

« فراسوی مدیریت »

سال دوم - شماره ۸ - بهار ۱۳۸۸

صص ۲۱۵ - ۱۸۹

بانکداری الکترونیکی و کاربرد کارتهای بانکی در بهبود عملکرد بانک

دکتر رسول برادران حسن زاده^۱

دکتر ناصر پور صادق^۲

لیلا شکوری ملکی^۳

چکیده

این مقاله درصدد یافتن میزان تاثیر کارتهای بانکی در بهبود عملکرد بانک است. بانکداری الکترونیکی را می توان استفاده و نمایش تکنولوژیهای گوناگون و متفاوت خدمات و گسترش ماشینهای خودپرداز و ارائه مستقیم صورت حساب پرداخت اتوماتیک و انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری خانگی تعریف کرد. یکی از ابزارهای انتقال الکترونیکی وجوه که در تجارت الکترونیکی از اهمیت خاصی برخوردار است، کارتهای بانکی می باشند. مقاله حاضر در جستجوی یافتن میزان تاثیر کارتهای بانکی در بهبود عملکرد بانک ملی استان آذربایجانشرقی است. که با استفاده از اسناد و مدارک و نظر سنجی از مشتریان (دارندگان ملی کارت) در استان آذربایجانشرقی صورت پذیرفت. برای مشخص شدن مسیر کار مبانی نظری مختلفی که می توانست در این تحقیق به ما کمک کند، مورد مطالعه قرار گرفت و

- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز (DRH313@GMAIL.COM)

- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بناب

- مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان

در نهایت تاثیر کارتهای بانکی مورد بررسی قرار گرفت. و مشخص گردید که استفاده از کارتهای بانکی در افزایش رضایت و احساس امنیت مشتریان بانک و سودآوری بانک موثر می باشد. همچنین بین تعداد کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای انتقالی توسط پایانه های نقطه فروش و تراکنشهای اصلاحیه ، برداشت و انتقالی توسط خودپردازها ارتباط مستقیم وجود دارد

واژه های کلیدی:

عملکرد بانک ، بانکداری الکترونیکی کارتهای بانکی، کارتهای اعتباری

مقدمه

استفاده از کارتهای بانکی یکی از ابزارهای بانکداری الکترونیکی است که موجبات تسهیل در ارائه وجوه نقد و سرعت انتقال وجوه و همین طور دقت و کاهش حجم عملیات مربوط به ارائه پول را فراهم می آورد اصلاحات ساختاری در بخشهای واقعی و مالی اقتصاد ایران و بانکهای کشور در بر دارنده مولفه های گوناگونی است. به نظر می رسد شناسایی عوامل بهبود عملکرد در نظام بانکی می تواند پیش نیازی برای ایجاد تحول در نظام بانکداری ایران باشد. از آنجائیکه در سازمانها به بهبود عملکرد و رشد آن ، چندان پرداخته نشده و از طرفی استفاده از ابزارمناسب برای کاهش حجم کار و شناسایی و ارضاء نیازهای مشتریان به خوبی صورت نمی گیرد، چنین به نظر می آید که شناخت و به کارگیری ابزارمناسب در بانکها با توجه به پولی شدن اقتصادها و پیشرفتهای علمی در زمینه تجارت الکترونیک می تواند گام موثری در این زمینه باشد. که با استفاده از آن بتوان در زمانهای مختلف ، تغییرات به وجود آمده در میزان رضایت و احساس امنیت مشتریان و همین طور سودآوری بانک را مورد بررسی و سنجش قرار داد .

«بانکداری الکترونیکی را می توان استفاده و نمایش تکنولوژیهای گوناگون و متفاوت خدمات و گسترش ماشینهای خودپرداز و ارائه مستقیم صورت حساب پرداخت اتوماتیک و انتقال الکترونیکی وجوه^۱ و بانکداری خانگی تعریف کرد» (ام . کلدن اسکای، ۲۰۰۴، ۱). «در انتقال الکترونیکی وجوه یک وظیفه مهم وجود دارد و آن امکان دسترسی سریع و پیوسته به وجوه می باشد» (مجتهد و حسن زاده، ۱۳۸۴، ۲۱۲). «مطالعات زیادی جهت نشان دادن قسمتهای سودآور و قابلیت سوددهی بانکداری پیوسته الکترونیکی صورت گرفته است» (پیککارنن، کارجاموتو و پانیلا، ۲۰۰۴، ۲۲۵). «امروزه به لحاظ شرایط داخلی و موقعیت بین المللی نظام جمهوری اسلامی ایران ضرورت تحول در نظام بانکهای دولتی کشور بیش از هر زمان دیگر ملموس و قطعی می باشد. لازم است با توجه به نقشی که یک نظام بانکی شایسته و کارآمد در تحقق برنامه های توسعه دارد به عنوان یکی از اساسی ترین برنامه های توسعه کشور به آن توجه شود» (الوانی و ریاحی، ۱۳۸۴، ۲۰). با پولی شدن اقتصادها اهمیت و نقش سیاستهای پولی، ارزی در بانکداری کشورها روزافزون گردیده است بانکداری به جهت نقشی که در هدایت نقدینگی و خلق اعتبار در جامعه دارد حائز اهمیت می باشد. «بانکها و برخی از موسسات مالی و اعتباری در سالهای اخیر مبادرت به صدور کارتهای اعتباری نموده اند که این کارتها نیز به نوبت خود یک نوع پول آفرینی محسوب می شوند. از آنجائیکه مردم علاقه مند به ذخیره پولی هستند که در مقابل خطرات مصون باشد و از طرف دیگر بانکدار؛ سلامت، راحتی، سهولت انتقال و خدمات دفترداری را با هزینه بسیار کم و یا بدون هزینه برای آنها فراهم می نماید. لذا «کارت پول یا کارت بانکی از حدود ۵۰ سال پیش متداول شد. و هدف اصلی و اولیه از ایجاد کارت پول، جایگزین کردن آن به جای سکه و اسکناس بوده تا امنیت جانی و مالی صاحبان آن فراهم شود و کاستن

^۱EFT

از هزینه های واحدهای تحویل و نگهداری و... در بانکها بوده و است. بنابراین عملکرد مطلوب و مورد انتظار بانک منوط به ایجاد محیطی است که در خور آن بوده و مدیران متولی و مسئول آن می باشند. به کارگیری ابزار مناسبی همچون کارتهای بانکی به دلیل مزایایی چون کاستن از زمان انتظار و سرعت در نقل و انتقال وجوه در کنار روند رو به رشد فناوری، تشکیل مفهومی در بر گیرنده پول مجازی، با استفاده از ابزار الکترونیکی، باعث پیدایش تحولی در صنعت بانکداری و گرایشی با عنوان تجارت الکترونیکی گردیده است «تجارت الکترونیک شامل تمام فرمهای مبادلات تجاری و بازرگانی از قبیل خرید و فروش کالا و خدمات به کمک ابزار الکترونیکی همچون تلفن، تلویزیون، کامپیوتر و اینترنت و... می باشد» (مظلومیان، ۲۰۰۴، ۲).

«توسعه فزاینده سیستم مالی در کشورهای در حال توسعه و گسترش روزافزون بانکهای تجاری و سازمانهای بیمه و موسسات پرداخت کننده مستمری فضای رقابتی خاصی را پیش روی سازمانها قرار داده است» (بهمن پور، ۲۰۰۳). «پس با شناخت نیازها و انتظارات مشتریان محیط کار و دیگر عوامل موثر بر رفتار مشتریان و کارکنان می توان کارایی و اثر بخشی را معنا کرد و بهبود عملکرد را عینیت بخشید» (کردنائیچ و دلخواه، ۱۳۸۳). «باتوجه به اینکه در هر بانکی سیستم بانکداری مسئول پیگیری و تخمین بهره و سرمایه گذاری دارائیهای مشتریان در یک مکان مطمئن، می باشد به نحوی که بالاترین میزان رضایت مشتریان بانک را به دنبال داشته باشد. و چنین عملکردی مستلزم استفاده از ابزار مناسب می باشد» (ابراهیمی، ۲۰۰۲). لذا در تحقیق حاضر برای بررسی تاثیر استفاده از کارتهای بانکی بر بهبود عملکرد بانک و تعیین ابعاد بهبود عملکرد تنها سه جنبه سودآوری، رضایت مشتری، و احساس امنیت مشتریان بانک برای بهبود عملکرد که در راستای اهداف ارائه کارتهای بانکی در نظر گرفته شده است.

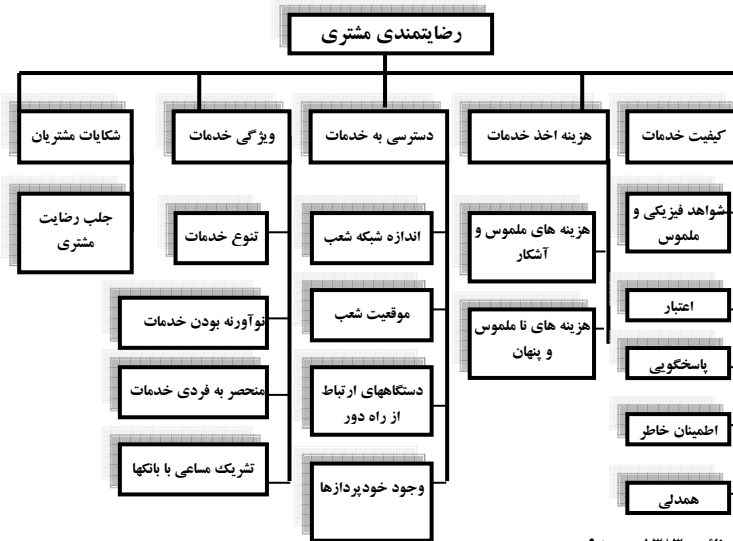
مروری بر ادبیات پژوهش

بانکهای کشور در واقع تا حدود زیادی انگیزه های سودآوری را از دست داده اند و به دلیل مداخلات دولت و تسهیلات تکلیفی و ترجیحی در زمینه سیاستها دچار انفعال شده اند. و استمرار اعمال سیاستها و تخصیص منابع از بالا، باعث گردیده که بانکها توجه کافی به تحلیل و آنالیز ریسکهای بازار و مدیریت و تنوع بخشیدن به پرتفوی خود را نداشته باشند» (رسول اف و دیگران، ۲، ۱۳۸۳). «تغییرات زندگی از حالت ایستا و پایداری برخوردار نبوده و از ضروریات طبیعی هرسازمانی سازگاری با تغییرات محیطی و توجه بیش از پیش به کنترل نیازهای نیروی انسانی و بهبود عملکرد سازمان است و این مهم ایجاب می کند.

که به عملکرد سازمان توجه بیشتری گردد» (حقیقی، ۲۰۰۰). «هدف اولیه از ایجاد کارتهای بانکی تامین امنیت جانی و مالی دارندگان آن، رضایت دارندگان کارت) و کاستن از هزینه های واحدهای تحویل و نگهداری و... در بانکها (سودآوری) عنوان گردیده است» (سفیدگران، ۱۳۸۶) رضایت مشتری میزان مطلوبیتی است که مشتری به خاطر ویژگیهای مختلف کالا کسب می کند و منبع سودآوری و دلیلی برای ادامه فعالیت سازمان است. هدف از سنجش رضایتمندی مشتری آوردن بازخوری از عملکرد شرکت به منظور اداره فعالیتهای شرکت به نحوی است که روابط بلند مدت با مشتریان مدنظر باشد» (کردنائیچ، ۸۳، ۱۳۸۳). «به مجموعه ای از باورهای که به منظور به وجود آوردن شرکت سودآور منافع مشتری را نسبت به سایر استفاده کنندگان همچون مالکان سازمان و کارکنان و مدیران در سطوح بالاتری از اهمیت قرار می دهد مشتری مداری گویند» (دشیانند، فارلی و وبستر، ۲۵، ۱۹۹۳).

از آنجائیکه چارچوب نظری الگویی است که محقق بر اساس آن درباره روابط بین عواملی که در ایجاد مساله مهم تشخیص داده می شود، نظریه پردازی می کند. «بر اساس تقسیم بندی که مورد توافق توفر و همکارانش است مدلهای سنجش به دو نوع عینی و ذهنی تقسیم بندی می شوند الگوهای عینی از شاخصهایی

مانند سهم بازار، سود سالانه و ... استفاده می کنند و الگوهای ذهنی بر اساس سطح رضایتمندی نیازهای مشتریان شکل می گیرند. این الگوها رویکردی از رضایتمندی مشتریان را ارائه می دهند که به ادراک مشتریان نزدیک است» (کردنائیچ، ۱۳۸۳). به منظور سنجش عملکرد بانک و رضایتمندی مشتری و شاخصهای کلیدی تعیین کننده آن در صنعت بانکداری ابتدا کلیه مولفه ها و معیارهای کلیدی مورد مطالعه قرار گرفت و سپس با الهام از الگوهای مذکور الگوی سنجش رضایتمندی مشتریان و شاخصهای تعیین رضایتمندی مشتریان در صنعت بانکداری که توسط کردنائیچ و دلخواه ارائه شده بود، برای صاحب نظران خبره ارسال و پس از جرح و تعدیل و حذف شاخص هزینه اخذ خدمات و اضافه نمودن شاخص سودآوری با چهار شاخص فرعی در راستای اهداف ارائه کارتهای بانکی مدل تحلیلی پژوهش به صورت شکل ۲ ارائه گردید. لذا در تحقیق حاضر برای بررسی تاثیر استفاده کارتهای بانکی بر بهبود عملکرد بانک و تعیین ابعاد بهبود عملکرد تنها سه جنبه سودآوری، رضایت مشتری، و احساس امنیت مشتریان بانک برای بهبود عملکرد که در راستای اهداف ارائه کارتهای بانکی در نظر گرفته شده است.



منبع: کردنائیچ، ۱۳۸۳، ص ۹۵

متدولوژی و روش انجام کار

روش تحقیق: تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی بوده و از نظر جمع آوری اطلاعات از نوع تحقیقات اسنادی - پیمایشی است بنابراین جمع آوری اطلاعات و داده ها از طریق بررسی کتاب ها و مدارک و اسناد دریافتی مرتبط با میزان تراکتهای صورت گرفته توسط پایانه های نقطه فروش و خودپردازها صورت گرفته است. تحقیق حاضر از نوع اسنادی - پیمایشی بوده و برای بدست آوردن اطلاعات لازم در تحقیق از مطالعات کتابخانه ای ، پرسش نامه و اسناد و مدارک دریافتی از اداره مرکزی بانک ملی و فیش برداری (جهت تهیه مبانی نظری تحقیق)، داده های مورد نیاز تحقیق حاضر گردآوری شده است.

اهداف تحقیق

۱. تعیین میزان رابطه بین کارتهای بانکی و سودآوری بانک ملی استان آذربایجانشرقی
۲. تعیین میزان تاثیر کارتهای بانکی در افزایش رضایت مشتریان بانک ملی استان آذربایجانشرقی
۳. تعیین میزان تاثیر کارتهای بانکی در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک ملی استان آذربایجانشرقی

سوالات تحقیق

- سوال اصلی:** استفاده از کارتهای بانکی به چه میزان بر عملکرد بانک ملی استان آذربایجانشرقی تاثیر دارد؟
- سوالات فرعی:**
- بین استفاده از کارتهای بانکی و سودآوری بانک ملی استان آذربایجانشرقی به چه میزان رابطه وجود دارد؟
- استفاده از کارتهای بانکی به چه میزان بر رضایت مشتریان بانک ملی استان آذربایجانشرقی تاثیر دارد؟

استفاده از کارتهای بانکی به چه میزان بر احساس امنیت مشتریان بانک ملی استان آذربایجانشرقی تاثیر دارد؟

فرضیه های تحقیق

۱. بین استفاده از کارتهای بانکی و سودآوری بانک ملی استان آذربایجانشرقی رابطه وجود دارد.

۲. استفاده از کارتهای بانکی در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک ملی استان آذربایجانشرقی موثر است

۳. استفاده از کارتهای بانکی در افزایش رضایت مشتریان بانک ملی استان آذربایجان شرقی موثر است

۴. متغیرهای تحقیق

۵. متغیر مستقل: استفاده از کارتهای بانکی

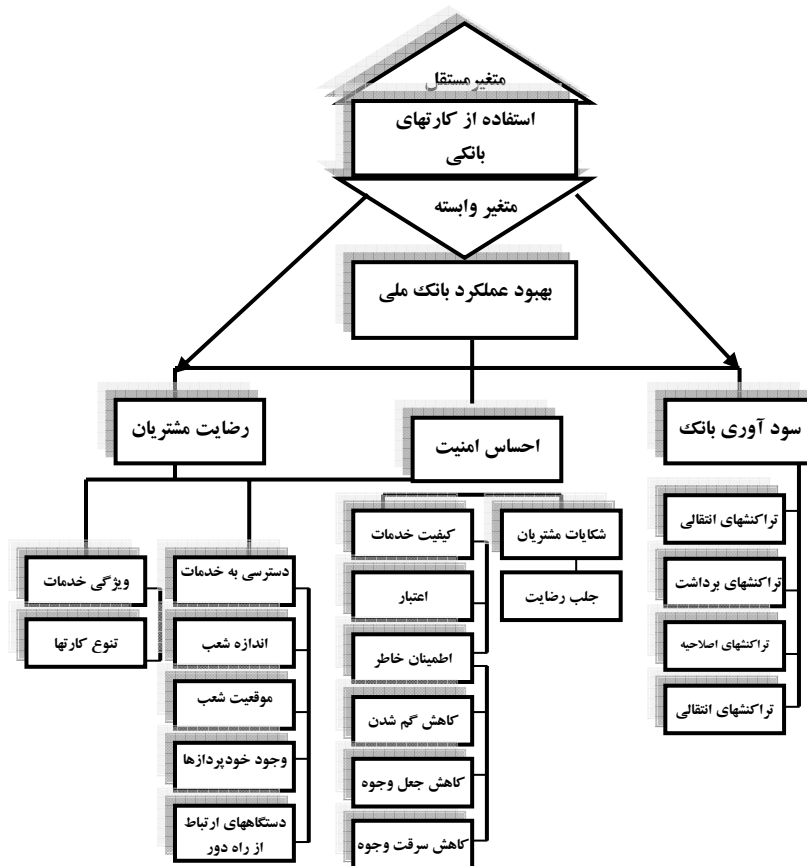
۶. متغیرهای وابسته: سودآوری بانک، رضایت و احساس امنیت مشتری

تعریف عملیاتی متغیرها

جدول ۱: تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق

مفهوم	ابعاد	شاخصها
بهره و عملکرد بانک	سود آوری بانک	افزایش تراکنشهای انتقالی توسط دستگاههای ATM و POS افزایش تراکنشهای برداشت و اصلاحیه توسط ATM ها
	رضایت مشتری	دسترسی به خدمات: اندازه شعب: افزایش سرعت انتقال وجوه موقعیت شعب: کاهش حجم مسافرتهاى درون شهری در طول هفته وجود خودپردازها: دسترسی در هر ساعت از شبانه روز به وجه نقد دستگاههای ارتباط از راه دور: کاهش زمان در صف ایستادن مشتریان ویژگی خدمات: ← تنوع خدمات: تنوع کارتهای بانکی
	احساس امنیت مشتری	کیفیت خدمات: اعتبار بانک: خدمت را به محض درخواست مشتری بدون خطا انجام دهد کاهش احتمال گم شدن وجوه نقد اطمینان خاطر: } کاهش احتمال جعل وجوه نقد کاهش احتمال سرقت وجوه نقد شکایات مشتریان: جلب رضایت مشتریان: ← از نقطه نظر رسیدگی به شکایات

شکل ۲: مدل تحلیلی تحقیق



قلمرو تحقیق

۱- **قلمرو موضوعی:** قلمرو موضوعی این تحقیق یافتن میزان تاثیر کارتهای بانکی در بهبود عملکرد بانک ملی استان آذربایجان شرقی بر اساس شاخصهای سودآوری بانک، رضایت و احساس امنیت مشتریان بانک می باشد.

۲- **قلمرو مکانی:** قلمرو مکانی این تحقیق کشور ایران، بانک ملی استان آذربایجان شرقی می باشد.

۳- **قلمرو زمانی:** محدوده زمانی این تحقیق حدوداً ۶ ماه می باشد که از اسفند ماه ۱۳۸۶ شروع و تا مرداد ماه ۱۳۸۷ خاتمه می یابد.

تعریف و تعیین جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش کلیه مشتریان (دارندگان ملی کارت) بانک ملی ایران در استان آذربایجان شرقی است که در زمان انجام پژوهش به شعب بانک ملی (در استان آذربایجان شرقی) مراجعه کرده‌اند. و با توجه به اسناد دریافتی از اداره مرکزی بانک ملی دارندگان ملی کارت در استان در طی سال مالی ۱۳۸۶، ۱۴۶۱۷۳ نفر بوده است.

نمونه آماری و روش نمونه برداری

از آنجائیکه در این پژوهش ابزار جمع آوری اطلاعات (فرضیه ۲ و ۳) پرسشنامه می‌باشد، لذا کسانی که پرسشنامه تحقیق را تکمیل و اعاده فرمودند جزء نمونه آماری این پژوهش واقع شدند. شعبی از کل جامعه که تمامی شعب از احتمال انتخاب مساوی به عنوان عضوی از نمونه برخوردار بودند، به صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه تحقیق در بین مشتریان آنها به صورت تصادفی طبقه‌ای نسبتی توزیع گردید. آزمودنیهای این پژوهش از بین مشتریان بانک ملی (دارندگان ملی کارت) در شهرستانهای مراغه، بناب، ملکان، عجب شیر، تبریز بانک ملی استان آذربایجان شرقی و سایر مشتریان از بین دارندگان ملی کارت (بانک ملی) که در مورخه ۱۳۸۷/۴/۱۹ در شعب بانک حضور داشتند انتخاب شدند؛ ابتدا تعداد کل کارتهای صادره در هر شهر بر تعداد کل کارتهای صادره در طی یک سال (۱۳۸۶) در کل استان تقسیم گردید تا نسبتهای دارندگان کارت در هر شهرستان مشخص گردد. با توجه به نسبتهای بدست آمده از بین ۶۸۸ پرسشنامه در مرحله اول تعداد ۴۳۳ پرسشنامه به هر کدام از شهرها به ترتیب مشخص شده تخصیص داده شد. سپس ۲۴۵ پرسشنامه باقی مانده نیز به همان ترتیب قبلی و بر اساس نسبتهای بدست آمده بین دارندگان ملی کارت تقسیم گردید و سپس با تعداد پرسشنامه‌های تخصیص داده شده در مرحله اول جمع گردید. در نهایت تعداد پرسشنامه‌های قابل توزیع در هر شهرستان استان مشخص گردید. ۵۳۰ پرسشنامه در شعب بانک ملی در تبریز و ۶۸ در مراغه،

۴۴ در بناب، ۲۵ در ملکان، و ۲۱ پرسشنامه در عجب شیر توزیع گردید، و کلاً پرسشنامه تحقیق، در بین ۶۸۸ نفر از مشتریان (دارندگان ملی کارت) توزیع گردید ۳۶۰ نفر از آن تعداد پرسشنامه تحقیق را تکمیل و اعاده فرمودند و بدین ترتیب ملاحظه می شود توزیع پرسشنامه تحقیق بین مشتریان بانک ملی استان آذربایجان شرقی عملاً به طور تصادفی طبقه‌ای نسبتی صورت گرفته است.

روایی و پایایی ابزار اندازه گیری

روایی ابزار اندازه گیری یعنی « وسیله اندازه گیری بتواند همان ویژگی را اندازه بگیرد که برای آن ساخته شده است و نه چیزی دیگر را » (رمضانی، ۱۳۷۸، ۱۳۸). به عبارت دیگر آیا سوالات پرسشنامه در راستای اهداف و فرضیه‌های تحقیق تنظیم شده‌اند و آیا سوالات همان چیزی را که در فرضیه‌ها مورد نظر است می‌سنجند؟ به بیان دیگر آیا چیزی را که می‌خواهیم اندازه بگیریم اندازه می‌گیریم؟ قبل از استفاده از پرسشنامه به صورت نهایی باید از روایی و پایایی آن اطمینان حاصل کرد برای تعیین روایی پرسشنامه از روش صوری استفاده گردید، بدین منظور ابتدا پیش نویس سوالات در اختیار ۵ تن از افراد صاحب نظر و خبره قرار گرفت و پس از بحث و گفتگو تغییرات لازم در سوالات اولیه به عمل آمد، به نحوی که در پایان همگی به همراه محقق در روایی محتوای سوالات به توافق رسیدند و نهایتاً به نظر استاد راهنما رسید و پس از به کارگیری نظرات اصلاحی ایشان پرسشنامه جدید تنظیم گردید. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، ابتدا پرسشنامه به طور آزمایشی بین ۲۰ نفر افراد نمونه آماری توزیع و بعد از جمع آوری جواب هر سوال به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفت و درصد پاسخ برای هر سوال محاسبه گردید، اولاً درصد جوابهای بدست آمده بالای ۹۵٪ اندازه نمونه ثانیاً سوالی مشاهده نگردید که اکثر گروه ۲۰ نفری به آن پاسخ نداده باشند و یا به طریقی پاسخ داده باشند که انتظار آن نمی‌رفت نکته نظرات اعضای نمونه فوق به استاد راهنما ارجاع و اصلاحاتی در جهت رفع نکات مبهم به عمل آمد. البته پس از اجرای آزمایشی پرسشنامه جوابها با

استفاده از روش آلفای کرونباخ (نرم افزار SPSS) که یک ابزار مطمئن جهت تعیین پایایی پرسشنامه می باشد بررسی گردید و با استفاده از نتایج بدست آمده روش آلفای کرونباخ (نرم افزار SPSS) مشاهده گردید که پایایی پرسشنامه بیش از ۰/۹۴ بوده یعنی ۰/۹۴۷ می باشد. بدین ترتیب در راستای تعیین روایی و پایایی پرسشنامه اطمینان بیشتری حاصل گشت. روایی و پایایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت.

جدول (۲): محاسبات مربوط به پایایی پرسشنامه

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.947	.947	2

	Mean	Std. Deviation	N
نمره سوالات زوج هر پاسخگو	37.70	6.165	20
نمره سوالات فرد هر پاسخگو	38.50	6.517	20

ابزار اندازه گیری و روش جمع آوری اطلاعات

پرسشنامه‌ای حاوی ۲۰ سوال که در آن از مشتریان بانک ملی (دارندگان ملی کارت) استان آذربایجان شرقی خواسته شده تا نظر خود را در مقابل هر سوال به صورت یک مقیاس درجه بندی (بر اساس طیف لیکرت) از خیلی کم تا کم و متوسط و زیاد و خیلی زیاد مشخص کنند. ابزارهای اندازه گیری فرضیه‌های ۲ و ۳ این پژوهش هستند. برای اندازه گیری فرضیه اول از روش اسنادی استفاده شده که اسناد و مدارک مربوط به آن از اداره مرکزی بانک ملی استان آذربایجان شرقی دریافت گردیده است.

روش تجزیه تحلیل داده ها

برای آزمون فرضیه‌های (۲) و (۳) از آزمون کای دو و برای آزمون فرضیه (۱) از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده به طوریکه ضریب همبستگی پیرسون برای هر کدام از متغیرهای موجود در شاخصهای فرضیه اول به صورت جداگانه محاسبه شده و وجود همبستگی مستقیم در هر کدام از آنها با سطح معنی دار ۰/۰۵ (درجه اطمینان ۹۵٪) برای اثبات و یا رد فرضیه‌ها استدلال کرده ایم.

آزمون فرضیه اول

نتایج بررسی داده‌های متغیرهای سودآوری با استفاده از همبستگی پیرسون

فرضیه اول: بین استفاده از کارتهای بانکی و سودآوری بانک رابطه وجود دارد.

در این پژوهش تاکید و تمرکز محقق برای آزمون فرضیه اول (سودآوری بانک) بیشتر بر وجود همبستگی بین تعداد کارتهای صادره و تراکنشهای انتقالی و برداشت و اصلاحیه صورت گرفته توسط دستگاههای پوز و خودپردازها بوده است. همانگونه که در جدول شماره (۲) مشاهده می‌شود بیشترین ضریب همبستگی مربوط به تراکنشهای انتقالی توسط دستگاههای پوز (۰/۶۱۱) می‌باشد.

جدول (۲). ضریب همبستگی پیرسون هر کدام از تراکنشهای صورت گرفته با تعداد کارتهای صادره

مبلغ تراکنشهای اصلاحیه	مبلغ تراکنشهای انتقالی	مبلغ تراکنشهای برداشت ملی کارت	تراکنشهای مبلغ pos	تعداد کل کارت صادر شده		
.368(**)	.325	.537(**)	.611(**)	1	Pearson Correlation	تعداد کل کارتهای صادر شده
.004	.028	.000	.000	106	Sig. (2-tailed)	
61	61	61	50	50	N	
-.001	.120	.036	1	.611(**)	Pearson Correlation	تراکنشهای مبلغ pos
.995	.500	.838	.000	.000	Sig. (2-tailed)	
34	34	34	50	50	N	
.656(**)	.320(*)	1	.036	.537(**)	Pearson Correlation	برداشت مبلغ ملی کارت
.000	.011		.838	.000	Sig. (2-tailed)	
61	61	61	34	61	N	
.261(*)	1	.320(*)	.120	.325	Pearson Correlation	مبلغ تراکنشهای انتقالی
.041		.011	.500	.028	Sig. (2-tailed)	
61	61	61	34	61	N	
1	.261(*)	.656(**)	-.001	.368(**)	Pearson Correlation	مبلغ تراکنشهای اصلاحیه
	.041	.000	.995	.004	Sig. (2-tailed)	
61	61	61	34	61	N	

جدول (۳). ضریب همبستگی اسپرمن هر کدام از تراکنشهای صورت گرفته با تعداد کارتهای صادره

تعداد کل کارت صادر شده	مبلغ تراکنشهای pos	مبلغ برداشت ملی کارت	مبلغ تراکنشهای انتقالی	مبلغ تراکنشهای اصلاحیه	
1.000	.643(**)	.566(**)	.435(**)	.586(**)	تعداد کل کارت صادر شده Spearman's rho Correlation Coefficient
.	.009	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)
106	50	61	61	61	N
.643(**)	1.000	.382(*)	.628(**)	.200	pos تراکنشهای مبلغ Correlation Coefficient
.009	.	.026	.000	.256	Sig. (2-tailed)
50	50	34	34	34	N
.566(**)	.382(*)	1.000	.825(**)	.847(**)	برداشت مبلغ تراکنشهای ملی کارت Correlation Coefficient
.000	.026	.	.000	.000	Sig. (2-tailed)
61	34	61	61	61	N
.435(**)	.628(**)	.825(**)	1.000	.735(**)	مبلغ تراکنشهای انتقالی Correlation Coefficient
.000	.000	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)
61	61	61	61	61	N
.586(**)	.200	.847(**)	.735(**)	1.000	مبلغ تراکنشهای اصلاحیه Correlation Coefficient
.000	.256	.000	.000	.	Sig. (2-tailed)
61	34	61	61	61	N

تحلیل شاخص اول سودآوری

- ۱) H_0 : بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای برداشت توسط ATM ها رابطه وجود ندارد.
- H_1 : بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای برداشت توسط ATM ها رابطه وجود دارد.

$$۲) \left\{ \begin{array}{l} r_{x,y} = \frac{\sum x y}{N S_x S_y} \\ df = n - 2, df = 61 - 2 = 59 \end{array} \right.$$

$$۳) \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.05 \\ r(0.05, 59) = 0.252 \end{array} \right.$$

$$V = (r_{x,y})^2 \cdot (100) \longrightarrow V = (0.537)^2 \cdot (100) = 28.83$$

۴) چون $r (0.05, 59) = 0.252 < r_{cal} (= 0.537)$ پس اختلاف بین دو نسبت قابل توجه و معنی دار می باشد و نمی توان این اختلاف را به تصادف نسبت داده و از آن صرف نظر نمود، و در نتیجه فرض H_0 با سطح معنی دار 0.05 مردود و فرض H_1 با احتمال 0.95 پذیرفته می شود. و این بررسی با درجه اطمینان 0.95 نشان می دهد که بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای برداشت توسط ATM ها رابطه وجود دارد و بین تراکنشهای صورت گرفته توسط ATM ها و میزان کارتهای صادره رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به ضریب تعیین 28.83% از کل واریانس کارتهای صادره ناشی از تراکنشهای برداشت توسط ATM ها می باشد.

تحلیل شاخص دوم سودآوری

۱) H_0 : بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش میزان مبالغ انتقالی توسط خودپردازها رابطه وجود ندارد.
 H_1 : بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش میزان مبالغ انتقالی توسط خودپردازها رابطه وجود دارد.

$$۲) \left\{ \begin{array}{l} r_{x,y} = \frac{\sum x y}{N S_x S_y} \\ df = n - 2, df = 61 - 2 = 59 \end{array} \right.$$

$$۳) \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.05 \\ r (0.05, 59) = 0.252 \end{array} \right.$$

$$V = (r_{x,y})^2 \cdot (100) \longrightarrow V = (0.325)^2 \cdot (100) = 10.56$$

پس اختلاف بین این دو نسبت قابل توجه و معنی دار می باشد و نمی توان این اختلاف را به تصادف نسبت داده و از آن صرف نظر نمود، و در نتیجه فرض H_0 با سطح معنی دار 0.05 مردود می باشد. فرض H_1 با احتمال 0.95 پذیرفته می شود و این بررسی با درجه اطمینان 0.95 نشان می دهد که بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای انتقالی توسط ATMها رابطه وجود دارد و بین میزان کارتهای صادره و تراکنشهای انتقالی توسط ATMها رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به ضریب تعیین تنها 10.56% از کل واریانس کارتهای بانکی ناشی از میزان مبالغ انتقالی توسط خودپردازها می باشد.

تحلیل شاخص سوم سودآوری

1) H_0 : بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش میزان مبالغ اصلاحیه رابطه وجود ندارد.
 H_1 : بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش میزان مبالغ اصلاحیه رابطه وجود دارد.

$$2) \left\{ \begin{array}{l} r_{x,y} = \frac{\sum xy}{N S_x S_y} \\ df = n - 2, df = 61 - 2 = 59 \end{array} \right.$$

$$3) \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.05 \\ r(0.05, 59) = 0.252 \end{array} \right.$$

$$V = (r_{x,y}^2) \cdot (100) \longrightarrow V = (0.368^2) \cdot (100) = 13.54$$

تحلیل شاخص چهارم سودآوری

$$1) \left\{ \begin{array}{l} H_0: \text{بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای انتقالی توسط POS ها} \\ \text{رابطه وجود ندارد.} \\ H_1: \text{بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای انتقالی توسط POS ها} \\ \text{رابطه وجود دارد.} \end{array} \right.$$

$$2) \left\{ \begin{array}{l} r_{x,y} = \frac{\sum xy}{N S_x S_y} \\ df = n - 2, df = 50 - 2 = 48 \end{array} \right.$$

$$3) \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.05 \\ r(0.05, 48) = 0.279 \end{array} \right.$$

$$V = (r_{x,y}^2) \cdot (100) \longrightarrow V = (0.611^2) \cdot (100) = 37.33$$

توجه و معنی دار می باشد. نمی توان این اختلاف را به تصادف نسبت داده و از آن صرف نظر نمود، و در نتیجه فرض H_0 با سطح معنی دار 0.05 مردود، و فرض H_1 با درجه اطمینان 0.95 پذیرفته می شود و این بررسی با احتمال 0.95 نشان می دهد نشان می دهد که بین استفاده از کارتهای بانکی و افزایش تراکنشهای انتقالی توسط POSها رابطه وجود دارد و بین تراکنشهای انتقالی صورت گرفته توسط POSها و میزان کارتهای صادره رابطه مستقیم وجود دارد. با توجه به ضریب تعیین محاسبه شده تنها 37.33% از کل واریانس کارتهای بانکی صادره ناشی از میزان مبالغ تراکنشهای انتقالی توسط POSها می باشد. با توجه به اثبات هر چهار شاخص فرضیه اول، این بررسی با درجه اطمینان 0.95 نشان می دهد که استفاده از کارتهای بانکی در سودآوری بانک موثر است. آنچه که فعلاً از نظر کارتهای

صادره نقش بسزایی در سودآوری بانک دارد و بالاترین ضریب همبستگی را دارا می باشد مبالغ تراکشیهای صورت گرفته توسط دستگاههای پوز است.

آزمون فرضیه دوم

جدول توزیع فراوانی و درصد فراوانی اطلاعات جمع آوری شده از پرسشهای مربوط به فرضیه (۲)

ردیف	گزینه ها	خیلی کم	کم	متوسط	خیلی کم و متوسط	زیاد	خیلی زیاد	زیاد و خیلی زیاد	
								درصد فراوانی	فراوانی
۱	استفاده از کارتهای بانکی تا چه میزان باعث کاهش حجم مسافرتهاى.....میشود؟	۱۳	۲۴	۶۶	۱۰۳	۱۴۴	۱۱۳	۲۵۷	٪۷۱/۴
۲	کاهش حجم مسافرتهاى درون شهری.....در افزایش رضایت شما موثر میباشد؟	۷	۲۳	۵۷	۸۷	۱۵۱	۱۲۲	۲۳۳	٪۷۵/۸
۳	استفاده از کارتهای بانکی تا چه میزان باعث کاهش زمان در صف.....شما میشود؟	۱۷	۲۸	۴۷	۹۲	۱۴۵	۱۲۳	۳۶۸	٪۷۴/۴
۴	کاهش زمان انتظار تا چه اندازه در افزایش رضایت.....موثر میباشد؟	۳	۱۵	۵۴	۷۲	۱۶۹	۱۱۹	۲۸۸	٪۸۰
۵	استفاده از کارتهای بانکی تا چه اندازه باعث افزایش سرعت انتقال.....میشود؟	۱۵	۵۱	۶۹	۱۳۵	۱۲۰	۱۰۵	۲۲۵	٪۶۲/۵
۶	افزایش سرعت انتقال وجوه شما.....در افزایش رضایت شما موثر می باشد؟	۵	۱۶	۹۳	۱۱۴	۱۴۴	۱۰۲	۲۴۶	٪۶۸/۳
۷	استفاده از کارتهای بانکی تا چه اندازه باعث افزایش دسترسی.....می شود؟	۳	۳۷	۵۷	۹۷	۱۲۴	۱۳۹	۳۶۳	٪۷۳/۱
۸	افزایش دسترسی شما به وجوه نقد در.....در افزایش رضایت شما موثر می باشد؟	۸	۲۰	۵۵	۸۳	۱۵۹	۱۱۸	۲۷۷	٪۷۶/۹
۹	به چه میزان از تنوع موجود در کارتهای بانکی استفاده می کنید؟	۲۵	۵۶	۶۸	۱۴۹	۱۰۶	۱۰۵	۲۱۱	٪۵۸/۶
۱۰	استفاده از کارتهای متنوع تا چه اندازه در افزایش رضایت شما موثر می باشد؟	۵	۲۲	۶۳	۹۰	۱۵۴	۱۱۶	۲۷۰	٪۷۵
۱۱	میانگین نسبتهای حاصل از نمونه	۱۰	۲۹	۶۳	۱۰۲	۱۴۲	۱۱۶	۲۵۸	٪۷۱/۷

	نمره رضایت هر پاسخگو
Chi-Square(a)	129.617
df	28
Asymp. Sig.	.000

تحلیل فرضیه دوم

- ۱) H_0 : استفاده از کارتهای بانکی در افزایش رضایت مشتریان بانک موثر نیست.
 H_1 : استفاده از کارتهای بانکی در افزایش رضایت مشتریان بانک موثر است.

$$N = 360$$

$$۲) \left\{ \begin{array}{l} \chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} \\ df = n - 1, df = 29 - 1 = 28 \end{array} \right.$$

$$۳) \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.05 \\ \chi^2_{(0.05, 28)} = 41.337 \end{array} \right.$$

$$۴) \text{ چون } \chi^2_{(0.05, 28)} (= 41.337) < \chi^2_{\text{cal}} (= 129.617)$$

پس اختلاف بین دو نسبت قابل توجه و معنی دار می باشد. پس این اختلاف را نمی توان به تصادف نسبت داد و از آن صرف نظر نمود و در نتیجه فرض H_0 با سطح معنی دار 0.05 مردود و فرض H_1 با درجه اطمینان 0.95 پذیرفته می شود و این

بررسی با سطح اطمینان 0.95 نشان می‌دهد که ۷۱/۶٪ مشتریان بانک استفاده از کارتهای بانکی را در افزایش رضایت مشتریان بانک «زیاد و خیلی زیاد» عنوان کرده‌اند.

آزمون فرضیه سوم

جدول توزیع فراوانی و درصد فراوانی اطلاعات جمع‌آوری شده از پرسشهای مربوط به فرضیه (۳)

ردیف	گزینه‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	متوسط کم و خیلی کم	زیاد	خیلی زیاد	زیاد و خیلی زیاد	
								درصد فراوانی	فراوانی
۱۱	استفاده از کارتهای بانکی تا چه میزان باعث کاهش احتمال سرقت.....می شود؟	۳	۱۸	۵۸	۷۹	۱۶۱	۱۲۰	۲۸۱	۷۸/۱٪
۱۲	کاهش احتمال سرقت وجوه.....در افزایش احساس امنیت شما موثر میباشد؟	۲	۱۱	۶۴	۷۷	۱۷۴	۱۰۹	۲۸۳	۷۸/۶٪
۱۳	استفاده از کارتهای بانکی تا چه میزان باعث کاهش گم شدن وجوه نقد شما میشود؟	۸	۱۷	۵۵	۸۰	۱۵۶	۱۲۴	۲۸۰	۷۷/۸٪
۱۴	کاهش احتمال گم شدن وجوه چه اندازه در افزایش احساس امنیت..موثر می باشد؟	۲	۱۵	۵۳	۷۰	۱۶۶	۱۲۴	۲۹۰	۸۰/۶٪
۱۵	استفاده از کارتهای بانکی تا چه اندازه باعث کاهش احتمال جعل.....می شود؟	۱۶	۳۶	۵۵	۱۰۷	۱۲۲	۱۳۱	۲۵۳	۷۰/۳٪
۱۶	کاهش احتمال جعل.....در افزایش احساس امنیت شما موثر می باشد؟	۰	۲۲	۷۱	۹۳	۱۶۱	۱۰۶	۲۶۷	۷۴/۲٪
۱۷	استفاده از کارتهای بانکی تا چه اندازه باعث پاسخگویی در رسیدگی.....می شود؟	۲۳	۵۷	۸۰	۱۶۰	۸۹	۱۱۱	۲۰۰	۵۵/۶٪
۱۸	پاسخگویی کارکنان در رسیدگی....در افزایش احساس امنیت شما موثر می باشد؟	۸	۲۱	۷۰	۹۹	۱۱۶	۱۴۵	۲۶۱	۷۲/۵٪
۱۹	استفاده از کارتهای بانکی تا چه اندازه باعث افزایش اعتبار..... به شما میشود؟	۱۷	۳۳	۵۵	۱۰۵	۹۶	۱۵۹	۲۵۵	۷۰/۸٪
۲۰	افزایش اعتبار خدمات ارائه شده.....در افزایش احساس امنیت شما موثر می باشد؟	۱۰	۱۶	۵۳	۷۹	۱۵۱	۱۳۰	۲۸۱	۷۸/۱٪
	میانگین نسبتهای حاصل از نمونه	۹	۲۵	۶۱	۹۵	۱۳۹	۱۲۶	۲۶۵	۷۳/۶٪

	نمره احساس امنیت هر پاسخگو
Chi-Square(a)	251.556
df	31
Asymp. Sig.	.000

تحلیل فرضیه سوم

۱) H_0 : استفاده از کارتهای بانکی در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک موثر نیست.
 H_1 : استفاده از کارتهای بانکی در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک موثر است.

$$N = 360$$

$$۲) \left\{ \begin{array}{l} \chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E} \\ df = n - 1, df = 32 - 1 = 31 \end{array} \right.$$

$$۳) \left\{ \begin{array}{l} \alpha = 0.05 \\ \chi^2_{(0.05, 31)} = 44.9715 \end{array} \right.$$

$$۴) \chi^2_{cal} (=251.556) > \chi^2_{(0.05, 31)} (=44.9715) \text{ چون}$$

پس اختلاف بین دو نسبت قابل توجه و معنی دار می باشد و نمی توان این اختلاف را به تصادف نسبت داده و از آن صرف نظر نمود. در نتیجه فرض H_0 با سطح معنی دار 0.05 مردود و فرض H_1 با درجه اطمینان 0.95 پذیرفته می شود.

در نتیجه این بررسی با احتمال 0.95 نشان می دهد که ۷۳/۷٪ مشتریان بانک استفاده از کارتهای بانکی را در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک « زیاد و خیلی زیاد» عنوان کرده اند.

بررسی داده‌های مربوط به رضایت و احساس امنیت مشتریان در طیف لیکرت نشان می دهد که ۷۳/۷٪ مشتریان بانک استفاده از کارتهای بانکی را در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک « زیاد و خیلی زیاد» عنوان کرده اند. ۷۱/۶٪ مشتریان بانک استفاده از کارتهای بانکی را در افزایش رضایت مشتریان بانک « زیاد و خیلی زیاد» عنوان کرده اند. به ترتیب ۸۰٪ مشتریان بانک تاثیر کاهش زمان انتظار و، ۷۶/۹٪ افزایش دسترسی به وجوه نقد در هر ساعت از شبانه روز و ۷۵/۸٪ کاهش حجم مسافرت‌های درون شهری را در افزایش رضایت مشتریان بانک « زیاد و خیلی زیاد» عنوان نموده اند. به ترتیب ۸۰/۶٪ مشتریان بانک تاثیر کاهش احتمال گم شدن، ۷۸/۶٪ کاهش احتمال سرقت و ۷۸/۱٪ افزایش در اعتبار خدمات ارائه شده در افزایش احساس امنیت مشتریان بانک را «زیاد و خیلی زیاد» عنوان نموده اند.

جدول (۶) وضعیت فرضیه ها

وضعیت فرضیه	سطح معنی داری	نوع آزمون	فرضیه	ردیف
پذیرش	۰/۰۵	ضریب همبستگی	فرضیه (۱)	۱
پذیرش	۰/۰۵	آزمون کای دو	فرضیه (۲)	۲
پذیرش	۰/۰۵	آزمون کای دو	فرضیه (۳)	۳

نگاهی بر یافته های جانبی پژوهش

با توجه به اطلاعات بدست آمده از ۳۶۰ پرسشنامه ۲۰ سوالی که در آن ۷ سوال نیز در قسمت مشخصات فردی پاسخگویان مطرح گردیده بود تا میزان آشنایی و سطح تحصیلات و تمایلات پاسخگویان مشخص گردد ملاحظه گردید که افراد دارای مدرک کارشناسی (لیسانس) با ۶۷/۵٪ و کارمندان با ۵۴/۷٪ بیشترین فراوانی را در استفاده از کارتهای بانکی را دارند. همچنین ۶۸/۹٪ از

پاسخگویان نوع کارت مورد استفاده را بدهکار اعلام نموده‌اند و ۶۴/۲٪ پاسخگویان اظهار داشته‌اند که کارت مورد استفاده آنان قابلیت استفاده در هر دو دستگاه خودپرداز و پایانه نقطه فروش را دارا می‌باشد. ۶۴/۲٪ نوع حساب مورد استفاده خود را قرض الحسنه جاری عنوان کرده‌اند و ۶۱/۷٪ پاسخگویان نیز عنوان کرده‌اند که کارت مورد استفاده آنان قابلیت استفاده در خارج از استان را دارا می‌باشد. با توجه به اطلاعات بدست آمده مشاهده می‌شود که استفاده از کارتهای بانکی بیشتر توسط افراد تحصیل کرده و کارمند و نیز افراد شاغل به تحصیل جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد که ۵۴/۷٪ پاسخگویان اظهار نموده‌اند که از طریق دوستان و آشنایان با کارتهای بانکی آشنا شده‌اند که نشان می‌دهد بانک در جذب مشتری وفادار به موسسه موفق عمل نموده و از شهرت قابل ملاحظه‌ای در میان مشتریان برخوردار است.

نتیجه گیری کلی

استفاده از کارتهای بانکی در بهبود عملکرد بانک موثر است. اما لازم به یادآوری است که استفاده از کارتهای بانکی شرط لازم برای بهبود عملکرد است ولی شرط کافی به شمار نمی‌آید بدین معنا که ممکن است مشتریان در اثر استفاده از کارت های بانکی احساس رضایت و امنیت نمایند ولی به علت فقدان زیر ساختهای مخابراتی لازم و کافی و سازگار با تحولات بانکداری الکترونیکی و به روز نبودن روشها و فرآیندهای داخلی در بانکها که متناسب با بانکداری الکترونیکی، مهندسی دوباره نشده و عدم فرهنگ سازی و آموزش کارکنان و مشتریان بانکها برای پذیرش و به کارگیری روشهای نوین در جهت هدفهای مشتری مدارانه بانک مجدانه نکوشند و بانک موفق به جذب مشتری نشود. به همین علت نمی‌توان ادعا کرد که استفاده از کارتهای بانکی در تمام موارد باعث بهبود عملکرد در بانک می‌شود، ولی به جرات می‌توان ادعا نمود عدم استفاده از کارتهای بانکی در بانک

مشکل آفرین است، و از آنجائیکه اکثر علمای صاحب نظر در زمینه عملکرد معتقدند که فعالیتهای بهبود عملکرد در سطوح مختلف شرکتهای و سازمانها و موسسات میبایست روشمند بوده و طبق برنامه خاصی صورت پذیرد بنابراین در ادامه راه کارها و پیشنهادهای ارائه می شود. برای حرکت به سوی بانکداری الکترونیکی توجه به موارد زیر اجتناب ناپذیر است: تهیه زیر ساختهای مخابراتی شامل شبکه ها و خطوط ارتباطی ایمن پرسرعت. تهیه قوانین و مقررات حقوقی مورد نیاز بانکداری الکترونیک و تجارت الکترونیک پیشنهاد می گردد که بانک برای کاستن از حجم مسافرتها درون شهری در جهت تجهیز زیر ساختهای مخابراتی و ایجاد خطوط پرسرعت گام بردارد.

مشتری مداری که امروزه یکی از سیاستهای فراگیر در عرصه امور اداری، تجاری و صنعتی به شمار می رود ایجاب می نماید که بانکها، با ارائه انواع کارتهای اعتباری و ایجاد نظامهای پرداخت از طریق اینترنت و تلفن همراه، زمینه رشد و توسعه کسب و کار الکترونیک را فراهم آورند. در همین ارتباط اگر دقت شود که ماهیت عملیات کسب و کار الکترونیک از لحاظ ارتباطات از راه دور و غیرمستقیم شبیه به عملیات بازرگانی بین الملل است آنگاه قابل تصور خواهد بود که طیف وسیعی از خدمات مالی و اعتباری همچون صدور ضمانت نامه ها بیمه نامه ها و سایر انواع واسطه گری های مالی توسط بانکها و موسسات اعتباری نه فقط برای معاملات بین الملل بلکه حتی در جهت انعقاد قراردادهای داخلی یک کشور قابل عرضه است و در صورت ارائه این خدمات بازاری که در آن کسب و کار الکترونیک برقرار است به سمت هر چه ایمن شدن پیش خواهد رفت در واقع مشتری مداری در بانکداری دیجیتالی نمونه ای از ابعاد رویکرد مردم سالاری الکترونیک به شمار می رود از این رو ایجاد وسائل و امکانات الکترونیکی لازم و به کارگیری سیستمهای انتقال الکترونیکی وجوه باعث می شود که روابط بین موسسات و بانکها با مشتریان خود بهبود یابد. چون افزایش سرعت عمل و کاهش اشتباهات و هزینه

پایین تر سبب می شود که مشتریان ترغیب شوند که بیشتر با سازمانها و موسسات ارتباط برقرار نمایند که از سیستم های انتقال الکترونیکی وجوه استفاده می کنند. - افزایش سرعت انتقال وجوه و دسترسی به وجوه نقد در هر ساعت از شبانه روز جزء ویژگیهای برجسته سیستم های پرداخت الکترونیکی وجوه می باشد. که بدون انتقال الکترونیکی وجوه، تجارت الکترونیک به طور کامل تحقق و عینیت نمی یابد از این رو در راستای افزایش سرعت عملیات، بانکها و موسسات مالی می توانند از لحاظ فناوری و شیوه عمل با تجهیز کردن خود و شعبات شیوه های ارتباطی و تعاملات بین خود و مشتریان را دگرگون نموده و موجبات جذب هرچه بیشتر مشتری را فراهم آورند. چرا که ارتباط داشتن با مشتریان کنونی از جستجو برای یافتن مشتریان جدید آسانتر و سودمندتر است.

شناخت دیدگاهها و انتظارات مشتریان و عوامل تاثیرگذار بر بهبود عملکرد، به بانک کمک خواهد کرد که نحوه ارتباط با مشتری را مورد بازنگری قرار دهد و با توجه بیش از پیش به عملکرد و بهبود آن داشته باشد مشتریان به بانکی که دقیقاً به نیازها و انتظارات مشتری توجه دارند عکس العمل مناسب نشان می دهند و هر بانکی که بتواند اطلاعات بیشتری در مورد مشتریان خود داشته باشد و ساختار خود را بر آن مبنا شکل دهد، در صحنه رقابت برنده خواهد بود. بنابراین پیشنهاد می شود بانک با محور قرار دادن مشتری و ارزیابی شاخصهای رضایت مشتری و راههای بهبود و توسعه آن استفاده از ابزار الکترونیکی (مانند کارتهای بانکی) را به عنوان اصلی، مهم در سازمان در جهت ارائه خدمات به مشتریان در نظر بگیرد.

:

- الوانی ، م . ریاحی ، ب . (۱۳۸۲) سنجش کیفیت خدمات در بخش عمومی . انتشارات صنعتی ایران ، تهران ، چاپ اول ، جلد اول ، صفحات ۱۴ و ۳۷ .
- رسول اف ، جلال ، سیفی ، منصور؛ رشیدی، داریوش، (۱۳۸۳) . مجموعه خلاصه طرحهای تحقیقاتی بانک کشاورزی، انتشارات پژوهشکده اقتصادی تربیت مدرس، جلد اول ، چاپ اول ، صفحات ۱-۴ .
- سفیدگران ، ب . (۱۳۸۶) . « کارتهای جایگزین پول » اداره مطالعات و بازاریابی بانک رفاه [Online] . < www.bankrefah ir > [۱۳۸۶/۹/۲۰]
- کردنائیج ، ا. دلخواه ، ج . (۱۳۸۳) . مشتری مداری و الگوی اندازه گیری رضایت مشتریان (الگوی صنعت بانکداری) فصلنامه مدیریت توسعه (علمی ترویجی) شماره ۲۲ ، صفحات ۸۱-۹۹ .
- رمضانن ، خ . (۱۳۷۸) : «روشهای تحقیق در علوم رفتاری و علوم اجتماعی» ، تهران . انتشارات :
- ریوآر، ژان، (۱۳۶۹) . «تاریخ بانک و بانکداری» ، شیرین هشترودی ، تهران ، انتشارات سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی .
- طباطبائی راد، س. ر. (۱۳۷۹) ، «بررسی علل عدم توسعه و کاربرد وسیع کارتهای اعتباری و بانکی در ایران» پایان نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (گرایش مالی) دانشگاه تهران دانشکده مدیریت [Online] . <www.irandoc.ac.ir> . [۱۳۸۶/۱۲/۲۹] .
- مجتهد، ا؛ حسن زاده، ع. (۱۳۸۴) . «پول و بانکداری نهادهای مالی» ، تهران، انتشارات پژوهشکده پولی و بانکی - بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول .
- Bahmanpour, Hamid. « The Economic Experience Of Financial Market In Iran And Its Prospects For Future ». For the award of Ph.D. Degree in Economics, University of Pune. {on line} . <www.irandoc.ac.ir> . {1387/2/25} .

-
- Deshpande , R ., Farley ,J .& Webster , F . (1993)" Corporate Culture , Customer Orientation , and Innovativeness in Japanese Firms : a Quadrat analysis " , Journal of marketing , Vol . 57.
 - Ebrahimi – Aski, Nosrat. «Customer satisfaction in Islamic banking in Iran a case study of bank tejarat » . A master dissertation submitted in partial fulfillment of requirements for the award of the Master of Science from the UNVERSITY OF LOUGHBOROUGH. {on line}.<www.irandoc.ac.ir>.{1387/2/25}.
 - Haghighi, Masoud« . Study of Training Methods Adopted by Banking Industry With Reference To Pune Region » . For the Degree of Doctor of Philosophy (Ph.D.) University of Pune. November 2000 . {on line}.<www.irandoc.ac.ir> .{1387/2/25}.
 - Mazlounian , Amir Behdad« . Security in E- banking System in Cyprus ».degree at INTERCOLLEGE. Master of business Administration (MBA).Cyprus. {on line}. www.irandoc.ac.ir .{1387/2/25}.
 - M. kolodinsky , Jane. « The adoption of electronic banking technologies by us consumers » . USA: Emerald Group .{On line}. <www.emeraldinsight.com >.{1387/2/25}.
 - Pikkariainen, T., Pikkariainen, K., Karjaluo, H& . Pahnila, S.(2004) " Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model " {on line}.
 - < www.emeraldinsight.com/researchregister>.{1387/2/25}