





# دانشگاه آزاد اسلامی

واحد مرودشت

## دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A)

گرایش: مدیریت آموزشی

رشته: علوم تربیتی

**عنوان: رابطه آموزش بانکداری الکترونیکی با رضایت مشتریان شعب بانک**

### **تجارت شهر شیراز**

استاد راهنما

دکتر نادر شهابت

استاد مشاور

دکترحجت اله فانی

نگارش

مهدی دادجو

زمستان ۱۳۹۳



معاونت پژوهش و فن آوری

به نام خدا

## مشور اخلاق پژوهش

بایاری از خداوند سبحان و اعتقاد به این که عالم محضر خداست و همواره ناظر بر اعمال انسان و به منظور پاس داشت مقام بلند دانش و پژوهش و نظر به اهمیت جایگاه دانشگاه در اعتلای فرهنگ و تمدن بشری، مادران و اعضای هیئت علمی و واحد های دانشگاه آزاد اسلامی متعهد می گردیم اصول زیر را در انجام فعالیت های پژوهشی مد نظر قرار داده و از آن تخطی نکنیم:

- ۱- اصل برانست: التزام به برانست جویی از هر گونه رفتار غیر حرفه ای و اعلام موضع نسبت به کسانی که حوزه علم و پژوهش را به شائبه های غیر علمی می آلائند.
- ۲- اصل ترویج: تعهد به رواج دانش و اشتهاء نتایج تحقیقات و انتقال آن به بکاران علمی و دانشجویان به غیر از مواردی که منع قانونی دارد.
- ۳- اصل رعایت انصاف و امانت: تعهد به اجتناب از هر گونه جانب داری غیر علمی و حفاظت از اموال، تجهیزات و منابع در اختیار.
- ۴- اصل احترام: تعهد به رعایت حریم ها و حرمت ها در انجام تحقیقات و رعایت جانب تقد و خودداری از هر گونه حرمت شکنی.
- ۵- اصل رعایت حقوق: التزام به رعایت کامل حقوق پژوهشگران، پژوهشگران (انسان، حیوان و نبات) و سایر صاحبان حق.
- ۶- اصل رازداری: تعهد به صیانت از اسرار و اطلاعات محرمانه افراد، سازمان ها و کشور و کلیه افراد و نهاد های مرتبط با تحقیق.
- ۷- اصل حقیقت جویی: تلاش در راستای پی جویی حقیقت و وفاداری به آن و دوری از هر گونه پنهان سازی حقیقت.
- ۸- اصل مالکیت مادی و معنوی: تعهد به رعایت کامل حقوق مادی و معنوی دانشگاه و کلیه بکاران پژوهش.
- ۹- اصل منافع ملی: تعهد به رعایت مصالح ملی و در نظر داشتن پیشبرد و توسعه کشور در کلیه مراحل پژوهش.



## معاونت پژوهش و فن آوری

به نام خدا

تعهد اصالت رساله یا پایان نامه تحصیلی

اینجانب مهدی دادجو دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد در رشته مدیریت آموزشی که در تاریخ از پایان نامه خود تحت عنوان " رابطه آموزش بانکداری الکترونیکی با رضایت مشتریان شعب بانک تجارت شهر شیراز در سال ۹۳" با کسب نمره دفاع نموده‌ام بدینوسیله متعهد می‌شوم:

۱) این پایان‌نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان‌نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آنرا در فهرست مربوطه ذکر و درج کرده‌ام.

۲) این پایان‌نامه قبلاً برای هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین‌تر یا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳) چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از پایان‌نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴) چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آنرا می‌پذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی: مهدی دادجو

تاریخ و امضاء:



**صورتجلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد (M.A)**

نام و نام خانوادگی دانشجو: مهدی دادجو در تاریخ ۹۳/۱۰/۳۰ رشته: مدیریت آموزشی

از پایان نامه خود با عنوان: رابطه آموزش بانکداری الکترونیکی با رضایت مشتریان شعب بانک

تجارت شهر شیراز در سال ۹۳

با درجه و نمره دفاع نموده است.

نام و نام خانوادگی اعضای هیات داوری سمت امضاء اعضای هیات داوری

۱- نادر شهامت استاد راهنما

۲- حجت ... فانی استاد مشاور

۳- رضا زارعی استاد داور

۴- استاد داور

مراتب فوق مورد تایید است. مدیر/معاونت پژوهشی

مهر و امضاء

## پاسکزاری

پاس فراوان پروردگاری را که به ما نعمت اندیشیدن را ارزانی داشته و لذت آموختن را عطا فرمود و همواره داناترانی را راهنمای انسان باقرار داد.

اینک که در پر تو عنایات حق تعالی و هدایت استاید بزرگوار، این پژوهش به پایان رسیده است، از زحمات استاد محترم راهنما، آقای دکتر شمامت که مشفقانه و با صبر و حوصله و درایت، راهنمایی این پژوهش را بر عهده داشتند و از استاد محترم مشاور، جناب آقای دکتر جت اله فانی که در مسیر انجام این پژوهش، با راهنمایی های ارزشمند خویش، زحمت مشاوره پایان نامه را تقبل فرمودند؛ کمال پاسکزاری و امتنان را دارم.

تقديم

به مادر و پدر عزيزم

## فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۲.....	فصل اول.....
۳.....	مقدمه.....
۵.....	بیان مساله.....
۷.....	اهمیت و ضرورت پژوهش.....
۸.....	اهداف پژوهش.....
۹.....	اهداف جزئی.....
۹.....	فرضیه های پژوهش.....
۱۰.....	تعاریف نظری و عملیاتی.....
۱۰.....	تعاریف نظری.....
۱۱.....	تعاریف عملیاتی تحقیق.....
۱۲.....	فصل دوم.....
۱۳.....	بخش اول: ادبیات و مبانی نظری.....
۱۳.....	تعریف مشتری و انواع آن.....
۱۳.....	ارزش و اهمیت مشتری.....
۱۴.....	مفهوم جدید خدمت به مشتری.....



۱۶	رتبه بندی رضایتمندی مشتریان
۱۹	اندازه گیری رضایت مشتری
۱۹	اهداف اندازه گیری رضایت مشتری
۲۰	روش های اندازه گیری رضایت مشتری
۲۱	برنامه اندازه گیری رضایت مشتری
۲۲	فرایند اندازه گیری رضایت مشتری
۲۴	مزایای رضایت مشتری
۲۵	عوامل موثر در جلب رضایت مشتریان بانک
۲۷	عوامل موثر بر انتظارات مشتری
۲۸	رضایت مشتری و رابطه آن با وفاداری مشتری
۲۹	مفاهیم بانکداری
۳۰	تاریخچه بانکداری سنتی در ایران
۳۱	بانکداری الکترونیک
۳۳	مقایسه بانکداری سنتی و الکترونیکی
۳۴	پیشینه بانکداری الکترونیک در ایران
۳۵	اجزا و ارکان بانکداری الکترونیک در ایران
۳۷	بررسی بانکداری الکترونیک در سایر کشورها
۳۹	کانال های بانکداری الکترونیک

۳۹	امنیت در بانکداری الکترونیکی.....
۴۱	دلایل عدم استفاده از بانکداری الکترونیکی.....
۴۲	فناوری های بانکداری الکترونیکی.....
۴۳	بانکداری مبتنی بر دستگاههای خودپرداز.....
۴۴	بانکداری خانگی و اداری.....
۴۵	فناوری های کاربردی در بانکداری الکترونیکی.....
۴۸	تجارت و بانکداری الکترونیکی.....
۴۹	تعریف تجارت الکترونیکی.....
۵۱	کارمزد دریافتی از سمانه های خدمات بانکی.....
۵۲	آشنائی با بانک تجارت.....
۵۳	حرکت به سمت بانک فردا.....
۵۴	آشنائی با خدمات الکترونیکی بانک تجارت.....
۵۹	بخش دوم : پیشینه پژوهش.....
۵۹	الف:پیشینه پژوهش در جهان.....
۶۲	ب:پیشینه پژوهش در ایران.....
۶۶	جمع بندی.....
۶۷	فصل سوم.....
۶۸	روش تحقیق.....

۶۸	.....حجم جامعه و نمونه آماری
۶۸	.....روش نمونه گیری:
۷۰	.....بررسی نمونه آماری مشتریان بر اساس جنسیت
۷۱	.....بررسی نمونه آماری مشتریان بر اساس مدرک تحصیلی
۷۲	.....بررسی میزان استفاده از خدمات مختلف بانکداری الکترونیک
۷۳	.....ابزار سنجش
۷۴	.....روایی و پایایی پرسشنامه آموزش بانکداری الکترونیک
۷۶	.....روایی و پایایی پرسشنامه رضایت مشتریان
۷۷	.....روش اجرا
۷۷	.....ملاحظات اخلاقی
۷۸	.....فصل چهارم
۷۹	.....روش تجزیه و تحلیل اطلاعات آماری
۷۹	.....داده های توصیفی:
۷۹	.....بررسی توصیفی نمرات آموزش بانکداری و ابعاد آن
۸۰	.....بررسی توصیفی نمرات رضایت مشتریان
۸۰	.....یافته های استنباطی به ترتیب سئوالات پژوهش
۸۶	.....فصل پنجم
۸۷	.....خلاصه پژوهش

۸۸	.....	بحث و نتیجه گیری
۹۲	.....	محدودیت های پژوهشی
۹۳	.....	پیشنهاد های کاربردی
۹۳	.....	پیشنهاد های پژوهشی
۹۴	.....	منابع و ماخذ
۹۵	.....	منابع فارسی :

## فهرست جداول

- جدول ۱-۱: ابعاد آموزش بانکداری الکترونیک ..... ۱۱
- جدول ۲-۱: ابعاد رضایت مشتری از بانکداری الکترونیک ..... ۱۱
- جدول ۱-۲: مقایسه بانکداری الکترونیکی و سنتی ..... ۳۳
- جدول ۲-۲: تعداد قبوض پرداختی از طریق بانکداری الکترونیک ..... ۵۱
- جدول ۱-۳: شعب منتخب شهر شیراز ..... ۶۹
- جدول ۲-۳: توزیع حجم نمونه آماری مشتریان بر اساس جنسیت ..... ۷۰
- جدول ۳-۳: توزیع حجم نمونه آماری مشتریان بر اساس مدرک تحصیلی ..... ۷۱
- جدول ۴-۳: توزیع حجم نمونه آماری مشتریان در استفاده از خدمات مختلف بانکداری الکترونیک... ۷۲
- جدول ۳-۵: ابعاد آموزش بانکداری الکترونیک ..... ۷۴
- جدول ۳-۶: بررسی پایایی پرسشنامه آموزش بانکداری و ابعاد آن ..... ۷۵
- جدول ۳-۷: ابعاد رضایت مشتری از بانکداری الکترونیک ..... ۷۶
- جدول ۳-۸: بررسی پایایی پرسشنامه رضایت مشتریان ..... ۷۶
- جدول ۴-۱: بررسی میانگین وزنی و انحراف استاندارد آموزش بانکداری و ابعاد آن ..... ۷۹
- جدول ۴-۲: بررسی میانگین وزنی و انحراف استاندارد مشتریان ..... ۸۰
- جدول ۴-۳: ضریب همبستگی بین آموزش بانکداری الکترونیک با رضایتمندی مشتریان ..... ۸۰
- جدول ۴-۴: ضریب همبستگی بین مؤلفه کسب دانش با رضایتمندی مشتریان ..... ۸۱
- جدول ۴-۵: ضریب همبستگی بین مؤلفه کسب مهارت ها با رضایتمندی مشتریان ..... ۸۲

جدول ۴-۶: ضریب همبستگی بین مؤلفه تغییر نگرش ها با رضایتمندی مشتریان..... ۸۲

جدول ۴-۷: ضریب همبستگی بین مؤلفه کیفیت آموزش با رضایتمندی مشتریان..... ۸۳

جدول ۴-۸: تحلیل واریانس و مشخصه های آماری رگرسیون بین آموزش بانکداری الکترونیکی و

رضایت مشتریان به روش همزمان..... ۸۴

جدول ۴-۹: جدول تحلیل واریانس و مشخصه های آماری رگرسیون بین ابعاد آموزش بانکداری با

رضایت مشتریان به روش گام به گام..... ۸۵

## فهرست نمودارها

نمودار ۱-۳: توزیع حجم نمونه آماری مشتریان بر اساس جنسیت..... ۷۰

نمودار ۲-۳: توزیع حجم نمونه آماری بر اساس مدرک تحصیلی..... ۷۱

نمودار ۳-۳: توزیع حجم نمونه آماری بر اساس استفاده از خدمات مختلف بانکداری الکترونیک..... ۷۳

## فهرست اشکال

- شکل شماره ۱-۲ : تعریف مفهوم رضایت مشتری ..... ۱۶
- شکل شماره ۲-۲: درجه بندی رضایت مشتری ..... ۱۷
- شکل شماره ۳-۲ : روش های اندازه گیری رضایت مشتری ..... ۲۱
- شکل شماره ۴-۲ : فرآیند کلی اندازه گیری رضایت مشتری ..... ۲۳
- شکل شماره ۵-۲ : مزایای رضایت مشتری و کیفیت خدمات ..... ۲۴
- شکل شماره ۶-۲ : عوامل موثر بر انتظارات مشتری از کیفیت خدمات ..... ۲۸
- شکل شماره ۷-۲ : نقش بانک در تجارت الکترونیکی ..... ۵۱



## چکیده :

تحقیق حاضر با هدف تبیین رابطه آموزش بانکداری الکترونیک با رضایت مشتریان شعب بانک تجارت شهر شیراز انجام شده است. این تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است و جامعه آماری این پژوهش مشتریان شعب بانک تجارت شهر شیراز می باشد. نمونه آماری با توجه به جامعه آماری و با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر مشخص گردید. روش نمونه گیری خوشه ای ۳ مرحله ای میباشد به نحوی که برای نمونه گیری از مجموع ۷۱ شعبه شهر شیراز مستقر در ناحیه یک و دو، ناحیه دو انتخاب و از این ناحیه ۲۰ شعبه به صورت تصادفی مشخص گردید که ۲۰ پرسشنامه برای هر یک از شعب ارسال گردید تا به صورت تصادفی در اختیار مشتریان قرار گیرد. از ۴۰۰ پرسشنامه ارسالی پس از جمع آوری ۳۸۴ پرسشنامه کامل جهت انجام تحقیق انتخاب گردید. جهت جمع آوری اطلاعات از دو پرسشنامه محقق ساخته آموزش بانکداری الکترونیک و رضایت مشتریان از بانکداری الکترونیک استفاده گردید. روایی پرسشنامه از طریق روایی محتوایی با استفاده از نظرات چند تن از متخصصان مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین اعتبار و پایایی گویه های پرسشنامه ها نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب پرسشنامه آموزش بانکداری الکترونیک (۰,۹۴۵) و ضریب پرسشنامه رضایت مشتریان (۰,۹۱۱) بدست آمد. تحلیل داده ها با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه به روش همزمان نشان داد بین دو متغیر آموزش بانکداری الکترونیک و رضایت مشتری رابطه معنی داری وجود دارد، همچنین بین ابعاد آموزش بانکداری الکترونیکی و رضایت مشتریان رابطه معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: بانکداری الکترونیک ، رضایت مشتری، بانک تجارت

فصل اول  
کلیات پژوهش

## مقدمه

یکی از عوامل محیطی و تاثیر گذار بر سازمان، مشتریان یک سازمان است. صاحب نظران مدیریت، کسب رضایت مشتری را از مهمترین وظائف و مسئولیتهای مدیریت سازمانها بر شمرده و لزوم پایبندی همیشگی و پایدار مدیران عالی به کسب رضایت مشتریان را پیش شرط موفقیت به حساب آورده اند. در نتیجه سازمانها با این پرسش مواجه اند که چگونه می توانند خدماتی سریعتر، بهتر و کم هزینه تر و با کیفیت بالاتر ارائه دهند (الوانی و ریاحی، ۱۳۸۲، ۴۳). از سوی دیگر با توجه به افزایش آگاهی و نیاز پدید آمده، مراجعان مایلند این سازمانها توانایی اجرای خدمات وعده داده شده را به نحو درست و قابل اتکا داشته باشند. مزایای غیر قابل انکار فناوری اطلاعات در افزایش دقت و سرعت جریان امور، افزایش کیفیت جهانی، کاهش هزینه ها باعث شده بانکها به سرعت به استقرار و استفاده از سیستم های بانکداری الکترونیک جهت افزایش رضایت مشتریان روی آورند. در واقع بانکداری الکترونیک راهی به سوی کاهش هزینه ها و باقی ماندن در رقابت در مقایسه با بانکداری سنتی است. (احمدی، ۱۳۸۸)

با وجود اینکه میلیاردها ریال در ایجاد سیستم های بانکداری الکترونیک در کشور عزیزمان خرج شده است، گزارش ها حاکی از آن است که استفاده کنندگان بالقوه از این سیستم ها با وجود در دسترس بودن این خدمات

از آن استفاده نمی کنند و بانکداری سنتی از طریق شعبه هم چنان به عنوان یک روش اصلی برای انجام مبادلات و عملیات بانکی در باقی مانده است که این اتفاق موجب نگرانی بانک ها شده است، متأسفانه علیرغم تمام مزایای بانکداری الکترونیکی بسیاری از مشتریان، بانکداری الکترونیکی را به صورت کامل نپذیرفته اند. (سیدرضا سید جوادین، ۱۳۸۴)

در این شرایط و باتوجه به سرعت و گستردگی خدمات ارائه شده در این حوزه و از آنجا که توسعه بانکداری الکترونیک منوط به پذیرش آن از سوی مشتری است جایگاه آموزش بانکداری الکترونیک روز به روز افزایش میابد. لذا در این تحقیق که در حوزه بانکداری الکترونیکی است درصدد بررسی رابطه آموزش بانکداری الکترونیکی با سطح رضایتمندی مشتریان بانک تجارت هستیم تا بدین وسیله با شناخت نقاط ضعف و قوت بانک تجارت در این خصوص ، بتوانیم نسبت به سایر بانکهای فعال در صنعت بانکداری الکترونیک گامی رو به جلو جهت جذب مشتری و افزایش میزان رضایتمندی آنها برداریم.