Manchester, UK. Conference details: CIB World Congress, Building A Better World, 10-13
Gartner. (2012). Gartner says worldwide mobile payment transaction value surpass \$171/5 billion. Shanghai, China: Press Release.
kumar, M; Tat ki, F. And charles, V (2009) "comparative evaluation of critical factors in

Hisao H., Chang, H, M. Cianci A. and L. Huang (2010), Financial Restructuring and Operating Efficiency: Evidence from Taiwanese Commercial Banks, Journal of Banking & Finance, 1461-1471.
Bloom, N. Sadum, R. and van Reenen. J. (2010). Americans Do I.T. Better; US Multinationals and the Productivity Miracle.
Bezweek, S. & Egbu, C. (2010). The Impact of Information Technology to Facilitate Communication Collaboration in Libyan

Mattews, K. (2013), Risk Management and Managerial Efficiency in Chinese Banks: A Network Development, 35: 712-733.
Yang, S., Lu, Y., Gupta, S., Caso, Y., & Zhang, (2012). Mobile payment services adoption across time: an empirical study of the effects of behavioral beliefs, social influences. personal traits. Computers in Human Behavior.28-129.

delivering service quality of banks", international journal of quality & reliability management, vol .27 No 3, pp.351-377
Karatepe, OYavas, U.G. And Babakus, E. (2005) "Measuring service quality of banks: Scale development and validation", Journal of Retailing and Consumer Service, Volume 12 , Issue 5, September 2005, page 373-383.

The effect of information and communication technology on improving the performance and efficiency of banks based on SERVQUAL model:(Case Study: Bank Meli of Tehran City)

Maryam Dord Khar⁹

Abstract

The aim of this study was to investigate the effect of information and communication technology on improving the performance and efficiency of Meli Bank in Tehran. Modern trade requires appropriate tools and infrastructures for the development of economic processes, so the link between information and communication technology and banking is one of the most tangible and obvious points that come to mind according to the subject of the research, this research has been applied in terms of purpose and in terms of how to collect information is correlation and survey type. The data collection tool in this study was a questionnaire derived from the service quality measurement scale based on the SERVQUAL model, which was carried out using researches and received the opinions of banking professors and experts. The questionnaire consists of 3 parts: the first part of the questionnaire includes a brief explanation of the questionnaire and then demographic questions such as gender, age, education level, occupation and familiarity with ICT components have been removed and then 5 questions with Likert spectrum related to the utilization of information and communication technology in bank branches have been designed and then 30 questions with Likert spectrum related to measuring the effect of using the effect of using. Information technology on the quality of banking services is presented based on the SERVQUAL model. The results obtained from inferential statistics are as follows: Among the dimensions of SERVQUAL, empathy has the highest rank. In comparing ICT components of computer and ATM components in accountability dimension, sales terminal in the dimension of responsiveness, empathy and reliability are significant.

Keywords: *Information Technology, Communication, Improving Banks Performance, Improving Service Quality, SERVQUAL Model*

⁹ M.Sc., Computer Engineering, Software, Islamic Azad University, Bandar Abbas Branch, Bandar Abbas, Iran
M.dordkhar761@gmail.com