



دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران مرکزی

دانشکده مدیریت- گروه مدیریت بازرگانی

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

گرایش: "بازرگانی داخلی"

عنوان:

بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک بر مشتری مداری در بانک رفاه
(شعب شهر تهران)

استاد راهنما:

دکتر محمد رضا کاباران زاد

استاد مشاور:

دکتر قاسمعلی باز آیی

پژوهشگر:

زهرا شوکتی

تابستان ۱۳۹۲

تقدیم به :

پدر و مادر عزیزم که همواره در تمام مراحل زندگی پشتیبان من بوده اند

تقدیر و تشکر:

از کلیه اساتید ، همکاران ، دوستان و عزیزانی که همواره در طول دوره زندگی و تحصیل مشوق اینجانب بوده اند ، کمال تشکر و قدر دانی داشته و مراتب سپاس و قدردانی خود را از اساتید محترم ، جناب آقای دکتر کاباران زاد و جناب آقای دکتر باز آیی که در این تحقیق راهنما و مشاور بنده بوده اند، ابراز می نمایم.

به امید سعادت ، سلامت و موفقیت کلیه دوستانی که در انجام این تحقیق مشوق و پشتیبان اینجانب بوده اند.

چکیده:

جامعه امروز از سیستم بانکی انتظار دارد که ضمن تلاش در جهت جذب سپرده ها و تخصیص مناسب آنها در فعالیتهای مفید اقتصادی، به موازات پیشرفت های همه جانبه اقتصادی و اجتماعی نیز حرکت نمایند.

در این پژوهش به بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک بر مشتری مداری پرداخته ایم. ابتدا مفهوم فناوری، اطلاعات، دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک، رضایت و اهمیت مشتری مداری بررسی شده است و سپس مفاهیم بانکداری الکترونیک، کانالهای ارائه خدمات الکترونیک و تاثیری که ارائه این خدمات بر افزایش مشتری مداری ایجاد می کند را بر شمرده ایم. نهایتاً از نتایج یک تحقیق میدانی دریافتیم که بین استفاده از بانکداری الکترونیک و مشتری مداری، همبستگی قابل قبول و رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با مشاهده ضرایب رتبه های متغیرهای تحقیق به این نتیجه رسیدیم ترتیب اولویت متغیرها بدین شرح است: ۱- رضایت مشتری، ۲- جذب مشتری، ۳- وفاداری مشتری، ۴- نگهداری مشتری، ۵- اعتماد مشتری

واژه های کلیدی:

بانکداری الکترونیک^۱، مشتری مداری^۲، جذب مشتری^۳، نگهداری مشتری^۴، اعتماد مشتری^۵، رضایت مشتری^۶، وفاداری مشتری^۷

^۱ Electronic Banking

^۲ Customer Relation Managment

^۳ customer acquisition

^۴ customer care

^۵ customer confidence

^۶ customer satisfaction

^۷ customer loyalty

فهرست مطالب

۱	مقدمه
۲	فصل ۱- کلیات تحقیق
۳	۱-۱- مقدمه
۳	۲-۱- تعریف موضوع
۳	۱-۲-۱- اهمیت موضوع، سوال و اهداف تحقیق
۵	۲-۲-۱- هدف کلی، اصلی و اساسی
۵	۳-۲-۱- اهداف کاربردی یا فرعی تحقیق
۵	۳-۱- فرضیات و مدل متغیرهای تحقیق
۵	۴-۱- چهارچوب نظری تحقیق
۷	۵-۱- قلمرو تحقیق
۷	۶-۱- روش تحقیق
۷	۷-۱- روش جمع آوری اطلاعات
۷	۸-۱- جامعه آماری تحقیق
۷	۹-۱- نمونه آماری، روش نمونه گیری و تعداد نمونه ها
۸	۱۰-۱- تعریف واژگان
۹	فصل ۲- ادبیات تحقیق
۱۰	۱-۲- مقدمه
۱۰	۲-۲- فن آوری
۱۰	۱-۲-۲- مفهوم فناوری
۱۱	۲-۲-۲- اجزای فناوری
۱۱	۳-۲-۲- طبقه بندی فناوری

- ۱۳-۲-۳- اطلاعات..... ۱۳
- ۱۵-۲-۳-۱- مفهوم اطلاعات..... ۱۵
- ۱۳-۲-۳-۲- مفهوم فناوری اطلاعات..... ۱۳
- ۱۳-۲-۴- دولت الکترونیک..... ۱۳
- ۱۳-۲-۴-۱- مفهوم دولت الکترونیک..... ۱۳
- ۱۴-۲-۴-۲- مراحل توسعه دولت الکترونیک..... ۱۴
- ۱۴-۲-۴-۳- دولت الکترونیک در ایران..... ۱۴
- ۱۵-۲-۵- تعریف بانکداری الکترونیک..... ۱۵
- ۱۶-۲-۶- بانکداری در ایران..... ۱۶
- ۱۶-۲-۶-۱- تاریخچه بانکداری در ایران..... ۱۶
- ۱۷-۲-۶-۲- ملی شدن بانکها..... ۱۷
- ۱۷-۲-۶-۳- ادغام بانکها..... ۱۷
- ۱۷-۲-۶-۴- تاریخچه بانکداری الکترونیک در ایران..... ۱۷
- ۱۸-۲-۶-۵- سیر تحولات فناوری اطلاعات در صنعت بانکداری..... ۱۸
- ۲۲-۲-۶-۶- فرهنگ سازی E-Banking در ایران..... ۲۲
- ۲۲-۲-۶-۷- جایگاه بانکداری الکترونیک در نظام بانکی ایران..... ۲۲
- ۲۳-۲-۶-۸- تاثیرات گسترش بانکداری الکترونیک..... ۲۳
- ۲۳-۲-۶-۹- زیرساخت ها و بسترهای مورد نیاز برای توسعه بانکداری الکترونیک در ایران..... ۲۳
- ۲۵-۲-۷- بانکداری الکترونیک در جهان..... ۲۵
- ۲۵-۲-۷-۱- تاریخچه بانکداری الکترونیک در جهان..... ۲۵
- ۲۶-۲-۷-۲- تاریخچه دستگاه های خودپرداز..... ۲۶
- ۲۸-۲-۷-۳- خود دریافت پویا..... ۲۸

۳۰ شاخه‌های بانکداری الکترونیک
۳۱ کانالهای بانکداری الکترونیک
۳۲ ویژگی‌های بانکداری الکترونیک
۳۳ ویژگی‌های سیستم‌های پرداخت الکترونیک
۳۴ ابزارهای پرداخت در بانکداری الکترونیک
۳۶ مزایا و معایب بانکداری الکترونیک
۳۷ پول الکترونیکی
۳۸ انواع پول الکترونیک
۳۹ ویژگی‌های پول الکترونیکی
۴۰ درباره بانک رفاه
۴۰ آشنایی با بانک رفاه
۴۳ فعالیتهای بانک رفاه
۴۴ چشم‌انداز بانک رفاه
۴۴ مأموریت بانک رفاه
۴۵ خط‌مشی کیفیت بانک رفاه
۴۵ منشور اخلاقی بانک رفاه
۴۶ خدمات اینترنت بانک رفاه
۴۷ پیشینه تحقیق
۵۴ فصل ۳- روش‌شناسی تحقیق
۵۵ ۱-۳- مقدمه
۵۵ ۲-۳- روش‌شناسی تحقیق
۵۶ ۳-۳- جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه‌گیری از جامعه آماری
۵۶ ۱-۳-۳- جامعه و نمونه آماری

۵۶ حجم نمونه ۲-۳-۳
۵۶ روش نمونه گیری ۳-۳-۳
۵۷ مراحل انجام تحقیق ۴-۳
۵۷ انواع روش های نمونه برداری ۵-۳
۵۸ تعیین روش نمونه برداری ۶-۳
۵۸ روایی (اعتبار پرسشنامه) ۱-۶-۳
۵۹ پایایی (دوام پرسشنامه) ۲-۶-۳
۶۱ روشهای جمع آوری اطلاعات ۷-۳
۶۱ مقیاس (ابزار) اندازه گیری ۸-۳
۶۲ روشهای تجزیه و تحلیل اطلاعات ۹-۳
۶۳ فصل ۴- تجزیه تحلیل داده ها
۶۴ ۱-۴- مقدمه
۶۴ ۲-۴- طبقه بندی و پردازش داده ها
۶۵ ۳-۴- تحلیل توصیفی داده ها
۶۵ ۱-۳-۴- تحلیل ویژگی های فردی (جنسیت)
۶۶ ۲-۳-۴- تحلیل ویژگی های فردی (سن)
۶۶ ۳-۳-۴- تحلیل ویژگی های فردی (تحصیلات)
۶۷ ۴-۴- تحلیل آزمون کولموگروف- اسمیرنوف
۶۸ ۵-۴- تحلیل متغیر های فرضیات تحقیق
۶۸ ۱-۵-۴- تحلیل فرضیه اصلی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری
۷۰ ۲-۵-۴- تحلیل فرضیه فرعی (استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری)
۷۱ ۳-۵-۴- تحلیل فرضیه فرعی (استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری)
۷۳ ۴-۵-۴- تحلیل فرضیه فرعی (استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری)

- ۷۴-۵-۵-۴- تحلیل فرضیه فرعی (استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری).....
- ۷۵-۵-۴- تحلیل فرضیه فرعی (استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری).....
- ۷۸-۶-۴- بررسی اثبات یارد و میزان همبستگی فرضیات تحقیق.....
- ۷۸-۶-۴-۱- فرضیه اصلی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری.....
- ۷۸-۶-۴-۲- فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری.....
- ۷۹-۶-۴-۳- فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری.....
- ۷۹-۶-۴-۴- فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری.....
- ۷۹-۶-۴-۵- فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری.....
- ۷۹-۶-۴-۶- فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری.....
- ۸۰-۷-۴- اولویت بندی تاثیر متغیر ها.....

فصل ۵ - نتایج و پیشنهادات ۸۱

- ۸۲-۱-۵- مقدمه.....
- ۸۲-۲-۵- نتایج تحلیل های توصیفی.....
- ۸۲-۱-۲-۵- نتایج حاصل از تحلیل جنسیت افراد.....
- ۸۲-۲-۲-۵- نتایج حاصل از تحلیل سن افراد.....
- ۸۳-۳-۲-۵- نتایج حاصل از تحلیل تحصیلات افراد.....
- ۸۳-۳-۵- نتایج تحلیل های استنباطی (اثبات فرضیه های تحقیق).....
- ۸۳-۱-۳-۵- نتایج حاصل از فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری.....
- ۸۳-۲-۳-۵- نتایج حاصل از فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری.....
- ۸۴-۳-۳-۵- نتایج حاصل از فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری.....
- ۸۴-۴-۳-۵- نتایج حاصل از فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری.....
- ۸۴-۵-۳-۵- نتایج حاصل از فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری.....
- ۸۵-۶-۳-۵- نتایج حاصل از فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری.....

۸۵	۴-۵- نتایج حاصل از اولویت بندی تاثیر متغیر های تحقیق
۸۵	۵-۵- پیشنهادات کاربردی (مبنتی بر نتایج و اثبات فرضیات تحقیق)
۸۵	۱-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج تحلیل های توصیفی
۸۵	۱-۱-۵-۵- پیشنهادات حاصل از تحلیل های جنسیت
۸۶	۲-۱-۵-۵- پیشنهادات حاصل از تحلیل های سن
۸۶	۳-۱-۵-۵- پیشنهادات حاصل از تحلیل های سطح تحصیلات
۸۶	۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج تحلیل های آزمون فرضیات
۸۶	۱-۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج آزمون فرضیه اصلی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری
۸۷	۲-۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج آزمون فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری
۸۷	۳-۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج آزمون فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری
۸۷	۴-۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج آزمون فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری
۸۸	۵-۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج آزمون فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری
۸۸	۶-۲-۵-۵- پیشنهادات حاصل از نتایج آزمون فرضیه فرعی استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری
۸۹	۶-۵- پیشنهادات برای تحقیقات آتی
۹۰	۷-۵- محدودیت های تحقیق
۹۱	پیوست ها و ضامان
۹۲	پرسشنامه

۹۴ منابع و ماخذ
۹۵ الف (منابع فارسی
۹۷ ب (منابع لاتین
۹۹ چکیده لاتین

فهرست جداول

- جدول ۱-۲- ترکیب نیروی انسانی از لحاظ جنسیت در پایان خرداد ماه ۱۳۹۲ ۴۰
- جدول ۲-۲- ترکیب نیروی انسانی بانک از لحاظ تحصیلات در پایان خرداد ماه ۱۳۹۲ ۴۱
- جدول ۳-۲- تعداد واحدهای بانک در سال ۱۳۹۲ ۴۱
- جدول ۱-۳- سوالات مربوط به متغیرها در پرسشنامه ۵۹
- جدول ۲-۳- نتایج حاصل از آزمون آلفای کرونباخ ۶۰
- جدول ۳-۳- گزاره های مقیاس لیکرت در سوالات پرسشنامه ۶۲
- جدول ۱-۴- فراوانی ویژگی های فردی (جنسیت) ۶۵
- جدول ۲-۴- فراوانی ویژگی های فردی (سن) ۶۶
- جدول ۳-۴- فراوانی ویژگی های فردی (تحصیلات) ۶۷
- جدول ۴-۴- نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف ۶۸
- جدول ۵-۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری ۶۸
- جدول ۶-۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری ۶۹
- جدول ۷-۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر مشتری مداری ۶۹
- جدول ۸-۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری ۶۹
- جدول ۹-۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری ۷۰
- جدول ۱۰-۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر جذب مشتری ۷۱

- جدول ۴-۱۱- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری ۷۱
- جدول ۴-۱۲- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری ۷۲
- جدول ۴-۱۳- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر نگهداری مشتری ۷۲
- جدول ۴-۱۴- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری ۷۳
- جدول ۴-۱۵- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری ۷۳
- جدول ۴-۱۶- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر رضایت مشتری ۷۴
- جدول ۴-۱۷- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری ۷۴
- جدول ۴-۱۸- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری ۷۴
- جدول ۴-۱۹- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر اعتماد مشتری ۷۵
- جدول ۴-۲۰- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری ۷۵
- جدول ۴-۲۱- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری ۷۶
- جدول ۴-۲۲- نتایج فرضیه استفاده از بانکداری الکترونیک و تاثیر آن بر وفاداری مشتری ۷۶
- جدول ۴-۲۳- نتایج آزمون همبستگی پیرسون ۷۷
- جدول ۴-۲۴- نتایج حاصل از رگرسیون (فرضیات تحقیق) ۸۰

فهرست شکل ها

شکل ۱-۱- مدل متغیر های تحقیق ۶

شکل ۱-۲- چارت سازمانی بانک رفاه ۴۲

شکل ۱-۴- نمودار فراوانی ویژگی های فردی (جنسیت) ۶۵

شکل ۲-۴- نمودار فراوانی ویژگی های فردی (سن) ۶۶

شکل ۳-۴- نمودار فراوانی ویژگی های فردی (تحصیلات) ۶۷

فصل ۱

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

بانکداری الکترونیکی نوع نوظهوری از صنعت بانکداری است که به ارائه خدمات بانکی با استفاده از محیط های الکترونیکی می پردازد.

بانکداری الکترونیکی خدمات بانکی را در بستر ابزارهای الکترونیکی عرضه می کند. با استفاده از این سیستم پرداخت الکترونیکی می توان انتقال پولی و اعتباری را به صورت الکترونیکی انجام داد بدون آنکه نیازی به جا به جایی فیزیکی باشد. بانکداری الکترونیک، طیف وسیعی از خدمات بانکی را در اختیار مشتریان قرار می دهد. این خدمات به مشتری امکان می دهد از طریق برقراری ارتباط توسط اینترنت بتواند پاره ای از امور بانکی خود را انجام دهد.

طی دهه اخیر، اینترنت طی دهه اخیر رشد فراوانی کرده است و نقش حائز اهمیتی در ارائه اینگونه خدمات و ایجاد یک کانال ارتباطی کاملاً جدید ایفا نموده است و به موازات آن خوشبختانه سازمان ها و موسسات، اقدامات فراوانی برای همگام سازی خود با شبکه های اینترنتی انجام داده اند.

۲-۱- تعریف موضوع

۱-۲-۱- اهمیت موضوع، سوال و اهداف تحقیق

امروزه به دلیل پیشرفتهای فناوری، کسب و کار و پیشه دگرگون شده و به سمت الکترونیکی شدن پیش می رود. تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی یکی از بارزترین تمایلات در اقتصاد دیجیتالی است. در بازار اینترنتی نسبت به بازار سنتی این چالش وجود دارد که سازمان تجاری با رقبای بیشتری مواجه است و وفاداری مشتریان کمتر است (الهی و همکاران، ۲۷، ۱۳۸۸).

از دهه ۸۰ میلادی بانکداری الکترونیکی با استفاده از ابزار آلات مبتنی بر فناوری اطلاعات اقدام به نوآوری های زیادی نظیر خودپردازهای چند منظوره^۸، بانکداری تلفنی^۹، کارت های الکترونیکی^{۱۰}، انتقال وجوه الکترونیکی^{۱۱}، بانکداری تلفن همراه^{۱۲}، بانکداری از طریق وب سایت اینترنتی^{۱۳} و غیره نموده است.

^۸ Automated Teller Machine(ATM)

^۹ Phone Banking

^{۱۰} Credit & Debit card

^{۱۱} Electronic Funds Transfer(EFT)

^{۱۲} Mobile Banking

^{۱۳} Ineternet Banking

اهمیت موضوع شامل اختلاف نظر ها و خلاءهای تحقیقاتی موجود، میزان نیاز به موضوع، فواید احتمالی نظری و عملی آن و همچنین مواد، روش و یا تحقیقی احتمالا نو که در این تحقیق مورد استفاده قرار می گیرد.

اول اینکه امروزه به دلیل پیشرفتهای فناوری، مدل کسب و کار تغییر کرده و به سمت الکترونیکی شدن پیش می رود. بنابر این به منظور یافتن، جذب و حفظ مشتریان، ایجاد رضایت و وفادار کردن و به عبارت دیگر مشتری مداری باید رفتار آنها به خوبی شناخته شود و بررسی گردد که چه عاملی موجب افزایش تمایل آنها به استفاده از بانکداری الکترونیک می شود. باتوجه به اهمیت مشتری به عنوان یکی از ارکان حیات یک سازمان و تاکید^۴ CRM به این عنصر، دلایلی نظیر بهبود خدمات، رضایت مشتری، کاهش هزینه ها، ارتباط فرد به فرد حتی با میلیون ها مشتری را می توان به عنوان ضرورت های استفاده از CRM در یک سازمان (باتوجه به وسعت و پیچیدگی فعالیت های هر سازمان) مطرح کرد.

همانطوریکه امروز دنیا را نمی توان بدون برق در نظر گرفت، دنیای امروز را نیز نمی توان بدون بانکداری الکترونیک تصور کرد. باتوجه به اهمیت مساله بانکداری الکترونیک در این پایان نامه سعی بر آنست که به بررسی نقش استفاده از بانکداری الکترونیکی بر متغیرهای مهمی چون رضایت، اعتماد و وفاداری مشتری در بانک رفاه پرداخته می شود و با توجه به اهمیت مشتری مداری در بانک رفاه جهت بسط و گسترش آن لازم است که به مسئله بانکداری الکترونیک توجه بیشتری نمائیم.

دوم اینکه بکارگیری بانکداری الکترونیک باعث مزایایی برای کارمندان نیز می گردد که شامل سهولت استفاده از سیستم توسط کاربران، امکان انجام کار بیشتر در زمان مشابه قبل، احساس خود مدیریتی و دریافت حقوق و مزایای بیشتر نیز می شود.

سوال اصلی:

۱- آیا استفاده از بانکداری الکترونیکی بر مشتری مداری در بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد؟

سوالات فرعی:

۱- آیا استفاده از بانکداری الکترونیکی در جذب مشتریان در بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد؟

۲- آیا استفاده از بانکداری الکترونیکی در نگهداری مشتریان در بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد؟

۳- آیا استفاده از بانکداری الکترونیکی بر رضایت مشتریان در بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد؟

۴- آیا استفاده از بانکداری الکترونیکی بر اعتماد مشتریان در بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد؟

۵- آیا استفاده از بانکداری الکترونیکی بر وفاداری مشتریان در بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد؟

^۴ customer relation management

۱-۲-۲- هدف کلی، اصلی و اساسی این تحقیق عبارت است از :
بررسی و تعیین تاثیر بانکداری الکترونیک بر مشتری مداری بانک رفاه

- ۱-۲-۳- اهداف کاربردی یا فرعی تحقیق عبارتند از :
۱. بررسی شرایط موجود و مقایسه آن با شرایط مطلوب در سازمان مورد نظر برای پیاده سازی و بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک در مشتری مداری
 ۲. بکارگیری مدلی جامع برای بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک بر مشتری مداری
 ۳. اولویت بندی عوامل تاثیر گذار بر مشتری مداری

۱-۳- فرضیات و مدل متغیرهای تحقیق :
فرضیه اصلی :

استفاده از بانکداری الکترونیکی بر مشتری مداری (CRM) بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد.

فرضیات فرعی:

۱. استفاده از بانکداری الکترونیکی در جذب مشتریان بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد.
۲. استفاده از بانکداری الکترونیکی در نگهداری مشتریان بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد.
۳. استفاده از بانکداری الکترونیکی بر رضایت مشتریان بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد.
۴. استفاده از بانکداری الکترونیکی بر اعتماد مشتریان بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد.
۵. استفاده از بانکداری الکترونیکی بر وفاداری مشتریان بانک رفاه استان تهران تاثیر دارد.

۱-۴- چهارچوب نظری تحقیق:

هر پژوهش به یک چهارچوب نظری نیاز دارد ، چهارچوب نظری الگویی است که خود پژوهشگر بر اساس آن درباره روابط بین عواملی که در ایجاد مسئله مهم تشخیص داده شده اند ، نظریه پردازی می کند (خاکی، ۱۳۸۷، ۳۰)

متغیرهای اصلی در تحقیق حاضر ، شامل بانکداری الکترونیک و مشتری مداری است .
بانکداری الکترونیکی نوع خاصی از بانکداری است که جهت ارائه سرویس به مشتریان خود از یک محیط الکترونیکی مانند اینترنت استفاده می کند. در این نوع بانکداری تمامی عملیات بانکی اعم از دریافت یا واریز کردن پول ، تایید امضا، مشاهده موجودی و دیگر عملیات بانکی به صورت الکترونیکی انجام می شود.

همچنین بانکداری الکترونیکی امکاناتی فراهم می آورد برای کارکنان در جهت افزایش سرعت و کارایی آنها در ارائه خدمات بانکی در محل شعبه و همچنین فرآیندهای بین شعبه ای و بین بانکی در سراسر دنیا و ارائه امکانات سخت افزاری و نرم افزاری به مشتریان که با استفاده از آنها بتوانند بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک ، در هر ساعت از شبانه روز از طریق کانالهای ارتباطی ایمن و با اطمینان عملیات بانکی دلخواه خود را انجام دهند.

در تحقیق حاضر مشتری مداری (CRM)^{۱۰} شامل جذب ، نگهداری ، اعتماد ، رضایت و وفاداری مشتریان بانک رفاه است.

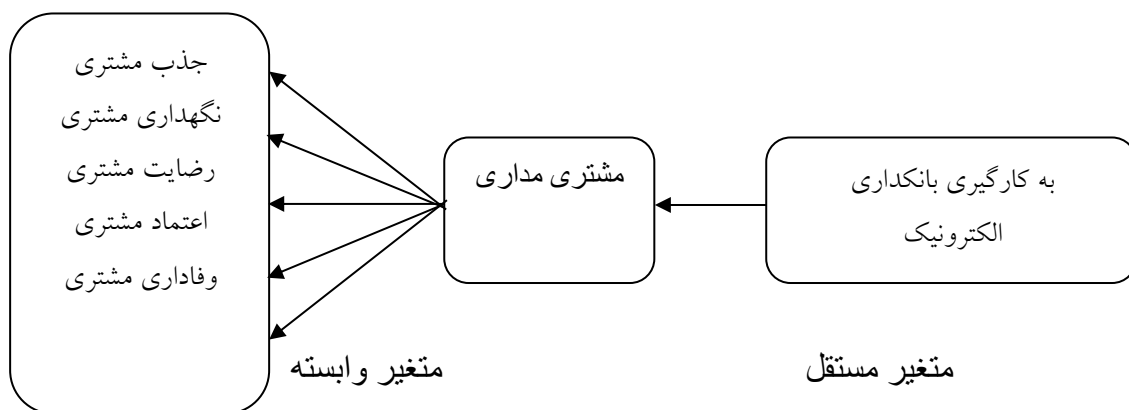
CRM به همه فرآیندها و فناوری هایی گفته می شود که در شرکت ها و سازمانها برای شناسایی ، ترغیب ، گسترش ، حفظ و ارائه خدمات به مشتریان به کار می رود. CRM یک استراتژی کسب و کار است که میزان تعاملات را بالا برده و هدف آن افزایش سود آوری ، بازگشت سرمایه و رضایت مشتری می باشد. با توجه به افزایش شدید رقابت جهانی بالا بردن سهم بازار می تواند بسیار پر هزینه تر از پیاده سازی یک CRM موفق باشد.

سازمان با استفاده از CRM می تواند کمک کند تا مشتریان موجود حفظ شوند و مشتریان جدیدی جذب شوند . سازمانها برخی روش هایی را شامل مدیریت ارتباط با مشتری ، تحلیل ارزش مشتری ، استراتژی سازمانی و سازو کارهای خدماتی که کارایی ارتباطات مشتری را بهبود می دهد به کار می برند مدیریت ارتباط با مشتری یک استراتژی برای کسب مشتریان جدید و نگه داشتن آنهاست .

CRM شامل تمام عملیات و فعالیت های مرتبط با مشتریان بی واسطه همچون شرکتها و بانکها می باشد.

مدل تحقیق بر اساس چارچوب نظری بیان شده است و در شکل ۱-۱ نمایش داده شده است.

شکل ۱-۱- مدل متغیر های تحقیق



مدل برگرفته از مدل پایان نامه سنجش رضایت مشتریان بانک ملت از خدمات ارائه شده در

سطح شعب - مدل SERVQUAL

^{۱۰}Customer Relation management