



دانشگاه یزد

دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری
گروه مدیریت بازرگانی

پایان نامه

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
مدیریت بازرگانی-گرایش مالی

**سنجش کیفیت خدمات در بانکداری الکترونیکی (مطالعه موردی:
شعب بانک صادرات مرکز یزد)**

استاد راهنما:

دکتر داریوش فرید

اساتید مشاور:

دکتر سید محمد طباطبایی نسب

دکتر حجت الله صادقی

پژوهش و نگارش:

الهام دهقان

اسفند ۱۳۹۲

خداوند متعال را شکر

که توفیق خدمت به بنده را عطا فرمود و با سپاس از سه وجود مقدس:

آنان که ناتوان شدند تا ما به توانایی برسیم...

مویشان سپید شد تا ما رو سفید شویم...

و عاشقانه سوختند تا که ما بخش وجود ما و روشنگر جهان باشند...

پدرانمان

مادرانمان

استادانمان

مَشْکَر فَرَاوَان وَاَتَمَنان بَیْکَران اَز اساتید بزرگوار:

بِخَباب آقا بَی دَکْتَر داریوش فرید

بِخَباب آقا بَی دَکْتَر سید محمد طباطبائی نسب

بِخَباب آقا بَی دَکْتَر حجت ا... صادقی

کَهِ بَی شَک بَدون حَیْث هَی ایشان این تحقیق میسر نبود

سَکَر دَی دَکْتَب و سَی افخاریست برای اینجانب

و

مَشْکَر و قَدردانی وِیْژَه اَز تام عزیزانی که دَی دَیون این پامان نامه

بَنده راحمت و یاری نمودند.

چکیده

در قرن حاضر تحولات جدید باعث شده است تا بخش خدمات با سرعت بسیار زیادی گسترش پیدا کند. با توجه به اهمیت بخش خدمات، تعالی کیفیت خدمات در این بخش نیز اهمیت ویژه ای پیدا می کند، به نحوی که ارائه خدمات با کیفیت از چالش های مهم قرن حاضر در سازمان های خدماتی است. یکی از مهم ترین راه های کسب مزیت رقابتی برای بانکهای امروزی، استفاده از فناوری اطلاعات برای ارائه خدمات بانکی است که تحت عنوان خدمات بانکداری الکترونیکی از آن یاد می شود. توسعه و گسترش بانکداری الکترونیکی به عنوان یکی از کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در بازارهای پولی و بانکی کشورهای پیشرفته جهان، صنعت بانکداری کشور را در سال های اخیر به منظور بکارگیری این نوآوری به تکاپو وادار کرده است. بنابراین سنجش کیفیت خدمات الکترونیک یکی از راهکارهایی است که به ما این امکان را می دهد تا از کیفیت استقرار کاربردهای مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله بانکداری الکترونیک آگاه شده و با استفاده از این بازخورد درجهت بهبود وضعیت کشور در این زمینه تلاش کنیم. در این پژوهش پس از مرور ادبیات موجود در این زمینه، مؤلفه های مؤثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی از طریق مصاحبه با خبرگان بانکی و مالی شناسایی شد، سپس جهت سنجش متغیرها، پرسشنامه ای حاوی سنجه های مناسب طراحی و روایی و پایایی پرسشنامه به ترتیب از طریق روایی محتوایی و مقدار آلفای کرونباخ $0/884$ تایید شد. جهت تخمین تعداد اعضای نمونه لازم، در ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه به صورت تصادفی بین مشتریان بانک صادرات مرکز یزد پخش شد، و سپس با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۱۴۷ نفر برای ادامه پژوهش مناسب دیده شد. پس از توزیع و جمع آوری پرسشنامه ها، با استفاده از مدل ای-سروکوال و تکنیک تاپسیس داده ها تجزیه و تحلیل شدند. نتایج نشان می دهد که از سی مؤلفه شناسایی شده ۲۲ مؤلفه دارای شکاف منفی و ۸ مؤلفه دارای وضعیت مطلوب هستند. براین اساس، وضعیت ابعاد تحقیق نیز مشخص شد که نتایج حاکی از نامطلوب بودن وضعیت این ابعاد است. شکاف منفی این ۲۲ مؤلفه، بیانگر این است که از دیدگاه مشتریان در این مؤلفه ها بانک نتوانسته است انتظارات مشتریان را برآورده

سازد. این مؤلفه ها عبارتند از: ارائه اطلاعات و خدمات به موقع به مشتریان، میزان احساس امنیت از انجام عملیات بانکی، سرعت دریافت خدمات الکترونیکی، امکان انجام عملیات بانکی متفاوت، ارائه اطلاعات و خدمات بانکی براساس نیاز مشتری و

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات، کیفیت خدمات الکترونیک، بانکداری الکترونیکی، مدل

ای-سروکوال.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
-------	------

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه.....	۲
۲-۱ بیان مساله.....	۴
۳-۱ ضرورت و اهمیت تحقیق.....	۴
۴-۱ هدف پژوهش.....	۵
۵-۱ سوالات تحقیق.....	۵
۶-۱ جامعه آماری.....	۵
۷-۱ روش تحقیق.....	۵
۸-۱ قلمرو تحقیق (موضوعی، مکانی، زمانی).....	۶
۹-۱ تعریف واژگان کلیدی.....	۶

فصل دوم: ادبیات و پیشینه تحقیق

۱-۲ مقدمه.....	۱۰
۲-۲ کیفیت خدمات.....	۱۰
۱-۲-۲ مفهوم کیفیت.....	۱۱
۲-۲-۲ مفهوم خدمات.....	۱۲
۳-۲-۲ مفهوم خدمات الکترونیک.....	۱۴
۴-۲-۲ مفهوم کیفیت خدمات.....	۱۵
۵-۲-۲ مفهوم کیفیت خدمات الکترونیک.....	۱۷
۶-۲-۲ مفهوم کیفیت خدمات بانکی.....	۱۹
۳-۲-۲ صنعت بانکداری الکترونیک.....	۱۹
۱-۳-۲ بانکداری الکترونیکی.....	۲۱

- ۲-۳-۲ سیر تحول تکنولوژی اطلاعات..... ۲۳
- ۱-۲-۳-۲ اتوماسیون پشت باجه..... ۲۳
- ۲-۲-۳-۲ اتوماسیون جلوی باجه..... ۲۴
- ۳-۲-۳-۲ متصل کردن مشتریان به حساب‌هایشان..... ۲۴
- ۴-۲-۳-۲ یکپارچه سازی سیستمی..... ۲۵
- ۳-۳-۲ تاریخچه پیدایش بانکداری الکترونیکی..... ۲۶
- ۱-۳-۳-۲ بانکداری الکترونیکی در جهان..... ۲۶
- ۲-۳-۳-۲ بانکداری الکترونیکی در ایران..... ۲۸
- ۴-۳-۲ استانداردهای بانکداری الکترونیکی..... ۲۸
- ۱-۴-۳-۲ زیرساخت تکنولوژیک..... ۲۸
- ۲-۴-۳-۲ زیرساخت حقوقی و قانونی..... ۲۹
- ۳-۴-۳-۲ زیرساخت نرم افزاری و امنیتی..... ۲۹
- ۴-۴-۳-۲ زیرساخت فرهنگی و منابع انسانی..... ۳۰
- ۵-۳-۲ انتقال الکترونیکی وجوه..... ۳۰
- ۱-۵-۳-۲ بانکداری الکترونیکی مصرف کننده..... ۳۲
- ۲-۵-۳-۲ بانکداری الکترونیکی بین بانکی..... ۳۲
- ۶-۳-۲ فناوری های بانکداری الکترونیکی..... ۳۳
- ۱-۶-۳-۲ بانکداری از طریق موبایل..... ۳۳
- ۲-۶-۳-۲ بانکداری براساس اینترنت..... ۳۶
- ۳-۶-۳-۲ بانکداری با استفاده از دستگاه خودپرداز..... ۳۷
- ۴-۶-۳-۲ بانکداری براساس پایانه های فروش..... ۳۸
- ۵-۶-۳-۲ بانکداری تلفنی..... ۳۹
- ۶-۶-۳-۲ بانکداری خانگی و اداری..... ۳۹

- ۴-۲ مدل های سنجش کیفیت خدمات.....۴۱
- ۱-۴-۲ مدل کیفیت فنی و کارکردی.....۴۱
- ۲-۴-۲ مدل شکاف یا سروکوال.....۴۲
- ۳-۴-۲ مدل کیفیت خدمات بانکداری ناهیا و نانتل.....۴۲
- ۴-۴-۲ مدل SYSTRA-SQ.....۴۳
- ۵-۲ مدل های سنجش کیفیت خدمات الکترونیک.....۴۳
- ۱-۵-۲ مدل ای-سروکوال.....۴۴
- ۲-۵-۲ مدل دیویدسن و کوپر.....۴۵
- ۳-۵-۲ مدل وب کوال.....۴۶
- ۴-۵-۲ مدل سایت کوال.....۴۶
- ۵-۵-۲ مدل ای کوال.....۴۷
- ۶-۵-۲ مدل کولیر و بین استاک.....۴۷
- ۶-۲ سابقه تحقیق.....۴۸
- ۱-۶-۲ مطالعات خارج از کشور.....۴۸
- ۲-۶-۲ مطالعات داخل کشور.....۵۱
- ۳-۶-۲ مقایسه نتایج بدست آمده از برخی تحقیقات صورت گرفته.....۵۳
- ۷-۲ جمع بندی مطالب.....۵۴

فصل سوم: روش تحقیق

- ۱-۳ مقدمه.....۵۸
- ۲-۳ روش تحقیق.....۵۸
- ۳-۳ مراحل انجام تحقیق.....۵۹
- ۴-۳ جامعه آماری.....۶۰
- ۵-۳ نمونه، روش نمونه گیری و برآورد حجم نمونه.....۶۰

- ۳-۶ ابزار و روش گردآوری اطلاعات..... ۶۱
- ۳-۷ روایی و پایایی پرسشنامه..... ۶۳
- ۳-۸ معرفی روش های تجزیه و تحلیل داده ها..... ۶۴
- ۳-۸-۱ روش تحلیل شکاف..... ۶۵
- ۳-۸-۲ روش تاپسیس..... ۶۶

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها

- ۴-۱ مقدمه..... ۷۰
- ۴-۲ تحلیل اطلاعات توصیفی..... ۷۰
- ۴-۲-۱ توزیع فراوانی جنسیت..... ۷۰
- ۴-۲-۲ توزیع فراوانی سن..... ۷۱
- ۴-۲-۳ توزیع فراوانی تحصیلات..... ۷۱
- ۴-۳ تحلیل شکاف..... ۷۲
- ۴-۴ تعیین درجه اهمیت مولفه ها..... ۷۵
- ۴-۵ رتبه بندی مولفه ها..... ۷۵

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات

- ۵-۱ مقدمه..... ۸۲
- ۵-۲ خلاصه پژوهش..... ۸۲
- ۵-۳ یافته های بدست آمده از پژوهش..... ۸۲
- ۵-۴ پیشنهادات کاربردی..... ۸۴
- ۵-۵ محدودیت های تحقیق..... ۸۵
- ۵-۶ پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی..... ۸۵
- پیوست ها..... ۸۷
- منابع..... ۹۳

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول (۱-۲) مقایسه نتایج تحقیقات مشابه.....	۵۴
جدول (۱-۳) ابعاد و مولفه های مدل ای-سروکوال.....	۶۲
جدول (۲-۳) مقادیر آلفای کرونباخ.....	۶۴
جدول (۱-۴) متغیر جنسیت.....	۷۰
جدول (۲-۴) متغیر سن.....	۷۱
جدول (۳-۴) متغیر تحصیلات.....	۷۲
جدول (۴-۴) میانگین ادراکات، انتظارات و میزان شکاف.....	۷۳
جدول (۵-۴) میزان شکاف ابعاد.....	۷۴
جدول (۶-۴) ماتریس تصمیم گیری.....	۷۶
جدول (۷-۴) ماتریس تصمیم گیری بی مقیاس شده.....	۷۸
جدول (۸-۴) رتبه بندی مولفه های دارای شکاف منفی.....	۸۰

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۴۶.....	شکل (۱-۲) مدل ساده شده کیفیت خدمات الکترونیک.....
۵۹.....	شکل (۱-۳) مراحل انجام تحقیق.....

فصل اول
کلیات تحقیق

۱-۱ مقدمه

پیشرفت های چشمگیر در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT^۱) در دهه های اخیر تمام ابعاد زندگی بشر را متحول ساخته است و امروز از مفاهیم نوینی نظیر دولت الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، بیمه الکترونیکی، مدیریت الکترونیکی و آموزش الکترونیکی سخن به میان می آید. آنچه که تاکنون بیش از سایر موارد تحت تاثیر این فناوری قرار گرفته است، حوزه تجارت و بازرگانی است و در این بین صنعت بانکداری نیز تحول معناداری را تجربه کرده است.

بانکداری و خدمات مالی بخش مهمی از صنعت خدمات را تشکیل می دهند. چشم انداز خدمات مالی در جهان به سرعت در حال تغییر است (لانداهل^۲ و همکاران، ۲۰۰۹). تغییرات تعدیلی، ساختاری و فناوری بسیاری در راستای حرکت به سوی یک محیط بانکداری جهانی یکپارچه تر در صنعت بانکداری دنیا روی داده است (انجر^۳ و همکاران، ۱۹۹۹). بانکها با ارائه مزایای متنوع و خدمات رقابتی و تجدید ساختار خدماتشان به سوی استفاده از تکنولوژی سریع و در جهت برآورده کردن نیازهای در حال تغییر مشتریان، در حال گسترش یافتن از میان مرزها هستند. به دلیل این اقدامات، ماهیت خدمات بانکداری و ارتباط با مشتریان دستخوش تغییرات شده است. محیط بسیار رقابتی و به سرعت در حال تغییری که بانکها مجبور به فعالیت در آن هستند، آنها را به سوی تجدید نظر در نگرششان به سوی رضایت مشتری و بهینه سازی کیفیت خدمات سوق می دهد (ارسلی^۴ و همکاران، ۲۰۰۵).

یکی از مهم ترین راه های کسب مزیت رقابتی برای بانکهای امروزی، استفاده از فناوری اطلاعات برای ارائه خدمات بانکی است که تحت عنوان خدمات بانکداری الکترونیکی از آن یاد می شود (سهیل^۵، ۲۰۰۳). بانکها و مؤسسات مالی، سرمایه گذاری های زیادی در زمینه ارائه خدمات مبتنی بر این فناوری ها از جمله بانکداری اینترنتی برای کسب مزایای رقابتی انجام داده اند (ساسرز^۶، ۲۰۰۷).

۱-Information and Communication Technology

۲-Lundahl

۳-Angur

۴-Arasli

۵-Sohail

۶-Caceres

توسعه و گسترش بانکداری الکترونیکی به عنوان یکی از کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در بازارهای پولی و بانکی کشورهای پیشرفته جهان، صنعت بانکداری کشور را در سالهای اخیر به منظور بکارگیری این نوآوری به تکاپو وادار کرده است (لیائوزیگی^۱، ۲۰۰۲).

از سوی دیگر، در حال حاضر بخش خدمات سهم عمده ای در بازار بسیاری از کشورها دارد. برای مثال، کاتلر^۲ (۲۰۰۳) بیان می کند که ۷۹ درصد از کل شاغلین، در بخش خدمات مشغول به کار هستند، همچنین سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (۲۰۰۵)، اعلام کرده است که بیش از ۷۰ درصد از مردم سراسر جهان در بخش خدمات مشغول به فعالیت می باشند. بازتاب این تغییرات بر این نکته تاکید دارد که بازاریابی خدمات به یک زمینه مسلم برای بررسی علمی تبدیل شده است و امروزه یک پارادایم جایگزین برای بازاریابی کالاها ارائه می دهد (لاولاک^۳، ۲۰۰۴). با توجه به اهمیت بخش خدمات، تعالی کیفیت خدمات در این بخش نیز اهمیت ویژه ای پیدا می کند، به نحوی که ارائه خدمات با کیفیت از چالش های مهم قرن حاضر در سازمان های خدماتی است.

در صنعت بانکداری، کیفیت خدمات رابطه نزدیکی با رضایتمندی مشتریان دارد. اکنون بانکها می دانند که ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان برای موفقیت ضروری است. تامین خدمات و کالاهای با کیفیت برای مشتریان، عاملی حیاتی برای بقا و موفقیت در محیط رقابت بانکداری در دنیای امروز می باشد. محصولات و خدمات با کیفیت باعث گسترش آوازه بانک شده و علاوه بر حفظ مشتریان سابق باعث جذب مشتریان جدید نیز می گردد و کارایی مالی و سودآوری بانک را افزایش می دهند.

بنابراین، اگر بخواهیم از مزایای خدمات الکترونیک حداکثر بهره را ببریم و در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات در رده کشورهای پیشگام قرار بگیریم، لازم است تا کاربردهای مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات را به بهترین نحو در کشور استقرار دهیم. برنامه ریزی برای استقرار این کاربردها بدون ارزیابی و سنجش آنها اثربخش نخواهد بود. بنابراین سنجش کیفیت خدمات الکترونیک یکی از راهکارهایی است که به ما این امکان را می دهد تا از کیفیت استقرار کاربردهای مختلف فناوری اطلاعات و ارتباطات از جمله بانکداری الکترونیک آگاه شده و با استفاده از این بازخورد در جهت بهبود وضعیت کشور در این زمینه تلاش کنیم (بی نیاز، ۱۳۸۷).

۱-Liao Ziqi

۲-Kotler

۳-Lovelock

۱-۲ بیان مساله

با افزایش رو به رشد اهمیت بانکداری الکترونیکی و اقدامات مهمی که از سوی بانکها در خصوص ارائه این خدمات در کشور انجام شده است و همچنین با توجه به رشد تعداد کاربران خدمات بانکداری الکترونیکی، برای بازاریابان بانکها الزامی است تا درک بهتری از کاربران و مشتریان بانکداری الکترونیکی داشته باشند. از آنجا که یکی از عوامل اساسی موفقیت در راستای کسب مزیت رقابتی در زمینه ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی، ارائه خدمات با کیفیت متعالی است، این پژوهش صورت گرفت تا با شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی و اولویت بندی این عوامل امکان ارائه خدمات متمایز و کسب مزیت رقابتی در این زمینه را برای بانکها فراهم کند.

۱-۳ ضرورت و اهمیت تحقیق

پویایی محیط و رقابت فزاینده، بانکها را برآن داشت تا به منظور حفظ بقا و افزایش سودآوری خویش به ارائه خدماتی متنوع تر و باکیفیت تر و متناسب با خواسته ها، تمایلات و سلیقه های مشتریان خود پردازند. از طرفی میزان آگاهی مشتریان از کیفیت خدمات سایر بانکها نیز افزایش یافته و با افزایش تعداد رقبا دیگر پذیرای هر خدمتی نمی باشند. درچنین وضعیت رقابتی مناسب ترین استراتژی برای بانکها رویکرد بهبود کیفیت خدمات می باشد (رستمی انواری و همکاران، ۱۳۸۴).

به دلیل آنکه خدمات مالی بویژه بانکها با محصولات تقریباً یکسان در بازار به رقابت می پردازند، کیفیت این خدمات به عنوان پایه و اساسی برای رقابت به شمار می آید، به گونه ای که کیفیت به عنوان مهم ترین عامل موفقیت خدمات مالی نوین محسوب می شود (شعبانی ایلانی، ۱۳۸۶). سنجش خدمات در بانکها به خاطر رابطه آشکارش با هزینه ها، سودآوری و رضایت مشتریان، بسیار حائز اهمیت است. لذا برای کاهش هزینه ها، سودآوری مناسب و رضایت مشتریان پرداختن به کیفیت خدمات امری ضروری است.

امروزه با توجه به مزایای اقتصادی فراوان سیستم های بانکداری الکترونیک اقداماتی به منظور حرکت به سوی بانکداری الکترونیکی از سوی نظام بانکی کشور در سال های اخیر صورت گرفته است (زبیدی، ۱۳۸۷). بنابراین با توسعه و گسترش بانکداری الکترونیک و با توجه به اهمیت

کیفیت خدمات متعالی در موفقیت نظام بانکی سنجش کیفیت خدمات در بانکداری الکترونیک ضروری و از اهمیت اساسی برخوردار است.

۴-۱ هدف پژوهش

با توجه به مسائل مطرح شده در خصوص اهمیت تعالی کیفیت خدمات در بانکداری و گسترش روزافزون خدمات بانکداری الکترونیک می توان هدف اصلی این پژوهش را " بررسی وضعیت فعلی کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی از دیدگاه مشتریان عنوان نمود". در همین راستا دستیابی به اهداف فرعی ذیل نیز مدنظر می باشد :

۱/ شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک

۲/ اولویت بندی عوامل کلیدی مؤثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک

۳/ ارائه راهکارهای مناسب جهت ارتقای کیفیت خدمات ارائه شده در بانکداری الکترونیکی

۵-۱ سوالات تحقیق

۱/ عوامل کلیدی مؤثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک کدامند؟

۲/ در کدام یک از این عوامل کلیدی بانک نتوانسته است انتظارات مشتریان را برآورده سازد؟

۳/ در کدام یک از این عوامل کلیدی بانک نتوانسته انتظارات مشتریان را پوشش دهد؟

۴/ اولویت بندی عواملی که بانک نتوانسته در آن مؤلفهها انتظارات مشتریان را برآورده سازد، چگونه است؟

۶-۱ جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه مشتریان شعب منتخب بانک صادرات مرکز یزد می باشند.

۷-۱ روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر نوع هدف، کاربردی است، از نظر میزان کنترل متغیرها تحقیق توصیفی

است و از بعد روش گردآوری دادهها، تحقیق میدانی (پیمایشی) می باشد.

۸-۱ قلمرو تحقیق (موضوعی، مکانی، زمانی)

قلمرو موضوعی این پژوهش سنجش کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک می باشد، بنابراین از نظر موضوعی جز تحقیقات بازاریابی - مالی قرار می گیرد. از لحاظ قلمرو مکانی این پژوهش در محدوده شعب منتخب بانک صادرات مرکز یزد قرار می گیرد.

از لحاظ قلمرو زمانی، نمونه مورد بررسی شامل مشتریانی می شود که در زمستان سال ۱۳۹۲ از خدمات الکترونیکی شعب منتخب بانک صادرات مرکز یزد استفاده نموده اند.

۹-۱ تعریف واژگان کلیدی

کیفیت خدمات : کامل ترین تعریف از کیفیت خدمات از سوی پاراسورامان و همکارانش ارائه شده است. طبق تعریف آنها «کیفیت خدمت شکلی از نگرش مرتبط با رضایت اما نه معادل با آن است که از مقایسه میان انتظارات مشتری از خدمات و عملکرد خدمات به دست می آید» (عطافر و شفیع، ۱۳۸۵).

کیفیت خدمات الکترونیک : در دیدگاه جدید کیفیت خدمات الکترونیک عبارت است از ادراکات مشتریان در مورد ستانده خدمات به همراه ادراک آنان از بهبود خدمت در صورت بروز اشکال یا درجه ای که یک خدمت الکترونیکی می تواند به طور مؤثر و کارا نیازهای مشتری را برطرف نماید (پالمر، ۲۰۰۱).

بانکداری الکترونیکی: بانکداری الکترونیکی به معنای یکپارچه سازی بهینه کلیه فعالیت های یک بانک از طریق بکارگیری تکنولوژی نوین اطلاعات، مبتنی بر فرایند بانکی و منطبق بر ساختار سازمانی بانکهاست که امکان ارائه کلیه خدمات مورد نیاز مشتریان را فراهم می سازد (ونوس و مختاران، ۱۳۸۱).

مدل ای - سروکوال : این مدل شامل هفت بعد می باشد، که این ابعاد به دو معیار جداگانه تقسیم می شوند: ۱/ ابعاد اصلی ۲/ ابعاد جبرانی

ابعاد کارایی، قابلیت دسترسی به سیستم، اجرا و حریم شخصی مقیاس اصلی ای - سروکوال (E-S-Qual) را شکل می دهند. این مقیاس مربوط به زمانی است که کاربران به مشکل یا مساله ای در استفاده از سایت بر نمی خورند.

سه بعد پاسخگویی، جبران و تماس تشکیل دهنده مقیاس بازیابی ای-سروکوال (E-RecS-Qual) هستند و مربوط به زمانی می شوند که کاربران در استفاده از سایت مشکل داشته باشند (پاراسورامان، ۲۰۰۵).

فصل دوم
ادبیات و پیشینه تحقیق