

9th Annual Conference on
Electronic Banking &
Payment Systems



شرکت ملی انفورماتیک



بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران



بزرگسازان پولی و بانکی
بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران



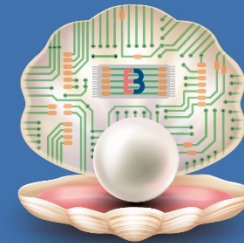
نهمین همایش سالانه
بانکداری الکترونیک
و نظام‌های پرداخت

(ارزش آفرینی دیجیتالی)

تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد - ۱ و ۲ اسفند ۱۴۰۱

شناسایی و رتبه‌بندی ابعاد و مولفه‌های پذیرش بانکداری دیجیتال از دید مشتریان با روش آمیخته

فرشید خمویی؛ کارشناس ارشد معاونت کسب و کار هلدینگ داده‌ورزی سداد
نسترن حق‌جوی جوانمرد؛ مدیر آکادمی هلدینگ داده‌ورزی سداد



از آنجایی که عملیات کاملاً آنلاین نحوه تجربه مشتریان از خدمات و متعاقباً عادات مصرفی و مالی آن‌ها را تغییر می‌دهد (Windasari et al, 2022) و عواملی مانند بانکداری آنلاین و دسترسی ۲۴ ساعته چشم‌انداز نیاز به بانکداری دیجیتال را تغییر داده است (Chauhan, 2018)؛ شیوه‌های ارتباطی بین سازمان‌ها و مشتریان در سال‌های اخیر و با ظهور فناوری‌های تحول‌آفرین، شکل دیگری یافته است و روندهای دیجیتال در جامعه به آنان اجازه داده‌اند تا بدون توجه به مرزهای زمانی و مکانی، به میزان زیادی از اطلاعات در سراسر جهان دست یابند و تراکنش‌های متعددی را در لحظه انجام دهند (Straker & Wrigley, 2016).

طبق تحقیقات مکینزی (۲۰۱۹) در مورد بانکداری دیجیتال در آسیا، پذیرش بانکداری دیجیتال از سوی مشتریان افزایش قابل توجهی را تجربه کرد (McKinsey, 2019).

با این وجود در ایران با وجود اهمیت بسیار زیاد خدمات الکترونیک بانک‌ها، تعدادی از مشتریان ترجیح می‌دهند از خدمات بانکداری سنتی استفاده نمایند؛ لذا پذیرش بانکداری دیجیتال در کشور ما مسئله‌ای پیچیده است.



بیان مساله



امروزه با توجه به پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و اثرگذاری این فناوری بر جوانب مختلف زندگی و ظهور عصر دیجیتال، تغییر در زمینه‌های مختلف امری گریز ناپذیر شده و در صورت ناسازگاری سازمان‌ها با این تغییرات و نوآوری‌ها، ناکارآمدی سازمان‌ها بیش از پیش مشهود خواهد شد. در واقع در دنیای امروزی، در همه صنایع و به‌خصوص در صنعت بانکداری اکثر خریداران بر اساس محتوای آنلاینی که ارائه می‌شود، خرید خود را انجام می‌دهند (Vetrivel et al, 2020)؛ لذا توجه به بانکدای دیجیتال و ضرورت آن به لحاظ اثرگذاری بر صنایع حوزه فناوری مالی و خدمات بانکی مشهود و حائز اهمیت می‌باشد.

انجام پژوهش پیش روز از آن جهت ضرورت دارد که شناسایی شاخص‌های پذیرش بانکداری دیجیتال از دید مشتریان می‌تواند به حل مشکلات این حوزه کمک نماید. تاکنون تحقیقات و پژوهش‌های متعددی در حوزه بانکداری دیجیتال در داخل و خارج از کشور تدوین شده که هر کدام از ابعاد مختلفی به مسائل بانکداری دیجیتالی یا آنلاین پرداخته‌اند. **فقدان مطالعه‌ای جامع که شاخص‌های پذیرش بانکداری دیجیتال از دید مشتریان را در کشورهای مختلف بررسی کرده، به روشنی احساس می‌شود.** لذا سوال اصلی پژوهش به شکل ذیل مطرح می‌شود:

شاخص‌های پذیرش بانکداری دیجیتال از دید مشتریان چه مواردی می‌باشند؟ و این عوامل به لحاظ اهمیت و میزان تأثیر از چه اولویتی برخوردار هستند؟

بانکداری دیجیتال



مفهوم بانکداری دیجیتال یک مفهوم تقریباً جدیدی است که پیاده‌سازی آن به عنوان گام بلندی در ورود به انقلاب صنعتی نسل چهارم به حساب آمده و به دنبال حذف شعب به شکل مرسوم آن می‌باشند (Hassan & Wood, 2020).

به عنوان یکی از جدیدترین خدمات بانکداری، بانکداری دیجیتال به معنای دیجیتالی نمودن تمام فعالیت‌ها و برنامه‌های بانکداری سنتی است که پیش از این تنها در شعب فیزیکی، در اختیار مشتریان قرار می‌گرفت (Angus & Nancy, 2018).

از آن جایی که رونق یک بانک ارتباط مستقیمی با نگرش، ترجیحات و پذیرش آن بانک توسط مشتریان آن دارد؛ بانکداری دیجیتال خوب و عالی که با عملکرد شرکت، اهداف مشتری و رضایت مشتریان در ارتباط می‌باشد؛ نقش شایان توجهی در این خصوص دارد (Khan & Minhaj, 2021).

از طرفی با توجه به این که کیفیت خدمات نیز ارتباط مستحکمی با رضایت مشتریان دارد، با در نظر گرفتن سهولت ارزیابی مزایای خدمات در بانکداری دیجیتال، بانک‌های فعال در این حوزه (بانک‌های ارائه دهنده خدمات آنلاین) تمایل بیشتری به ارائه خدمات بانکداری آنلاین مبتنی بر سلايق و خواسته‌های مشتریان دارند (Ventre & Kolbe, 2020).

رویکرد/ منطق پژوهش

استقرایی - اکتشافی

نوع پژوهش

آمیخته یا ترکیبی (کیفی - کمی)

جهت‌گیری پژوهش

کاربردی

روش کیفی مورد استفاده

تحلیل مضمون یا تحلیل تم

روش کمی مورد استفاده

پیمایش یا نظرسنجی

صبغه روش کیفی

کتابخانه‌ای

صبغه روش کمی

میدانی

روش گردآوری داده‌های کیفی

بررسی اسناد و منابع مرتبط با موضوع

روش گردآوری داده‌های کمی

پرسشنامه تناسب‌سنجی

روش‌شناسی پژوهش (بخش کیفی)

جامعه آماری: منابع نوشتاری موجود یا متون مرتبط با بانکداری دیجیتال و پذیرش آن

نمونه آماری

روش هدفمند: با جستجوی اولیه در گوگل، گوگل اسکولار و پایگاه‌های علمی معتبر از جمله ساینس دایرکت، اشپرینگر، امیرالد، تیلور و فرانسیس با واژه‌های بانک دیجیتال، بانکداری اینترنتی، دیدگاه مشتریان، بانکداری دیجیتال و پذیرش بانکداری دیجیتال (در کل ۶۸ منبع یافت شد. در مرحله اول با بررسی عنوان، ۱۸ منبع به دلیل این که در مورد پذیرش بانکداری دیجیتال نبودند حذف شدند، در مرحله دوم ۸ منبع که تکراری بودند از فهرست منابع کنار گذاشته شد. در مرحله پایانی برای استخراج مضامین، ۴۲ منبع، مورد مطالعه دقیق قرار گرفت که مضامین و کدها از ۳۲ منبع استخراج گردید و از ۱۰ منبع دیگر، کدهایی که مرتبط با اهداف پژوهش باشد، یافت نشد).

روش تحلیل اطلاعات: کدگذاری: برای تحلیل کدهای اولیه، شاخص‌ها و شناسایی مولفه‌ها و ابعاد مرتبط با موضوع پژوهش

روش سنجش پایایی: از شاخص درصد توافق (ضریب کاپای کوهن) استفاده شده است. به این ترتیب پس از پایان کدگذاری حدود ۲۰ درصد از کدگذاری‌ها انتخاب و بار دیگر از سوی پژوهشگران مورد کدگذاری قرار گرفت. میزان تشابه فراوانی کدها با استفاده از این شاخص محاسبه که برای همه مؤلفه‌ها بالاتر از ۷۰ درصد تعیین گردید.

روش‌شناسی پژوهش (بخش کمی)

جامعه آماری: ۱۲ نفر از اساتید و خبرگان دانشگاهی فعال در صنعت بانکداری در شهر تهران.

دارای دو ویژگی ۱۰ سال تجربه در حوزه تدریس و مدرک دکتری.

اساس و پایه روش خبرگی بر این است که نظر متخصصان هر قلمرو علمی در مورد پیش بینی آینده صائب‌ترین نظرست؛ بنابراین اعتبار این روش نه به شمار شرکت‌کنندگان در پژوهش که به اعتبار علمی متخصصان شرکت‌کننده بستگی دارد. همچنین شرکت‌کنندگان در تحقیق خبرگی از ۵ تا ۲۰ نفر را شامل می‌شوند و حداقل تعداد شرکت‌کنندگان نیز بستگی به چگونگی روش تحقیق دارد (Rowe & Wright, 1999).

نمونه آماری

روش گلوله‌برفی: در این روش، کار از افرادی که خبرگان این حوزه بوده و از معیارهای لازم برخوردار بودند، شروع شده و از آن‌ها خواسته شد تا سایر افراد صاحب‌نظر در این زمینه را معرفی نمایند.

روش تحلیل اطلاعات: تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP): برای رتبه‌بندی داده‌ها استفاده شد و اهمیت و اولویت‌بندی ابعاد و مولفه‌های مستخرج از ادبیات پژوهش نسبت به یکدیگر مشخص گردید.

روش سنجش روایی: به منظور اطمینان یافتن از مرتبط بودن شاخص‌ها و مولفه‌های شناسایی شده با ابعاد پذیرش بانکداری دیجیتال پرسشنامه تناسب‌سنجی بر اساس یافته‌های حاصل از بخش کیفی طراحی شد. بدین منظور در ابتدا پرسشنامه مورد نظر که شامل ۷۰ گویه بود در اختیار خبرگان قرار گرفت و روایی صوری و محتوایی آن تایید شد.

تحلیل یافته‌ها (بخش کیفی)

در ابتدا کدگذاری اولیه انجام شد و در ادامه کدهای مشترک کنار یکدیگر قرار داده شدند تا درباره نحوه تلفیق و ترکیب کدهای مختلف برای تشکیل مضامین پایه تصمیم‌گیری اتخاذ شود.

متن استخراج شده	کد استخراج شده
قابل اعتماد بودن بانکداری دیجیتال از سوی مشتریان عمدتاً به مکانیزم ضمانت ساختاری در تراکنش - های بانکی بستگی دارد (Gupta & Manrai, 2021).	مکانیزم ضمانت ساختاری در تراکنش‌های بانکی
با شناسایی انتظارات و خواسته‌های مشتریان و درک انگیزه‌های آن‌ها برای پذیرش تعامل آنلاین با کارمند بانک، مدیران بانک و سیاست‌گذاران می‌توانند استراتژی‌های مناسبی برای بهبود پذیرش فناوری دیجیتال ایجاد کنند (Mbama, 2018).	تعامل کارمند- مشتری
بانکداری دیجیتال به دلیل حفظ حریم خصوصی حساب در سیستم و قوانین و مقررات توسعه یافته، در مقایسه با اشکال اولیه فین‌تک، امنیت بیشتری را از دید مشتریان فراهم کرده که موجب پذیرش آن از سوی مشتریان می‌شود (Lin et al., 2020).	حفظ حریم خصوصی حساب

در این مرحله مولفه‌ها و شاخص‌ها (مضامین پایه و کدها) به کمک اساتید (۴ نفر از اساتید آشنا به حوزه بانکداری دیجیتال و ۳ نفر از مدیران امور بانکی) چندین بار مورد بررسی قرار گرفت تا در نهایت جمع‌بندی نهایی حاصل شد.

نتایج تحلیل مضمون شناسایی ۷۰ کد اولیه یا شاخص، ۷ مولفه یا مضمون پایه، ۳ بعد یا مضمون سازمان‌دهنده و ۱ مفهوم یا مضمون فراگیر بوده که در قالب جدول ارائه شده است.

شاخص‌های پذیرش بانکداری دیجیتال

منبع	شاخص	منبع	شاخص
(Dootson et al, 2016)	امکان استفاده از خدمات در زمان و مکان و شرایط مختلف	(Windasari et al, 2022) (Filotto et al, 2020)	ارائه خدمات از طریق پلتفرم‌های مجازی و کانا‌های آنلاین
(Windasari et al, 2022)	انتقال رایگان بین بانکی، بدون کارمزد اولیه حساب	(Windasari et al, 2022)	پرداخت غیرنقدی یا بدون نقد
(Windasari et al, 2022) (Filotto et al, 2020)	سپرده با نرخ سود بالا	(Windasari et al, 2022)	شعبه‌های الکترونیک بدون حضور فرد
(Lin et al., 2020) (Wirdiyanti, 2018)	بهبود کارآیی تراکنش و نقدینگی	(Windasari et al, 2022)	ارائه خدمت در اپلیکیشن‌های پرداخت موبایل
(Windasari et al, 2022)	ارائه پیشنهاد به مشتری با ردیابی رفتار آنلاین مشتری	(Chauhan, 2018)	ارائه ۲۴ ساعته خدمات مالی
(Windasari et al, 2022)	مدیریت مالی شخصی با تخصیص هزینه‌های مشتری	(Chauhan, 2018)	یکپارچگی مالی یا توسعه نقل و انتقال وجوه مالی
(Windasari et al, 2022)	امکان تفکیک قبوض مشتری به صورت آنلاین	(Sha & Mohammed, 2017)	پس‌انداز و سرمایه‌گذاری انعطاف‌پذیر
(Mbama & Ezepue, 2018) (Filotto et al., 2020)	کیفیت بالای خدمات	(Sha & Mohammed, 2017)	کارت‌های اعتباری مجازی
(Mbama & Ezepue, 2018)	خدمات‌دهی با عملکرد خوب	(Shaikh & Karjaluoto, 2016)	کیف پول دیجیتال
(Mbama, 2018) (Mbama & Ezepue, 2018)	ارزش ادراک شده دریافت خدمات	(Windasari et al, 2022) (Gupta & Manrai, 2021)	ارائه سریع و آسان خدمات بانکی
(Mbama & Ezepue, 2018) (Nisar & Prabhakar, 2017)	سفارشی‌سازی خدمات	(Ebringer et al., 2000)	حفظ اطلاعات شخصی - مالی افراد
(Mbama & Ezepue, 2018) (Gupta & Manrai, 2021)	سرعت در ارائه خدمات یا چابک بودن	((Ebringer et al, 2000)	تسهیل پرداخت‌های نقدی و اعتباری
(Mbama & Ezepue, 2018)	اعتماد به بانک در ارائه خدمات دیجیتال	(Ebringer et al, 2000)	ذخیره توکن‌های موقت (کوین، بلیط‌های حمل و نقل)
(Lin et al, 2020)	دسترسی به داده‌های تراکنش‌های پیشین	(Aji et al, 2020)	عدم تعامل فیزیکی در دریافت خدمات
(Mbama, 2018) (Mbama & Ezepue, 2018)	تجربه کاربری ادراک شده	(Windasari et al, 2022) (Mbama & Ezepue, 2018)	نوآوری در ارائه محصولات و خدمات مالی

(Lin et al, 2020)	کاهش ریسک	۵۱	PwC (2018)	بهبود تجربه مشتری	۳۱
(Mbama, 2018)	تعامل کارمند- مشتری	۵۲	BTPN (2021) (Alhothaily et al, 2017)	اعتبارسنجی آنلاین	۳۲
(Windasari et al, 2022)	جلوگیری از هدررفت زمان	۵۳	(Windasari et al, 2022)	اعتماد داشتن به صحت خدمات‌دهی آنلاین	۳۳
(Windasari et al, 2022) (Yousafzai et al, 2005)	مقرون به صرفه بودن (صرفه‌جویی به مقیاس)	۵۴	(Lin et al, 2020)	انعطاف‌پذیری در ارائه خدمات مالی	۳۴
(Windasari et al, 2022)	سهولت کاربری	۵۵	(Dharamshi, 2019) (DBS, 2021)	بانک‌های بدون شعبه فیزیکی	۳۵
(Windasari et al, 2022) (Filotto et al, 2020)	قیمت پایین خدمات	۵۶	(BTPN, 2021) (Keuangan, 2021a) (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022)	ثبت‌نام کاملا آنلاین	۳۶
(Liao & Cheung, 2002)	دقت و صحت کارکردی یا عملیاتی	۵۷	(BTPN, 2021) (Keuangan, 2021a)	امضای دیجیتال	۳۷
(Filotto et al, 2020)	قابلیت ارائه خدمات بدون خطا	۵۸	(Lin et al, 2020)	رعایت مقررات مالی	۳۸
(Liao & Cheung, 2002)	سرعت تراکنش و مشارکت کاربر	۵۹	(BTPN, 2021) (DBS, 2021)	افتتاح حساب آنلاین	۳۹
(Akinci et al, 2004) (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022)	قابل اعتماد بودن حوزه بانکداری دیجیتال	۶۰	(BTPN, 2021) (DBS, 2021) (Wirdiyanti, 2018)	ارائه مشاوره مالی	۴۰
(Akinci et al, 2004) (Lin et al, 2020)	حفظ حریم خصوصی حساب	۶۱	(Alkhowaiter, 2019)	تراکنش‌های مالی آنلاین	۴۱
(Durkin et al, 2008)	پیچیدگی کم در ارائه خدمات بانکی	۶۲	(Arshad Khan & Alhumoudi, 2022)	کاربرپسند بودن	۴۲
(Floh & Treiblmaier, 2006) (Filotto et al, 2020)	رابطه آنلاین پایدار با مشتری، حفظ و مراقبت از آن	۶۳	(Arshad Khan & Alhumoudi, 2022) (Hamidi & Safareeyeh, 2019)	دسترسی آنلاین به اطلاعات حساب و استعلام آن	۴۳
(Gupta & Manrai, 2021)	مکانیزم ضمانت ساختاری در تراکنش‌های بانکی	۶۴	(Usman et al, 2020)	دسترسی آنلاین به پرداخت اجاره و پرداخت وام	۴۴
(Liao & Cheung, 2002) (Filotto et al, 2020)	ایجاد ارتباطات شخصی و صمیمی	۶۵	(BTPN, 2021) (DBS, 2021)	احراز هویت دیجیتال	۴۵
(Filotto et al, 2020)	شفافیت مالی	۶۶	(Wang, 2009 Pho &)	کاهش خطر تقلب و کلاهبرداری	۴۶
(Filotto et al, 2020) (Lin et al, 2020)	راحتی و آسودگی انجام امور بانکی	۶۷	(Ishmuhametov, 2018)	پایش و نظارت حساب‌های مالی	۴۷
(Filotto et al., 2020) (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022)	کارا بودن سیستم بانکی (کارآیی عملکرد)	۶۸	(Ishmuhametov, 2018)	مبادلات پرداخت و پرداخت‌های اعتباری	۴۸
(Filotto et al, 2020) (Lin et al, 2020)	تعامل سفارشی یا شخصی‌سازی شده با مشتریان و بازخورد از آنان	۶۹	(Hamidi & Safareeyeh, 2019)	خدمات تبدیل و نقل و انتقال ارز	۴۹
(Lin et al, 2020)	اعتماد به‌واسطه امنیت داده و اطلاعات	۷۰	(Lin et al, 2020)	پایش و کنترل نقدینگی	۵۰

ابعاد و مولفه‌های پذیرش بانکداری دیجیتال از دید مشتریان (منبع: یافته‌های پژوهش)

مفهوم	ابعاد	مولفه	شاخص	فراوانی
پذیرش بانکداری دیجیتال	خدمات مالی ادراک‌شده	نوآوری در ارائه خدمات مالی	ارائه خدمات از طریق پلتفرم‌های مجازی و کانال‌های آنلاین	۲
			بانک‌های بدون شعبه فیزیکی	۱
			شعبه‌های الکترونیک بدون حضور فرد	۱
			ارائه خدمت در اپلیکیشن‌های پرداخت موبایل	۱
			احراز هویت دیجیتال	۲
			امضای دیجیتال	۲
			کیف پول دیجیتال	۱
			ذخیره توکن‌های موقت (کوپن، بلیط‌های حمل و نقل)	۱
			نوآوری در ارائه محصولات و خدمات مالی	۲
			ثبت‌نام کاملاً آنلاین	۳
			اعتبارسنجی آنلاین	۲
			افتتاح حساب آنلاین	۲
			شفافیت مالی	۱
			یکپارچگی مالی یا توسعه نقل و انتقال وجوه مالی	۱
شفافیت و نظارت مالی			کاهش ریسک	۱
			کاهش خطر تقلب و کلاهبرداری	۱
			پایش و نظارت حساب‌های مالی	۱
			پایش و کنترل نقدینگی	۱
			رعایت مقررات مالی	۱
			مکانیزم ضمانت ساختاری در تراکنش‌های بانکی	۱
			پس‌انداز و سرمایه‌گذاری انعطاف‌پذیر	۱
			حفظ اطلاعات شخصی - مالی افراد	۱
			دسترسی آنلاین به اطلاعات حساب و استعلام آن	۲
			مدیریت مالی شخصی با تخصیص هزینه‌های مشتری	۱
مدیریت مالی شخصی			ارائه مشاوره مالی	۳
			سفارشی‌سازی خدمات	۲



فرآوانی	شاخص	مولفه	ابعاد	مفهوم
۱	دسترسی آنلاین به پرداخت اجاره و پرداخت وام			
۱	دسترسی به داده‌های تراکنش‌های پیشین			
۲	ارائه سریع و آسان خدمات بانکی			
۱	تسهیل پرداخت‌های نقدی و اعتباری			
۱	عدم تعامل فیزیکی در دریافت خدمات			
۱	امکان استفاده از خدمات در زمان و مکان و شرایط مختلف			
۲	سرعت در ارائه خدمات یا چاپک بودن	تسهیل و تسریع ارائه خدمات بانکی		
۱	سرعت تراکنش و مشارکت کاربر در آن			
۱	پیچیدگی کم در ارائه خدمات بانکی			
۲	راحتی و آسودگی انجام امور بانکی			
۱	جلوگیری از هدررفت زمان			
۲	مقرون به صرفه بودن (صرفه‌جویی به مقیاس)			
۱	انعطاف‌پذیری در ارائه خدمات مالی			
۱	پرداخت غیرنقدی یا بدون نقد			
۱	مبادلات پرداخت و پرداخت‌های اعتباری			
۱	قیمت پایین خدمات			
۱	تراکنش‌های مالی آنلاین			
۱	ارائه ۲۴ ساعته خدمات مالی			
۱	کارت‌های اعتباری			
۱	انتقال رایگان بین بانکی، بدون کارمزد اولیه حساب			
۲	سپرده با نرخ سود بالا	کیفیت خدمات حوزه بانکداری		
۲	کیفیت بالای خدمات			
۲	خدمات‌دهی با عملکرد خوب			
۲	ارزش ادراک شده دریافت خدمات			
۲	بهبود کارایی تراکنش و نقدینگی			
۲	امکان تفکیک قبوض مشتری به صورت آنلاین			
۲	دقت و صحت کارکردی یا عملیاتی			
۱	قابلیت ارائه خدمات بدون خطا			
۱	کارا بودن سیستم بانکی (کارایی عملکرد)			
۱	خدمات تبدیل و نقل و انتقال ارز			
			پذیرش بانکداری دیجیتال	
			کیفیت خدمات کارکردی یا عملکرد محور بانکی	

ابعاد و مولفه‌های پذیرش بانکداری دیجیتال از دید مشتریان (منبع: یافته‌های پژوهش)

مفهوم	ابعاد	مولفه	شاخص	فراوانی
پذیرش بانکداری دیجیتال	کیفیت ارتباطات آنلاین مبتنی بر اعتماد	تعامل آنلاین با مشتریان	بهبود تجربه مشتری	۱
			ارائه پیشنهاد به مشتری با ردیابی رفتار آنلاین مشتری	۱
			تجربه کاربری ادراک شده	۲
			سهولت کاربری	۱
			کاربرپسند بودن	۱
			رابطه آنلاین پایدار با مشتری، حفظ و مراقبت از آن	۲
			تعامل کارمند- مشتری	۱
			تعامل سفارشی یا شخصی‌سازی شده با مشتریان و بازخورد از آنان	۲
			ایجاد ارتباطات شخصی و صمیمی	۲
			اعتماد داشتن به صحت خدمات‌دهی آنلاین	۱
اعتماد به بانکداری دیجیتال			اعتماد به بانک در ارائه خدمات دیجیتال	۱
			قابل اعتماد بودن حوزه بانکداری دیجیتال	۲
			حفظ حریم خصوصی حساب	۲
			اعتماد به‌واسطه امنیت داده و اطلاعات	۱



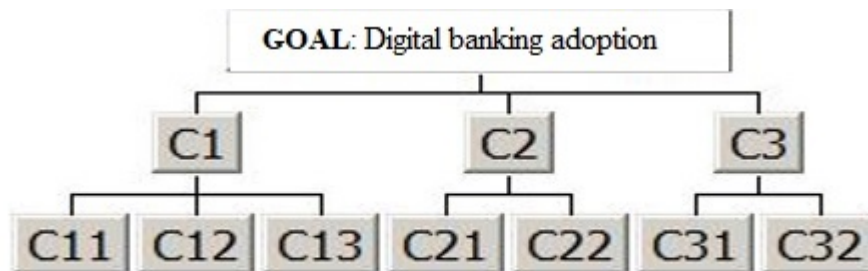
تحلیل یافته‌ها (بخش کمی)

جهت تعیین اهمیت و وزن ابعاد و مولفه‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی استفاده می‌شود. بدین منظور در ابتدا ابعاد و مولفه‌ها با نماد مربوط به هر یک در جدول تحت عنوان معیارهای پژوهش ذکر شده است.

معیارهای پژوهش

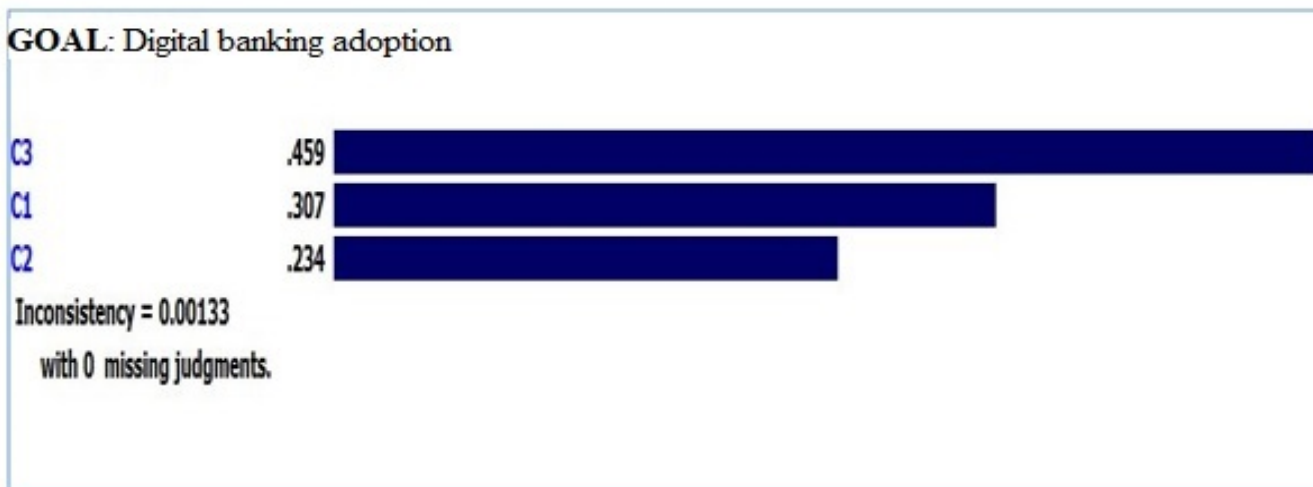
مفهوم	ابعاد	نماد	مولفه	نماد
پذیرش بانکداری دیجیتال	کیفیت خدمات مالی ادراک‌شده	C1	نوآوری در ارائه خدمات مالی	C11
			شفافیت و نظارت مالی	C12
			مدیریت مالی شخصی	C13
	کیفیت خدمات کارکردی یا عملکرد محور بانکی	C2	تسهیل و تسریع ارائه خدمات بانکی	C21
			کیفیت خدمات حوزه بانکداری	C22
	کیفیت ارتباطات آنلاین مبتنی بر اعتماد	C3	تعامل آنلاین با مشتریان	C31
			اعتماد به بانکداری دیجیتال	C32

در ادامه نمودار گرافیکی مدل سلسله مراتبی پژوهش برگرفته از نرم‌افزار ExpertChoice قابل مشاهده می‌باشد.



در ادامه مقایسات زوجی ۳ معیار اصلی نسبت به هدف اصلی ایجاد شد و در اختیار خبرگان قرار گرفت که بعد از تکمیل آن نرخ ناسازگاری کمتر از ۰.۱ می باشد که نشان از ثبات و سازگار بودن ماتریس ها و قابل قبول بودن آن است. مقایسات زوجی، توسط روش میانگین هندسی ادغام شده و جهت تعیین اوزن معیارها، وارد نرم افزار ExpertChoice گردید.

اوزان معیارهای اصلی

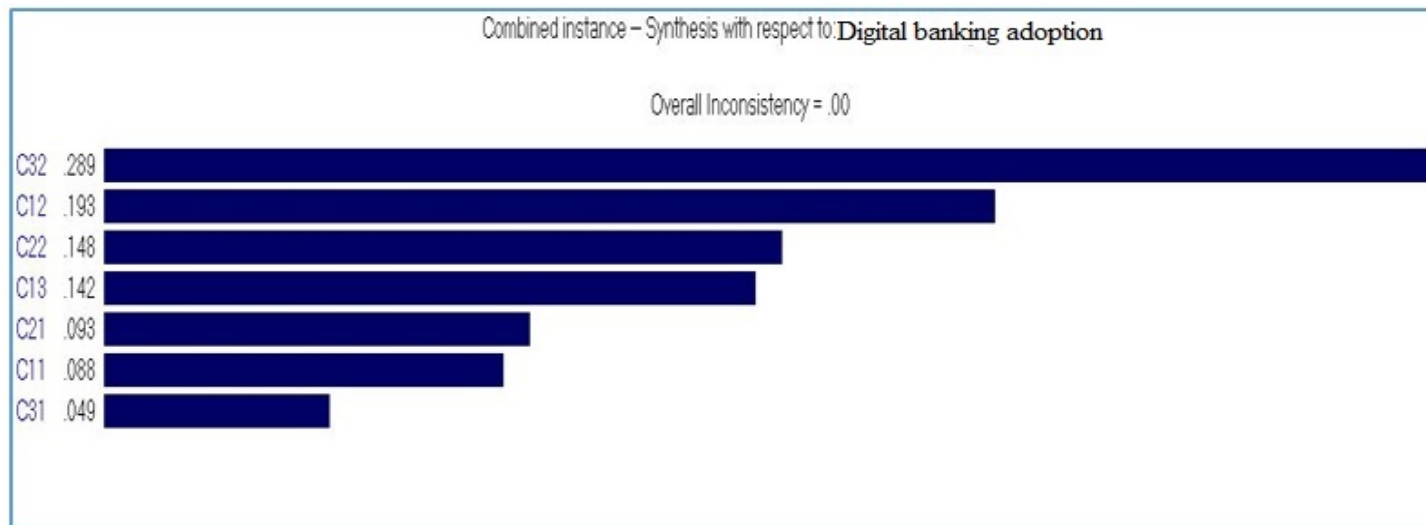


وزن و رتبه ابعاد

رتبه	وزن	کد	بعد
دوم	۰.۳۰۴	C1	کیفیت خدمات مالی ادراک شده
سوم	۰.۲۳۴	C2	کیفیت خدمات کارکردی یا عملکرد محور بانکی
اول	۰.۴۵۹	C3	کیفیت ارتباطات آنلاین مبتنی بر اعتماد

در نهایت مقایسات زوجی مولفه‌ها نسبت به هدف اصلی ایجاد شد که چون نرخ ناسازگاری این مقایسات زوجی مولفه‌ها نسبت به هدف اصلی ۰.۰۰ شده است و چون کمتر از ۰.۱ می‌باشد، نشان دهنده سازگاری قابل قبول است.

اوزان مولفه‌ها بر اساس هدف



وزن و رتبه مولفه‌ها

رتبه	وزن	نماد	مولفه
ششم	۰.۰۸۸	C11	نوآوری در ارائه خدمات مالی
دوم	۰.۱۹۸	C12	شفافیت و نظارت مالی
چهارم	۰.۱۴۲	C13	مدیریت مالی شخصی
پنجم	۰.۰۹۳	C21	تسهیل و تسریع ارائه خدمات بانکی
سوم	۰.۱۴۸	C22	کیفیت خدمات حوزه بانکداری
هفتم	۰.۰۴۹	C31	تعامل آنلاین با مشتریان
اول	۰.۲۸۹	C32	اعتماد به بانکداری دیجیتال

بحث و نتیجه‌گیری

- از آنجایی که مشتریان با آخرین تحولات در خدمات بانکی و فناوری به‌روز هستند و انتظارات بالایی برای کیفیت خدماتی که تجربه می‌کنند دارند؛ عوامل تجربی موثر بر استفاده مشتریان از این فناوری ضروری شده است و می‌تواند در پذیرش بانکداری دیجیتال از سوی آن‌ها نقش شایان توجهی داشته باشد؛ چرا که در بستر بانکداری دیجیتال تعداد زیادی از خدمات بانکی قرار داده شده است که مشتریان با پذیرش و استفاده از آن‌ها می‌توانند موجب فراگیری استفاده از این نوع خدمات در جامعه شوند.
- با توجه به این که مشتریان در انجام امور مالی خود به فناوری‌های حوزه مالی و اطلاعات وابسته هستند؛ نسبت به پذیرش بانکداری و شاخص‌های انتخاب آن حساس می‌باشند. پیامد این مهم برای قانون‌گذاران صنعت بانکداری این است که پذیرش فناوری بانکداری دیجیتال توسط هر دوی بانک‌ها و مشتریان می‌تواند کارایی صنعت بانکداری را افزایش دهد.
- از آنجایی که رقابت در بانکداری دیجیتال در آینده شدیدتر خواهد شد، بانک‌ها و شرکت‌های پرداخت باید به دنبال مزیت رقابتی برای جلب توجه مشتری در استفاده از خدمات بانکداری دیجیتال باشند.
- با پیشرفت فناوری تحلیل کلان داده، **بانکداری دیجیتال** می‌تواند پس از تحلیل رفتار کاربر، خدمات را با دقت بیشتری به آنان توصیه کرده، معاملات آنلاین را تسهیل کند و به تدریج منجر به افزایش درآمد شود. بر همین اساس بانک‌ها ممکن است مکانیسم‌های بازاریابی مبتنی بر رویداد را برای شناسایی نیازهای کاربران بر اساس تغییرات در رفتارشان ایجاد کنند و به طور فعال تبلیغات مناسب را تعبیه کنند.

- **بانکداری دیجیتال** نه تنها موجب ارائه خدمات مالی متنوع به مشتریان و کاهش هزینه‌های عملیاتی شده، بلکه باعث بهبود کارایی خدمات نیز می‌شود که می‌تواند در پذیرش بانکداری دیجیتال اهمیت زیادی داشته باشد. از دیدگاه مشتریان، بانک‌ها به‌واسطه بانکداری دیجیتال نه تنها ملزم به ارائه خدمات تراکنش ۲۴ ساعته بوده، بلکه بایستی آنان را قادر سازد تا به راحتی به داده‌های تراکنش قبلی دسترسی داشته باشند
- مشتریان به پایداری سیستم‌های بانکداری آنلاین، سهولت استفاده از رابط‌های عملیاتی، امنیت داده‌های تراکنش‌ها و سرعت انتقال اطلاعات اهمیت زیادی می‌دهند، بنابراین ارتقای کیفیت خدمات و کیفیت سیستم نیز موضوعی است که ارائه دهندگان خدمات بانکداری آنلاین باید به آن توجه کنند؛ چرا که موجب جذب مشتریان و وفاداری آنان می‌شود.
- بانک‌ها با اجرای سیاست کاهش تعداد شعب، سیاست‌های تشویقی و افزایش بودجه بانک در بخش فناوری اطلاعات، می‌توانند تاثیر مثبتی بر میزان پذیرش و استفاده از فناوری‌های دیجیتال از سوی مشتریان داشته باشند.
- **بانکداری دیجیتال** نه تنها بستری برای تراکنش‌های مختلف بین بانک‌ها و مشتریان است، بلکه شرایطی را برای بانکداران فراهم می‌کند تا نیازها و خواسته‌های مشتریان را درک کنند تا خدمات مالی بهتری مطابق با نظرات و سلیقه مشتریان ارائه نمایند.
- از منظر کلی، **ایجاد بانکداری دیجیتال و پذیرش آن از سوی مشتریان** می‌تواند هزینه‌های مربوط به ارائه خدمات را کاهش داده و درآمد مبتنی بر کارمزد را افزایش دهد، علاوه بر این موجب بهبود تصویر برند شده و وفاداری مشتریان را افزایش می‌دهد.

پیشنادهای کاربردی

- اپراتورهای بانکی از طرفی باید یک رابط کاربری آسان برای استفاده مشتریان طراحی نمایند تا آنان بتوانند مشکلات مربوط به عملکرد پلتفرم را از طریق خودآموزی برطرف کرده و به فرآیندها و اقدامات بانکی حوزه بانکداری دیجیتال ایمان بیاورند. بر همین اساس توصیه می‌شود برای تأکید بر دسترسی (در زمان و مکان)، بر شفافیت و سهولت کاربری تأکید شود.
- بایستی مکانیسم امنیتی بانکداری دیجیتال را بهبود بخشند و چندین سیستم پشتیبان یا خدمات پشتیبانی مناسب را برای اطمینان از استفاده ایمن مشتریان توسعه دهند.
- باید علایق و نیازهای مشتریان را برای ارائه محصولات و خدمات مورد نیاز خود در نظر بگیرند تا اعتماد آنان به بانکداری دیجیتال افزایش یابد.
- تخصص و کیفیت کارکنان دایره ارتباط با مشتریان را پرورش دهند تا اطمینان حاصل شود که نگرانی‌های مشتریان در زمان واقعی برطرف می‌شود و رضایت آنان از بانکداری دیجیتال افزایش می‌یابد.
- به طور مرتب آخرین خدمات و اقدامات ترجیحی را به مشتریان اطلاع دهند تا آنها به این باور برسند که استفاده از بانکداری دیجیتال مزایای زیادی مانند بهبود بازدهی (کارایی) ناشی از انجام تراکنش‌های مالی به همراه دارد.
- از آنجایی که بانکداری دیجیتال بر روی پلتفرم‌های موبایل و وبسایت‌های اینترنتی انجام می‌شود، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آتی در مورد بهبود تجربه کاربری (UX) و رابط کاربری (UI) دیجیتال برای هدایت رفتارهای مالی مثبت کاربران باشد.



- ترویج هوش مصنوعی، مانند توسعه سیستم‌های هوشمند مبتنی بر تجزیه و تحلیل پیش‌نگر (پیش‌بینی‌کننده)، واقعیت مجازی و API می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در استفاده از خدمات بانکداری دیجیتال و پذیرش آن‌ها از سوی مشتریان داشته باشد.

- بانک‌ها و موسسات مالی بر توسعه سیستم‌های بانکداری دیجیتال متمرکز شوند که نه تنها به صورت شخصی‌سازی شده و سفارشی باشد، بلکه استفاده از آن آسان و راحت بوده و با سلايق کاربران و مشتریان‌شان و نحوه استفاده آنان سازگار باشد.

- به منظور توسعه کسب‌وکار خدمات نوین بانکی در حوزه بانکداری دیجیتال، ادغام بیشتری در خصوص انواع خدمات مالی با نیازهای شرکتی و شخصی مشتریان در بستر بازارهای کسب‌وکار به کسب‌وکار (B2B) و کسب‌وکار به مصرف‌کننده (B2C) صورت پذیرد و اطلاعات مالی به شیوه‌ای به موقع و سریع‌تر به مشتریان ارائه شود.

- بانک‌ها و موسسات مالی در بستر دیجیتال برخی از وظایف کیف پول‌های فیزیکی مانند نگهداری اطلاعات شخصی، تسهیل پرداخت‌های نقدی و اعتباری و ذخیره توکن‌های موقت را انجام دهند و با این نوع اقدامات نوآوانه موجب جذب بیشتر مشتریان و حفظ آنان شوند.

- اعتبارسنجی مجازی با تأیید حساب بیومتریک و آنلاین به عنوان جایگزینی برای فرآیند تأیید فیزیکی ارائه شود و در وقت و زمان مشتریان که پیش از این به تعاملات حضوری نیاز داشت، صرفه‌جویی شود.

- کاهش قیمت خدمات و معرفی نرخ‌های بهتر برای سپرده‌های مشتریان در پذیرش و انتخاب یک بانک فعال در بستر دیجیتال از سوی مشتریان خیلی مهم است که بایستی بیش از این مورد توجه قرار گیرد.



با تشکر از حسن نظر شما

