

اولویت بندی و رتبه بندی عوامل تأثیرگذار بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران

مسعود خاتونی^۱، دکتر مهدی فقیهی^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه آزاد واحد الکترونیکی

^۲ عضو هیأت علمی مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی

نام نویسنده مسول:

مسعود خاتونی

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، سنجش عوامل موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران است. به این منظور، تمامی افراد شاغل در معاونت فناوری اطلاعات و شبکه ارتباطات بانک ملی ایران در ستاد مرکزی در شهر تهران، بالغ بر ۴۰۰ نفر به عنوان جامعه آماری لحاظ و مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. با استفاده از فرمول کوکران و جدول مورگان، تعداد ۲۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شده است. نحوه انتخاب افراد نیز به روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده (و نهایتاً تصادفی ساده می‌باشد. به لحاظ روش‌شناسی، پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و روش انجام و گردآوری اطلاعات؛ پیمایشی است. به منظور پردازش داده‌ها از نرم افزار lisrel و SPSS بهره گرفته شده است. نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم بر روی سازه‌های مورد مطالعه نشان داد که الگوی پیشنهادی عوامل تأثیرگذار بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران؛ دارای برازش خوب و قابل اتکایی می‌باشد. نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم بر روی سازه‌های مورد مطالعه نشان داد که الگوی پیشنهادی عوامل تأثیرگذار بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران؛ دارای برازش خوب و قابل اتکایی می‌باشد.

واژگان کلیدی: بانکداری الکترونیک، استراتژی، بانک ملی ایران.

مقدمه

دنیای امروز، دنیای تغییرها، تهدیدها و فرصتها می باشد. در دنیای کنونی، پیشرفت فناوری اطلاعات به حدی است که هر لحظه چشم‌پوشی از آن، خسارات جبران‌ناپذیری را وارد خواهد کرد. بانکها به عنوان موسسات مالی به طور طبیعی به هر تغییر در اقتصاد و محیط تکنولوژیکی واکنش سریع نشان می دهند [۱]. بانکداری الکترونیکی به بانکها این امکان را می دهد که سرعت، کیفیت، دقت خدمات خود را افزایش دهند و موجب ایجاد موقعیت رقابتی قوی برای ارائه خدمات بانکی می شود. توسعه مستمر بانکداری الکترونیکی باعث بهبود کارایی بانکداری می شود و باعث کاهش هزینه های مربوط به معاملات در سطح ملی و بین المللی می شود که در مجموع باعث بهبود وضعیت اقتصادی می شود. از مزایای بلند مدت آن، ایجاد رضایتمندی و تعهد مشتریان را می توان نام برد [۲].

لذا بی تردید نقش کانونی نظامهای بانکی در کارکرد نظام های اقتصادی انکارناپذیر است. در کشورهای صنعتی نقش بانکها طی دهه های اخیر با سرعت چشمگیری متحول شده و ابزارهای جدید همراه با فناوری نوین در اختیار خدمات بانکی درآمده است. ارائه خدمات مختلف در بازار الکترونیکی و سهولت دسترسی اطلاعات مورد نیاز، زمینه ساز اصلی بانکداری الکترونیک بوده است [۳]. پیاده سازی بانکداری الکترونیک نیاز به زیرساخت های گوناگونی دارد که شناخت این زیرساخت ها و تاثیرات و چالش های آن در هنگام ایجاد بانکداری الکترونیک، راهنمای مناسبی برای بانک ها در دستیابی به موفقیت خواهد بود [۴]. از سال ۱۹۶۰ به بعد فعالیتهای بانکداری به نحوی چشمگیر متحول شده است. اما با ورود وسیع رایانه ها به عرصه خدمات بانکی پس از سال ۱۹۸۰، گستره خدمات بانکی وسعت بیشتری یافته و سرعت انجام امور مربوطه نیز به همان میزان افزایش داشته است [۵]. به موازات این تحولات، میزان انتظارات مشتریان بانکی از شبکه بانکی رشد داشته است آن چنان که همه مشتریان خواهان دریافت خدمات با کیفیت بالا، افزایش سرعت در انجام عملیات بانکی و توجه خاص کارکنان به خود بودند [۶].

یکی از الزامات مهم برای تحقق بانکداری الکترونیک، نگرش و دید استراتژیک به این مقوله مهم و فراهم کردن ساز و کارهای مورد نیاز است [۷]. کسب و کار در بانک ها بر اساس نیازهای مشتریان تنظیم می شود و در مفهوم بانکداری نوین خلق ارزش های بلند مدت برای مشتریان از اهمیت برخوردار است که لازمه آن برنامه راهبردی می باشد. کسب و کارهای نوظهور در صنعت بانکداری از یک سو و تغییر مداوم زنجیره ارزش ایجاد می کند تا ضمن شناخت نوآوری ها در عرصه بین المللی اقدام به بومی سازی آنها نماییم که یک نمونه آن بانکداری اجتماعی است [۸]. با ورود فناوری اطلاعات و ارتباطات، عملیات بانکداری نیز از وضعیت سنتی آن به سمت الکترونیکی گرایش پیدا می کند [۹]. از آنجا که در بانکداری نوین شکل ارائه خدمات متفاوت از بانکداری سنتی است و تسهیلات بیشتری برای مشتریان در نظر گرفته می شود و همچنین مسائل و چالش های خدماتی، امنیتی و مدیریتی جدیدی مطرح می شود نیاز است تا بر روی این مقوله مطالعات جامع و کاملی انجام شود [۱۰].

از همین رو، نگاه نوین به مسائل مدیریتی ایجاد می کند که مدیران و مسئولان بانک ملی، به سادگی از کنار نقش تاثیرگذار فناوری اطلاعات در توسعه فعالیتهای بانکی، عبور نکنند. لذا دغدغه اصلی محقق و چرایی انجام این پژوهش در این نکته خلاصه می گردد که تدوین استراتژی بانکداری الکترونیکی در بانک ملی؛ تحت تأثیر چه مولفه ها و عواملی است و اینکه چگونه می توان راهکارهای مناسب را در بسترهای موجود، مشخص و به کار بست تا این ابزارها به بهترین نحو ممکن در این راستا، مورد استفاده قرار گیرد.

اهداف پژوهش**الف: هدف اصلی**

هدف کلی این پژوهش؛ اولویت بندی و رتبه بندی عوامل تأثیرگذار اولویت بندی و رتبه بندی عوامل تأثیرگذار بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران می باشد.

ب: اهداف اختصاصی

۱- تبیین الگوی عوامل و مولفه های مؤثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران؛

۲- اولویت بندی و رتبه بندی عوامل و مولفه های احصاء شده مؤثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران.

روش‌شناسی تحقیق

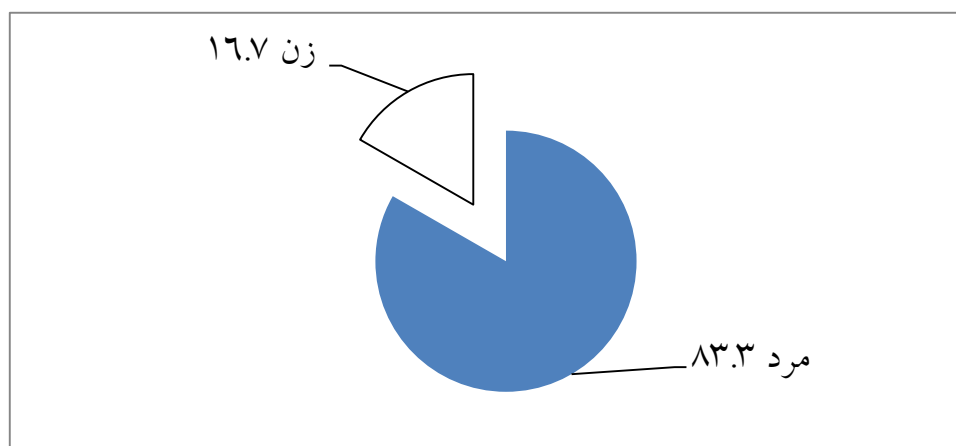
پژوهش حاضر از نظر روش انجام و گردآوری اطلاعات؛ پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر نیز، عبارت است از: تمامی افراد شاغل در معاونت فناوری اطلاعات و شبکه ارتباطات بانک ملی ایران در ستاد مرکزی در شهر تهران، می‌باشند که تعداد آنها برابر با ۴۰۰ نفر می‌باشند. با استفاده از فرمول نمونه‌گیری از جامعه محدود و جدول مورگان، تعداد ۲۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه تعیین شده است. لذا، نحوه انتخاب افراد نیز به روش نمونه‌گیری طبق چندمرحله‌ای و نهایتاً تصادفی ساده می‌باشد. بدین ترتیب که هر یک از حوزه‌ها و بخشهای اداری مختلف معاونت فناوری اطلاعات و شبکه ارتباطات بانک ملی ایران، به عنوان طبقه‌هایی در نظر گرفته شده و در هر یک از این حوزه‌ها و بخشهای اداری، تعدادی از کارکنان با تجربه و سوابق کاری بالا به صورت کاملاً تصادفی، انتخاب، می‌شوند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و به کارگیری تحلیل‌های آماری از نرم‌افزار SPSS و lisrel استفاده شده است.

نتایج و یافته‌های تحقیق

ویژگیهای جمعیتی پاسخگویان

جدول (۱). توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان برحسب جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد
زن	۳۳	۱۶/۷
مرد	۱۶۷	۸۳/۳
جمع	۲۰۰	۱۰۰

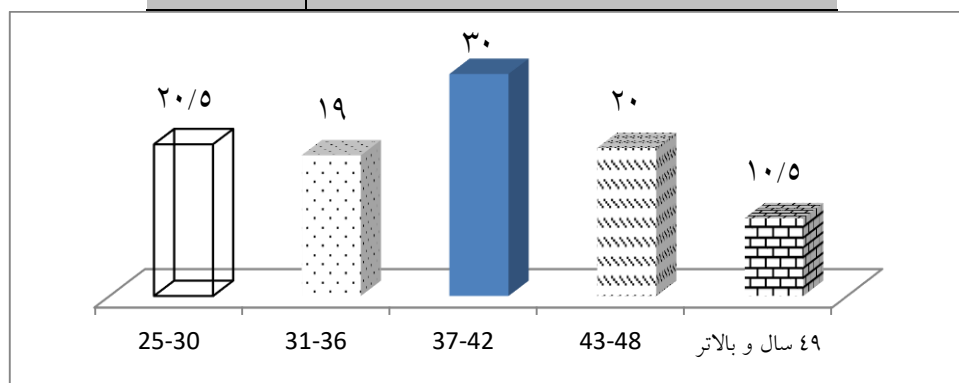


نمودار (۱). درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان برحسب جنسیت

در بررسی حاضر از بین ۲۰۰ پاسخ‌دهنده و مطابق با جدول و نمودار (۱-۴)؛ ملاحظه می‌گردد که ۱۶۷ نفر (۸۳/۳٪) از پاسخ‌دهندگان مرد و ۳۳ نفر (۱۶/۷٪) از پاسخ‌دهندگان زن می‌باشند.

جدول (۲). توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان برحسب گروه سنی

درصد	فراوانی	سن (سال)
۲۰/۵	۴۱	۲۵-۳۰
۱۹	۳۸	۳۱-۳۶
۳۰	۶۰	۳۷-۴۲
۲۰	۴۰	۴۳-۴۸
۱۰/۵	۲۱	۴۹ سال و بالاتر
۱۰۰	۲۰۰	جمع



نمودار (۲). درصد فراوانی پاسخ‌دهندگان برحسب رده سنی

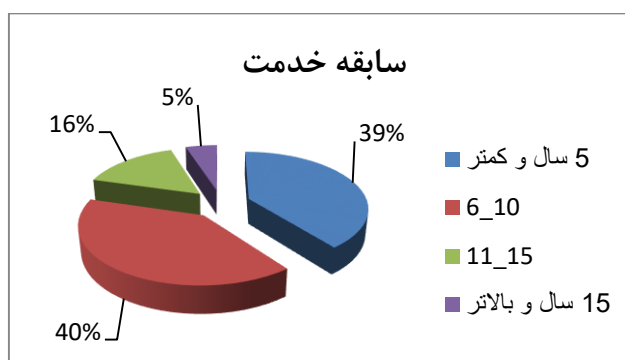
همان‌طور که جدول و نمودار (۲-۴) نیز نشان می‌دهد؛ ۴۱ نفر (۲۰/۵٪) از پاسخ‌دهندگان در رده سنی ۲۵-۳۰ سال، ۳۸ نفر (۱۹٪) در رده سنی ۳۱-۳۶ سال، ۶۰ نفر (۳۰٪) در رده سنی ۳۷-۴۲ سال، ۴۰ نفر (۲۰٪) در رده سنی ۴۳-۴۸ و ۲۱ نفر (۱۰/۵٪) در رده سنی ۴۹ سال و بالاتر قرار دارند.

جدول ۳: توصیف نمونه مورد مطالعه بر حسب سابقه کار

سابقه خدمت	فراوانی	درصد فراوانی
۵ سال و کمتر	۷۹	۳۹/۵
۶-۱۰	۸۰	۴۰
۱۱-۱۵	۳۱	۱۵/۵
۱۵ سال و بالاتر	۱۰	۵
جمع کل	۲۰۰	۱۰۰

همان‌طور که در جدول مشاهده می‌کنید بیشترین افراد (۸۰ نفر) از نمونه آماری معادل ۴۰ درصد دارای سابقه خدمت ۶ تا ۱۰ سال می‌باشند و کمترین آن معادل ۵ درصد دارای سابقه ۱۵ سال و بالاتر می‌باشند (۱۰ نفر). این ویژگی در نمودار ذیل به شرح ذیل توصیف می‌گردد:

نمودار ۳. تفکیک گروه مورد مطالعه بر حسب سابقه کار



جدول (۴). توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	فراوانی
لیسانس	۴۰
فوق لیسانس	۷۵
دکتر	۵
جمع	۱۰۰

همانطور که جدول و نمودار (۳-۴) گویای آن است، در پژوهش حاضر در میان ۲۰۰ نفر از پاسخ‌دهندگان؛ ۴۰ نفر (۲۰٪) دارای تحصیلات لیسانس، ۷۵ نفر (۳۷.۵٪) دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۵ نفر (۲.۵٪) دارای تحصیلات دکترا می‌باشند.

نتایج و یافته های تحلیلی

تحلیل عاملی تأییدی

منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده‌های مربوطه سازگاری و توافق دارد. لذا در این قسمت به ارزیابی برازش مدل مفروض پژوهش پرداخته می‌شود تا از سازگاری آن با داده‌های پژوهش اطمینان حاصل گردد. بررسی برازش مدل مفومی پژوهش در دو مرحله صورت پذیرفته است. نخست؛ ارزیابی برازش بخش اندازه‌گیری مدل و دوم؛ ارزیابی برازش بخش ساختاری مدل، که در ادامه به تفصیل در مورد آن‌ها بحث شده است. در ارزیابی بخش اندازه‌گیری مدل به بررسی روابط میان متغیرهای نهفته (درون‌زا و برون‌زا) و متغیرهای آشکار (سنجه‌های) مدل پرداخته می‌شود. در اینجا هدف تعیین اعتبار یا روایی و اعتماد یا پایایی شاخص‌های مورد استفاده است. برای بررسی روایی و اعتبار مدل، به بررسی میزان و سطح معنی‌داری (t-value) مسیرهای بین هر یک از متغیرهای نهفته با شاخص‌های مربوط به آن پرداخته می‌شود. لازم به ذکر است از آنجایی که متغیرهای اصلی پژوهش چندبعدی (چند مؤلفه‌ای) هستند؛ تعیین روایی سازه‌های هر کدام از متغیرها در دو مرحله صورت گرفته است. ابتدا؛ با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول، همبستگی دورنی ابعاد و نیز همبستگی سؤالات و ابعاد مربوطه بررسی شده است تا از معنی‌دار بودن این همبستگی‌ها اطمینان حاصل شود، سپس با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم، به بررسی معنی‌داری ارتباط میان متغیر اصلی با ابعادشان پرداخته شده است. برای بررسی پایایی هر کدام از سازه‌ها و در نهایت مدل پژوهش از معادله پایایی ترکیبی استفاده شده است که با استفاده از معادله زیر بدست می‌آید.

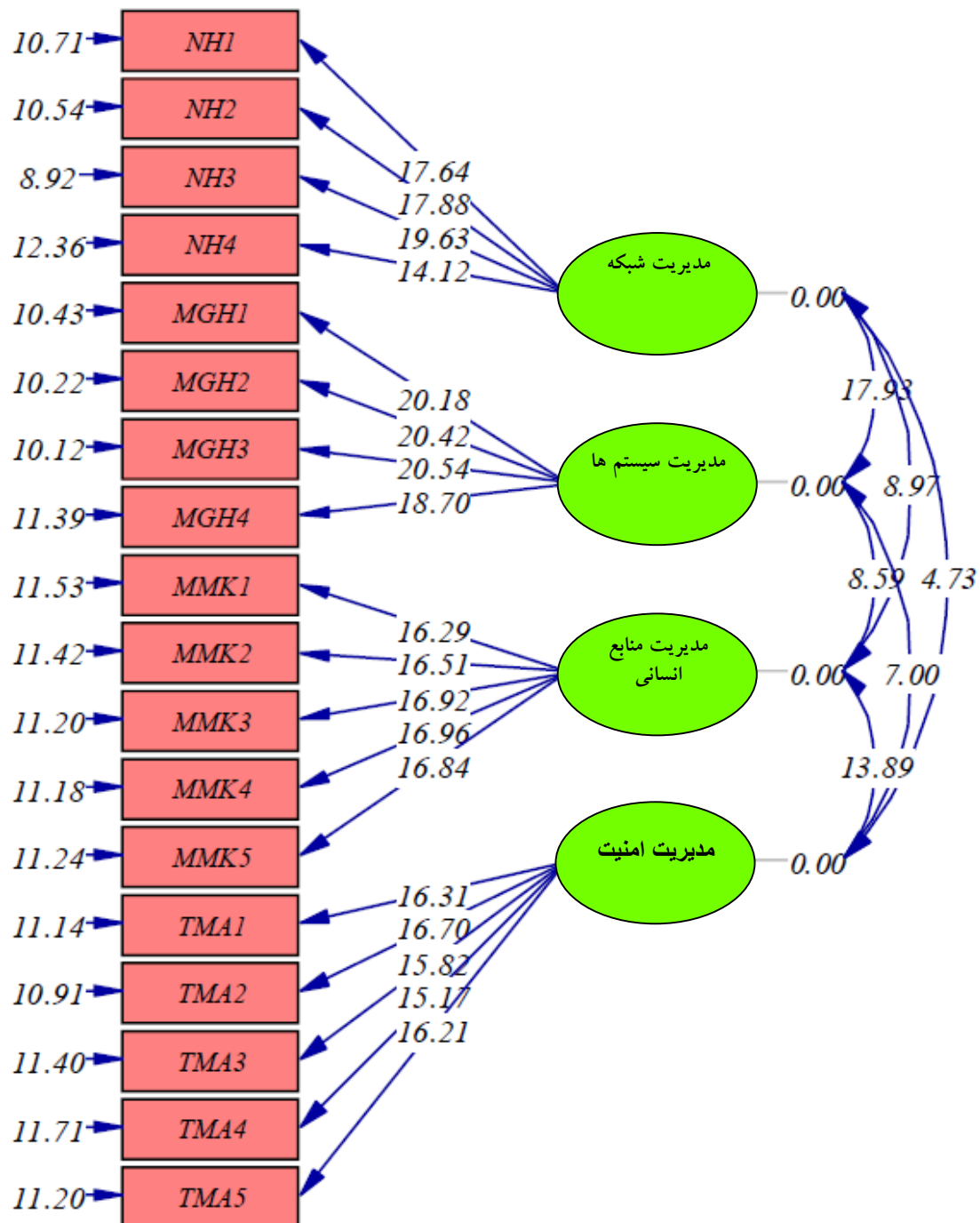
$$P_c = (\sum \lambda)^2 \div [(\sum \lambda)^2 + \sum (\theta)]$$

معادله محاسبه پایایی ترکیبی:

در این معادله «PC»؛ پایایی ترکیبی، «λ»؛ بارهای مربوط به شاخص‌ها، «θ»؛ واریانس‌های خطای شاخص‌ها (δ یا ε) و «Σ»؛ مجموع شاخص‌های هر متغیر نهفته می‌باشد. در صورتی که مقدار بدست آمده برای پایایی ترکیبی بیش از (۰/۶) باشد، سازه مورد نظر از پایایی لازم

برخوردار است.

پس از اطمینان از روایی و پایایی هر یک از سازه‌ها؛ ضرایب تخمین استاندارد، به منظور اولویت‌بندی میزان تأثیر هریک از ابعاد بر متغیر اصلی و نیز جدول شاخص‌های برازندگی جهت نشان‌دادن برازش کلی سازه با داده‌های مورد استفاده، ارائه گردیده است. نمودار (۴)، اعداد معنی‌داری تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول عوامل و مولفه‌های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را نشان می‌دهد. با توجه به نمودار تمام مسیرهای موجود در سطح معنی‌داری قرار دارند (مقدار تمام پارامترهای برآورد شده، بیش از عدد ۱/۹۶ می‌باشند)، لذا هم همبستگی درونی میان ابعاد معنی‌دار است و هم همبستگی میان سؤالات و ابعاد به سطح معنی‌داری رسیده‌اند.

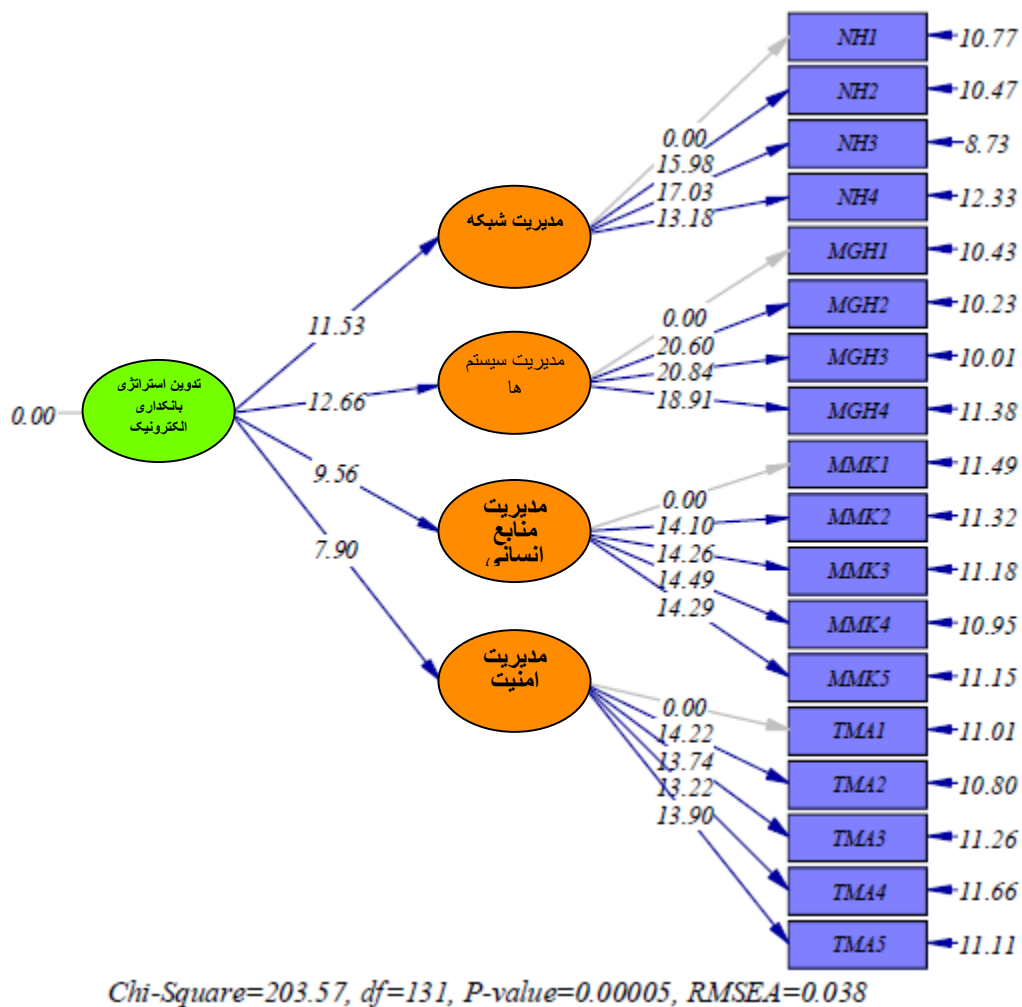


$Chi-Square=144.50$, $df=129$, $P-value=0.16606$, $RMSEA=0.018$

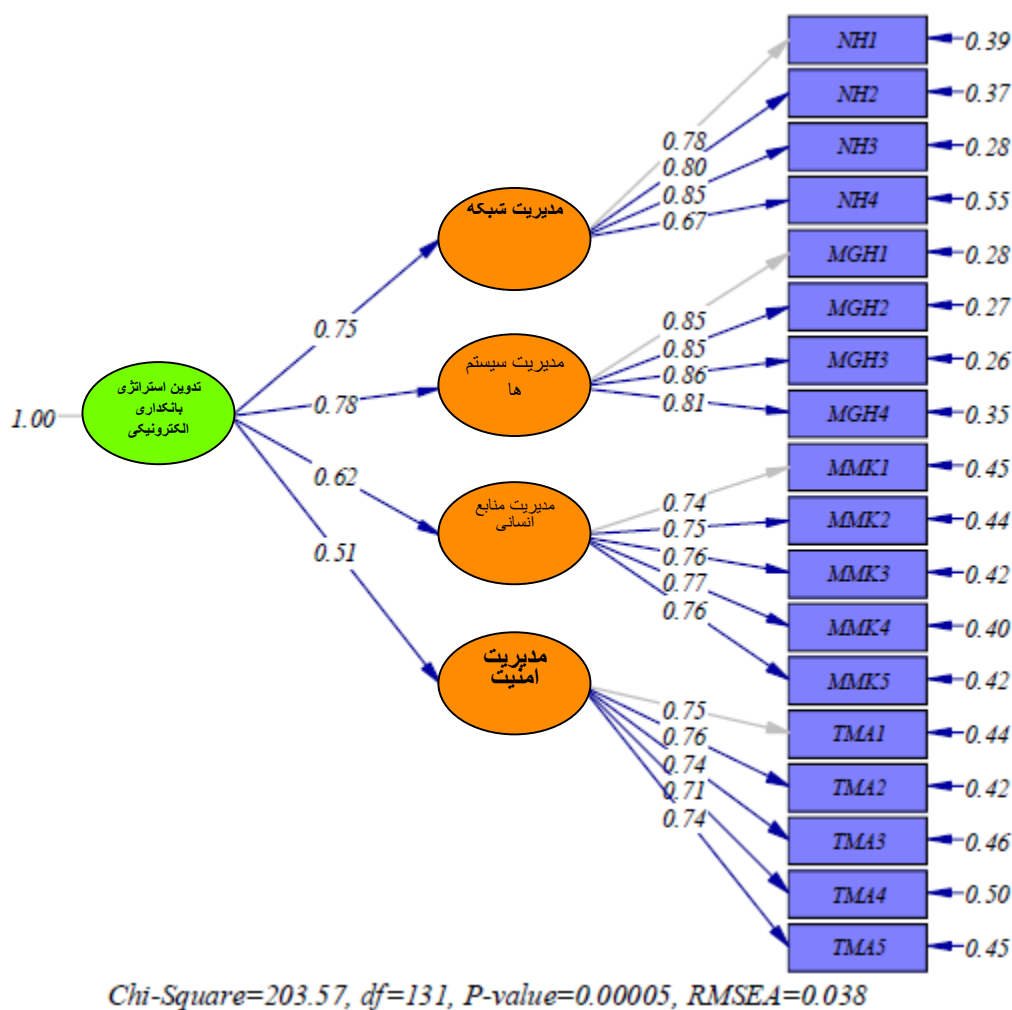
نمودار ۴. اعداد معنی داری تحلیل عاملی مرتبه اول

تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

با توجه به اینکه؛ تحلیل عاملی مرتبه اول عوامل و مولفه‌های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران، همبستگی درونی میان ابعاد و ابعاد با سؤالات را مورد تأیید قرار داد، به منظور بررسی معنی دار بودن رابطه عوامل و مولفه‌های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران با ابعادش، تحلیل عاملی مرتبه دوم، انجام گرفت. نمودار (۵) اعداد معنی داری تحلیل عاملی مرتبه دوم را نمایش می‌دهد. با توجه به این نمودار پارامترهای برآورد شده برای تمام مسیرها در سطح معنی داری قرار دارند و نشان می‌دهند که عوامل و مولفه‌های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران از روایی لازم برخوردار هستند. در نمودار (۶) نیز ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی مرتبه دوم عوامل و مولفه‌های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران جهت اولویت بندی اثرات هر یک از ابعاد بر متغیر مذکور، ارائه شده است. جدول (۵) نیز شاخص‌های برازش تحلیل عاملی مرتبه دوم این متغیر را نشان می‌دهد که با توجه به این جدول تمام شاخص‌ها در سطح مطلوبی قرار دارند و این سازه با داده‌های جمع‌آوری شده برازش داشته و از روایی لازم برخوردار است.



نمودار (۵). اعداد معنی داری تحلیل عاملی مرتبه دوم



نمودار (۶). ضرایب تخمین استاندارد تحلیل عاملی مرتبه دوم

جدول (۵). شاخص‌های برازش تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم

نتیجه	مقدار مطلوب	شاخص برازش
۱/۵۵۴	$< 3/00$	χ^2/df
۰/۹۴	$> 0/90$	GFI (goodness of fit index)
۰/۰۳۸	$< 0/08$	RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)
۰/۰۲۶	$< 0/05$	RMR (root mean square residual)
۰/۹۷	$> 0/90$	NFI (Normed Fit Index)
۰/۹۹	$> 0/90$	NNFI (Non-Normed Fit Index)
۰/۹۹	$> 0/90$	CFI (Comparative Fit Index)

به منظور سهولت در تفسیر نتایج حاصل از تحلیل عاملی مرتبه دوم عوامل و مولفه های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران؛ پارامترهای برآورد شده در این دو نمودار در جدول (۶) خلاصه شده است.

جدول (۶). نتایج حاصل از تحلیل عاملی مرتبه دوم

ابعاد	عدد معنی داری (t-value)	ضریب مسیر (β)	رتبه	مجذور همبستگی چندگانه (R^2)	واریانس خطا (error var)
مدیریت شبکه	۱۱/۵۳	۰/۷۵	۲	۰/۵۷	۰/۴۳
مدیریت سیستم ها	۱۲/۶۶	۰/۷۸	۱	۰/۶۱	۰/۳۹
مدیریت منابع انسانی	۹/۵۶	۰/۶۲	۳	۰/۳۹	۰/۶۱
مدیریت امنیت	۷/۹۰	۰/۵۱	۴	۰/۲۶	۰/۷۴

مطابق با جدول؛ تفسیر نتایج حاصل از ارزیابی تحلیل عاملی مرتبه دوم عوامل و مولفه های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران نتي به شرح زیر است:

سطح معنی داری بین متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت شبکه برابر (۱۱/۵۳) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت شبکه در سطح اطمینان (۰/۹۹) معنی دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۵۷) است و گویای این مطلب است که بُعد مدیریت شبکه (۰/۵۷) از تغییرات متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را تبیین می کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۷۵) است و میزان اثرگذاری بعد مدیریت شبکه بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را نشان می دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد مدیریت شبکه از لحاظ اثرگذاری بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران در رتبه دوم قرار دارد.

سطح معنی داری بین متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت سیستم ها برابر (۱۲/۶۶) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت سیستم ها در سطح اطمینان (۰/۹۹) معنی دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۶۱) است و گویای این مطلب است که بُعد مدیریت سیستم ها (۰/۶۱) از تغییرات متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را تبیین می کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۷۸) است و میزان اثرگذاری بعد مدیریت سیستم ها بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را نشان می دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد مدیریت سیستم ها از لحاظ اثرگذاری بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران، در رتبه اول قرار دارد.

سطح معنی داری بین متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت منابع انسانی برابر (۹/۵۶) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت منابع انسانی در سطح اطمینان (۰/۹۹) معنی دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۳۹) است و گویای این مطلب است که بُعد مدیریت منابع انسانی (۰/۳۹) از تغییرات متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را تبیین می کند. همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۶۲) است و میزان اثرگذاری بعد مدیریت منابع انسانی بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را نشان می دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد مدیریت منابع انسانی از لحاظ اثرگذاری بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران، در رتبه سوم قرار دارد.

سطح معنی داری بین متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت امنیت برابر (۷/۹۰) می باشد که بزرگتر از مقدار (۱/۹۶) است و نشان دهنده این است که ارتباط میان متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران و بُعد مدیریت امنیت در سطح اطمینان (۰/۹۹) معنی دار است. مجذور همبستگی چندگانه این مسیر برابر (۰/۲۶) است و گویای این مطلب است که بُعد مدیریت امنیت (۰/۲۶) از تغییرات متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را تبیین می کند.

همچنین ضریب مسیر مابین این دو متغیر برابر (۰/۵۱) است و میزان اثرگذاری بعد مدیریت امنیت بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران را نشان می‌دهد و با مقایسه با ضرایب مسیر سایر ابعاد، بعد مدیریت امنیت از لحاظ اثرگذاری بر متغیر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران، در رتبه چهارم قرار دارد.

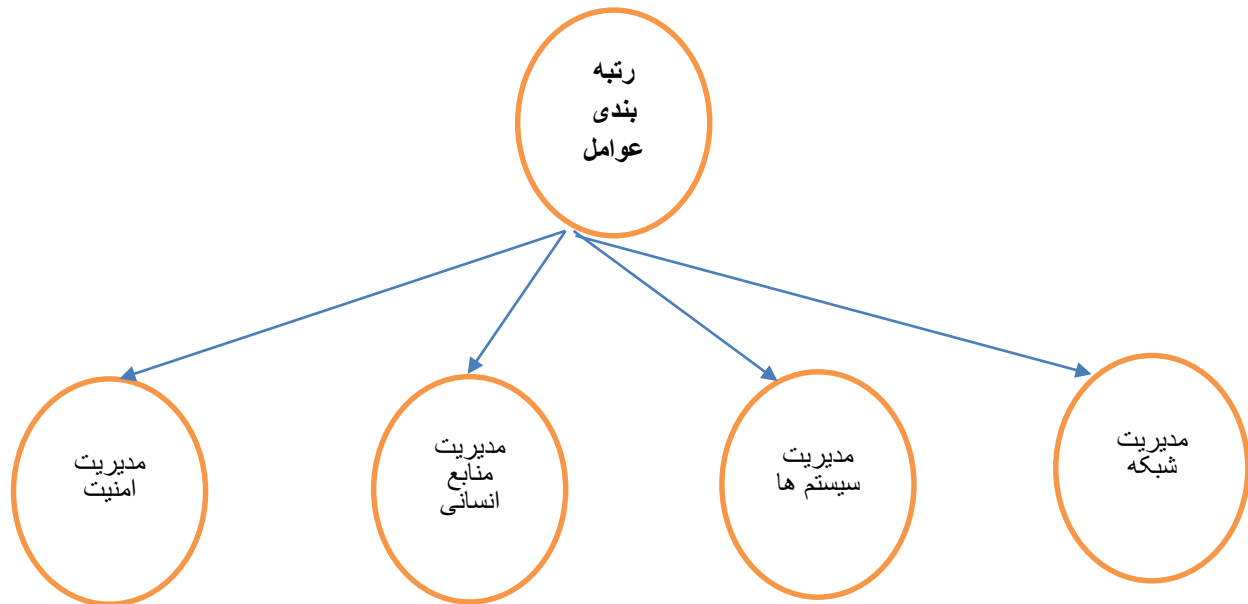
پایایی ترکیبی سازه عوامل و مولفه های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران نیز با توجه به فرمول محاسبه پایایی ترکیبی به شرح زیر مقدار (۰/۷۷) به دست آمد و باتوجه به این که پایایی به دست آمده بیش از (۰/۶) است، سازه عوامل و مولفه های موثر بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

$$P_c = (0.75 + 0.78 + 0.62 + 0.51)^2 \div [(0.75 + 0.78 + 0.62 + 0.51)^2 + (0.43 + 0.39 + 0.61 + 0.74)] = 0.77$$

رتبه بندی عوامل با تکنیک AHP

در این قسمت به رتبه بندی عوامل مؤثر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران با استفاده از تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی می پردازیم. این تکنیک از مفهومی بنام ماتریس مقایسات زوجی استفاده می نمایند که مبتنی بر خبرگی می باشد. در این تکنیک براساس وزن بدست آمده برای شاخص، آنها را رتبه بندی می کنیم. مراحل اجرای تکنیک AHP به صورت ذیل می باشد:

براساس بررسی های فرا تحلیلی در خصوص عوامل مؤثر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران بیانگر این واقعیت است که چهار دسته از این عوامل مورد تأکید بوده است که عبارتند از: مدیریت شبکه (C1)، مدیریت سیستم ها (C2)، مدیریت منابع انسانی (C3) و مدیریت امنیت (C4). درخت تصمیم این مساله به صورت ذیل می باشد:



نمودار ۷. رتبه بندی عوامل مؤثر

ابتدا براساس پرسشنامه شماره ۲ مقایسات زوجی بین این عوامل صورت گرفته است. این پرسش نامه بین ۱۵ نفر از خبره ها توزیع شده است که نظرات آن ها در قالب ۱۵ ماتریس ذیل ارائه شده است.

جدول (۷). ماتریس وزن عوامل

وزن عوامل	مدیریت امنیت	مدیریت منابع انسانی	مدیریت سیستم ها	مدیریت شبکه	
0.320928	0.157385	0.344143	0.446288	0.335894	مدیریت شبکه
0.346753	0.380952	0.433729	0.326552	0.245776	مدیریت سیستم ها
0.196952	0.340597	0.163878	0.123382	0.15995	مدیریت منابع انسانی
0.135368	0.121065	0.05825	0.103777	0.25838	مدیریت امنیت

در گام آخر براساس وزن های بدست آمده برای عوامل ان ها را رتبه بندی می نمایم که به صورت ذیل نشان داده می شود.

جدول (۸). وزن و رتبه بندی عوامل

رتبه بندی	وزن	
2	0.320928	مدیریت شبکه
1	0.346753	مدیریت سیستم ها
3	0.196952	مدیریت منابع انسانی
4	0.135368	مدیریت امنیت

براساس نتایج بدست آمده مدیریت سیستم ها رتبه اول، مدیریت شبکه رتبه دوم، مدیریت منابع انسانی رتبه سوم و مدیریت امنیت رتبه چهارم رو بدست آورده است.

همان طور همان که در نمودار ذیل مشاهده می شود مدیریت سیستم ها به خاطر وزن بیشتر رتبه اول را بدست آورده و مدیریت شبکه مدیریت شبکه براساس وزنی که افراد و خبرگان به ان داده اند در جایگاه دوم قرار گرفته است و مدیریت منابع انسانی در جایگاه سوم و مدیریت امنیت در جایگاه چهارم قرار گرفته است.

- پیشنهادها و راهکارها

در مجموع به منظور عملی کردن نتایج و یافته‌های بدست آمده از مطالعه حاضر پیشنهادها و راهکارهای ذیل از قالب نتایج و یافته‌های تحقیق، ارائه می‌گردد:

۱- با توجه به نتایج و یافته‌های فرضیه اول پژوهش مبنی بر تأثیر مدیریت شبکه بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران به عنوان بزرگترین بانک کشور که همزمان بخش قابل توجهی از بدنه اقتصادی دولت را تشکیل می‌دهد، می‌بایست فرصت‌های همسو با سیاست‌های کلان اقتصادی کشور اعم از توسعه تبادلات مالی بین‌المللی و کسب سرمایه خارجی و همچنین توسعه اقتصاد مقاومتی و رونق اقتصاد داخلی را در کوتاه‌ترین زمان ممکن، شناسائی و راهبردهای کسب آنها را اتخاذ نماید. بدین منظور به مسئولین و دست‌اندرکاران موارد ذیل پیشنهاد می‌گردد:

ارتباط با شبکه‌های بانکداری بین‌المللی به منظور تسهیل تعاملات مالی

تطابق با استانداردهای بانکداری در دنیا

تقویت زیرساخت‌های بانکداری الکترونیک و انجام اتوماسیون جامع

رشد فناوری پایه و ایجاد هوشمندی به منظور حضور موثر در زیست بوم‌های آتی

کوچک سازی بدنه پر هزینه و کم اقبال فیزیکی و گسترش شعب مجازی

اطمینان از پایداری و قابلیت اعتماد در خدمات بانکداری

ارائه خدمات ارزش افزوده به مشتری

کاهش دستوالعمل‌ها و روش‌های دست و پاگیر جهت تسهیل امور مشتری

مدیریت روابط با مشتری

شایسته محوری

توسعه بانکداری کارمزد محور

مدیریت ریسک موثر و شفاف سازی در جهت حراست از سرمایه داخلی و جذب سرمایه خارجی

۲- با توجه به نتایج و یافته‌های فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تأثیر مدیریت سیستم‌ها بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران، به مسئولین و دست‌اندرکاران موارد ذیل پیشنهاد می‌گردد:

- رفع تحریم‌ها و حذف محدودیت‌های مبادلات مالی، نظام بانکی کشور با تحولات بزرگی مواجه شده است. در این مسیر بانک‌ها بایستی با استفاده از فناوری‌های نوین در بانکداری الکترونیک توان پاسخگویی مناسب را با شرایط پساتحریم داشته باشند. در این میان به نظر می‌رسد بانکداری الکترونیک بایستی با توجه به مولفه‌هایی همچون زیرساخت و ابزارهای نوین پرداخت در این مسیر گام برداشته و متناسب با تغییرات آتی حرکت نماید.

- از جمله حوزه‌های اصلی که به آن اشاره گردید حوزه پرداخت می‌باشد. در این ارتباط بانک ملی بایستی با برخورداری از برنامه‌ای جامع و منسجم در مسیر ارتقای زیرساخت‌های پرداخت همچون سرویس‌های مبتنی بر کارت گام بردارد. امکان اتصال مبادلات از طریق شبکه بین

الملل از دیگر مباحثی می باشد که در دوران پساتحریم با موج جدیدی از فعالیت ها مواجه شده و بایستی مورد توجه قرار گیرد. در این میان مدیریت تراکنش های بین بانکی و تبادلات الکترونیکی از دیگر آیتم های مدنظر می باشد که در کنار استفاده از ابزارهای نوین پرداخت الکترونیک همچون کیف پول الکترونیکی اهمیت آن را دوچندان نماید.

- از دیگر حوزه های قابل توجه در بانک ملی حوزه ارزی می باشد که بایستی شیوه مناسب جهت توسعه آن و یکپارچه سازی آن با سیستم ریالی در نظر گرفته شود و به تمهیدات لازم همچون پایش مبادلات مذکور توجه ویژه شود. در این راستا بانک ملی با توسعه زیرسیستم های ارزی و ارائه سرویس های مبتنی بر آن می تواند به سرعت بخشیدن مبادلات تجاری کمک نماید. باید دانست که مسلماً با رفع تحریم ها انتقال عملیات و خدمات بین الملل به سمت نظام بانکداری حرکت خواهد نمود و ریسک هایی همچون تاخیر در حوالجات ارزی که تاثیر بسزایی را برای بانک برجا خواهد گذاشت، مدیریت نماید. در این میان بهره مندی از استانداردهای روز دنیا همچون IFRS و ایجاد زیرساخت های تکنولوژی آن می تواند سرعت رسیدن به این هدف را افزایش دهد.

۳- با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه سوم مبنی بر تأثیر مدیریت منابع انسانی بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران؛ نکات ذیل پیشنهاد می گردد:

- ایجاد نگرش کلان در میان تصمیم گیران، برنامه ریزان، سیاستگذاران و دست اندرکاران این فعالیت و پرهیز از هرگونه مدیریت جزیره ای با اولویت حفظ منافع ملی در درازمدت؛

- متأسفانه یکی از مشکلات اساسی در نظام بانکداری کشور عقب ماندگی آن در ارائه خدمات به مشتریان است که یکی از دلایل اصلی آن رویکرد بانکداری سنتی در ایران است. امروزه در برابر تقاضاهای متنوع مشتریان ارائه سرویس های مناسب مورد نیاز است. انجام مراودات اقتصادی در فضایی خالی از زمان و مکان یعنی فراهم آوردن بستر بهره مندی از خدمات در هر موقعیت مکانی و در هر ساعت از شبانه روز بواسطه دسترسی به اینترنت یا سایر ابزارهای الکترونیک به یکی از مطالبات مردم تبدیل شده است.

- کاستن از وظایف اجرای بخشهای ستادی و هدایت آنها به سوی امور کارشناسی، نظارت و برنامه ریزی همگانی: وقتی که نظام بانکداری اینترنتی، گسترده می شود و تخصص های مختلف در آن شکل می گیرند، یک مدیر نمی تواند قدرت هماهنگی و فرماندهی در همه زمینه ها و بدون کمک های جنبی و تخصصی افراد دیگر را داشته باشد.

- ایجاد تعهد به ارایه خدمت در تمام سطوح سازمان: نباید فقط مدیران، متعهد به ارایه خدمات خوب به مشتریان باشد یا فقط کارمندان متعهد به این امر شوند؛ بلکه باید همه افراد سازمان در این کار مشارکت داشته باشند. بدون حمایت مالی و مدیریتی، افرادی که خدمت ارائه می دهند؛ علی رغم کوشش بسیار، نمی توان، مشتریان را راضی نگهداشت. رفتار نامناسب یک کارمند بانک، ممکن است اثر تلاش های افراد دیگر را خنثی کند. تعهد ارائه خدمات به مشتریان باید واقعی باشد، نه در حد یک شعار یا وسیله ای برای تبلیغات.

۴- با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون فرضیه چهارم دال بر تأثیر مدیریت امنیت بر تدوین استراتژی بانکداری الکترونیک در بانک ملی ایران به مسئولان؛ نکات ذیل پیشنهاد می گردد:

- تدوین قوانین و دستورالعمل های اجرایی شفاف در زمینه مدیریت امنیت بانکداری الکترونیک؛

- توجه کافی و سریع به ایجاد ساختارهای مخابراتی و امنیتی در شبکه های اینترنتی کشور و توسعه آنها؛

- بومی کردن فرهنگ و ابزارهای مورد نیاز استقرار این پدیده ها: با توجه به اینکه این قبیل تکنولوژی جزء تکنولوژی های وارداتی می باشد؛ لازم است تا برنامه های مورد نیاز جهت بومی سازی آن، تهیه و اجرا گردد تا بتوان از مضرات یک پدیده غیرمتجانس با سایر بخش های جامعه پیشگیری نمود.

فهرست منابع

[۱] جلالی فراهانی؛ علیرضا (۱۳۸۸)، خدمات دولتی و ارتباطات الکترونیکی. ماهنامه آموزشی، پژوهشی اطلاع‌رسانی، سال دوم، شماره ۱۸.

[۲] صناعی، علی و محمد علی رضوانی (۱۳۸۹)، تجارت الکترونیکی و دولت الکترونیکی؛ درس‌هایی از تجربه ژاپن و چند کشور در حال توسعه برای ایران، پژوهشنامه بازرگانی.

[۳] روستا، احمد، ونوس، دارو و ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۹۳)، مدیریت بازاریابی. تهران: سمت.

[۴] سهرابی، شهلا. “تفکر نظام‌مند (استراتژیک) (۱۳۹۰): زنجیره پیوسته‌ای از دیدگاه‌ها، تفکرات و مفاهیم”، پایگاه مقالات علمی مدیریت.

[۵] علی احمدی، علیرضا، تاج‌الدین، ایرج، فتح‌الله، مهدی (۱۳۹۰)؛ نگرشی جامع بر مدیریت استراتژیک، چاپ شانزدهم، تهران، انتشارات تولید دانش.

[۶] Bani, A, A.S. (2015). An assessment of the impact of the fit among computer self-efficacy, task characteristics and systems characteristics on performance and information systems utilization. [Electronic version]. (Doctoral dissertation, The George Washington University, 2015). AAT 3156334.

[۷] Cazier, J. A., Benjamin, B. S., & Robert, D. S. (2016). E-business differentiation through value-based trust. *Journal of Information & Management*, pp718–727.

[۸] Curran, J.M., & Meuter, M.L. (2015). Self-service technology adoption: comparing three technologies. [Electronic version]. *The Journal of Services Marketing*, 19(2), 103- 114.

[۹] Davis, F.D. (2015). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. [Electronic version]. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-341.

[۱۰] Essinger, James, (2016) “The Virtual Banking Revolution”, The Customer, the Bank and the Future, International Thomson Business Press, London.