

۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران

بررسی تاثیر فن آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر ساختار کالبدی شعب بانکها

The effect of ICT on the physical structure of bank branches

فاطمه خدادادی آق قلعه^۱، محمد رضا اکبریان^۲

۱ مربی، دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه سوره، تهران

Fatem_khodadadi@yahoo.com

۲ هیئت علمی دانشکده معماری و شهرسازی، دانشگاه سوره، تهران

akbarian_m_r@yahoo.com

چکیده

توسعه شگفت‌انگیز فن آوری اطلاعات و ارتباطات، جهان و به تبع آن دنیای بانکداری را به سرعت دگرگون ساخته است. براین اساس، نقش فن آوری اطلاعات و ارتباطات بر معماری داخلی شعب بانکها مورد بررسی قرار گرفته است. هدف اصلی مقاله "بررسی تاثیر فن آوری اطلاعات و ارتباطات بر ساختار کالبدی شعب بانکها" بوده به منظور تعیین تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ویژگی‌های کالبدی شعب بانکها: ابتدا با بررسی گسترده مبانی نظری، شبکه منطقی تاثیر فناوری بر هریک از ویژگی‌های کالبدی تدوین شد. سپس فرضیه‌های تحقیق با توجه به روابط اجزای اصلی شبکه شکل گرفت. در نهایت، برای تأیید فرضیه‌ها از روش آماری آزمون و آنالیز واریانس و آزمون دانکن استفاده شد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که فناوری اطلاعات و ارتباطات منجر به ظهور بانکداری الکترونیک گردیده و باعث کاهش تعداد شعب بانکها و تحول در فضای معماری شعب بانکها در آینده نزدیک خواهد شد و این تغییر موجب تغییر رویکرد در نوع نگاه به طراحی و معماری داخلی مربوط به شعب بانکها می‌گردد.

کلمات کلیدی

فناوری اطلاعات، ویژگی‌های کالبدی، شعب بانک، بانکداری الکترونیک، معماری داخلی.

۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران

۱- مقدمه

آرامش محیط شعبه. سیر تحول معماری خارجی و داخلی بانکها و روند شکل گیری فضای فیزیکی و عملکردی بانکها، تحت تأثیر مستقیم شرایط محیطی- اجتماعی و اقتصادی در دوران های مختلف است. لذا با کمرنگ تر شدن موانع فیزیکی و حفاظتی، عرصه معماری داخل شعب برای رشد ارتباط جدید بانکها و مشتریان، مستعد دریافت و جذب کاربردهای نوین و فعالیت های جدید اقتصادی است. لازمه جذب سرمایه ها، جلب اعتماد و بهترین و ساده ترین روش جلب اعتماد، برخورد مستقیم انسانی و ارائه مشاوره های حضوری در محیطی مناسب و خوشایند است. در نتیجه شکل گیری فضای داخلی شعب بانکها با عنایت به موارد پیش گفته و توجه به شاخصه های روان شناختی «انسان اجتماعی» به سمت فضایی است، صمیمی، گرم و خوشایند که طبیعتاً با فضایی که قبلاً از بانکها می شناختیم، متفاوت خواهد بود.

بنابراین در طراحی فضای شعب بانکها، عملکرد و فضا در توازن و همخوانی با یکدیگر به کالبد شکل می دهند. اهداف کالبدی در برگیرنده اصولی است که با استفاده از کالبد یا فیزیک مادی تأثیرات حسی مشخصی را در ذهن انسان موجب گردید، یعنی تبلور مفاهیم ذهنی از جهان مادی. فضا از خطوط، سطوح و احجامی شکل می گیرد که ضمن ایجاد جذابیت، در خدمت مقاصد و اهداف روانشناسی محیطی بانک قرار گیرد. مشخصات بصری کالبدی مانند فرم، ابعاد و تناسبات، رنگ، نور، جنس و بافت با ترکیبات و حالت های مختلف خود حس و معنی خاصی را در ذهن بیننده تداعی می کنند. پژوهش حاضر با برداشتن گام های نخستین در این راه، سعی در ایجاد راهی و گشایش مسیری در جهت مطالعه هرچه بیشتر و پرداخت هر چه سریع تر به این مقوله مهم دارد. نوشتار حاضر با هدف اصلی بررسی تأثیر فن آوری اطلاعات و ارتباطات بر ساختار کالبدی شعب بانکها صورت گرفته است.

با بررسی متون و پژوهش های پیشین و مطالعات در این حوزه، سؤالاتی برای این پژوهش در نظر گرفته شد که به شرح ذیل می باشد؛ آیا استفاده هرچه بیشتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات بر روی گسترش بانکداری الکترونیک تأثیرات عمده ای می گذارد؟

آیا استفاده از بانکداری الکترونیک بر روی کاهش شعب بانکها تأثیرات عمده ای می گذارد؟

آیا بانکداری الکترونیک بر ساختار کالبدی شعب بانکها تأثیر به سزایی دارد؟

فرضیه اول: بین میزان استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و گسترش بانکداری الکترونیک رابطه معنی داری وجود دارد.

از ویژگی های قرن حاضر، توسعه اعجاب آور تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات و بکارگیری آن جهت افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات می باشد ضمن این که بخش خدمات در حدود ۲۰ درصد کل تجارت جهانی را تشکیل می دهد و در طی ۱۵ سال گذشته، مانند تجارت کالا از رشد سریع ۸/۵ درصدی برخوردار بوده است (آنتاد ۲۰۰۱، ص ۱۵۴). این پیشرفت، بانکداری را نیز تحت تأثیر شدید خود قرار داده و باعث تغییرات عمده ای در این صنعت گردیده است. سرعت توسعه صنعت انفورماتیک باعث ایجاد تغییرات عمده ای در شکل پول و سیستم های انتقال منابع در عرصه بانکداری گردیده و مفاهیم جدیدی از بانکداری تحت عنوان بانکداری الکترونیک ظهور یافته است (حسن زاده و پورفرد، ۱۳۸۲، ص ۷). طراحی مدرن شعب، راهبرد جدید مدیران بانکها نیست؛ که یک ضرورت است؛ ضرورتی که مسبب آن رشد بانکداری الکترونیک است. در طراحی شعب مدرن، نیازها و انتظارات مشتری باید مورد توجه قرار گیرد و طراحی به گونه ای باشد که شخصیت بانک و جامعه ای را که به آن سرویس می دهد، بازتاباند. امروزه در طراحی شعب بانک، سه گرایش اصلی در نظر گرفته می شود: مقرون به صرفه بودن؛ از نظر محیطی، دوستانه بودن؛ برند محور بودن. با توجه به رواج بانکداری الکترونیک و توسعه خودپردازها و کارت خوانها، مشتریان ترجیح می دهند تراکنش های بانکی خود را خارج از محیط بانک انجام دهند. مشتریانی که به شعبه مراجعه می کنند، نیازهایی فراتر از مشتریان عادی دارند. بیشتر نیاز این مشتریان را خدمات مشاوره ای، امور پیچیده بانکی و دریافت اعتبارات و تسهیلات تشکیل می دهد؛ لذا آرایش شعبه باید به گونه ای باشد که این مشتریان بتوانند در محیطی آرام و دوستانه با رعایت خصوصی بودن محل گفت و گو، مسائل خود را مطرح و مشاوره لازم را دریافت کنند. آمارها نشان می دهد که بیش از ۸۰ درصد فروش محصولات بانکی، در داخل شعبه انجام می شود؛ در نتیجه بانکها شعب خود را باید به نحوی آرایش دهند که به عنوان یک مرکز راهبردی برای ارائه خدمات بانکداری فعالیت کنند.

آرایش شعب مدرن و هوشمند تنها شامل داخل شعبه نمی شود؛ بلکه بیرون شعبه نیز باید به نحوی آرایش شود تا بتواند مشتریان را در ورود به شعبه ترغیب کند. این محیطها باید به گونه ای باشند که نشانگر شخصیت بانک و محیطی باشد که به آن خدمات رسانی می کنند. به طور کل، محیط داخل و بیرون شعبه باید به صورتی باشند که سه خواسته اصلی مشتریان امروزی را برآورده سازند. این سه خواسته عبارتند از: سهولت انجام کار، خدمت رسانی مناسب و

۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران

آنکه سهولت استفاده تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر این تصمیم داشت. همچنین ارتباط مستقیمی میان خودباوری و تصمیم به استفاده از بانکداری همراه و تأثیر مثبتی میان اعتبار ارائه شده توسط بانکداری همراه بر تصمیم به استفاده از بانکداری همراه ملاحظه گردید. محققان اظهار داشتند که به علت هزینه های زیادی که برای سیستم های بانکداری از طریق تلفن همراه انجام می شود، بسیار مهم است که از پذیرش آن توسط مشتریان به عنوان یک روش جدید بانکداری، اطمینان حاصل کنیم.

شکرگزار در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی امکان سنجی بانکداری الکترونیک در بانکها"، با طرح این موضوع که کشور ما از نظر شاخص سهولت و دسترسی به تجارت الکترونیک در میان ۶۰ کشور جهان در رتبه ۵۸ قرار دارد، امکان سنجی بانکداری الکترونیک براساس عوامل اقتصادی، فنی و نیروی انسانی را مورد بررسی قرار داده است. برای بررسی متغیر فنی، فاکتورهایی مانند: امکان استقرار در بانکها، امکان نرم افزاری و سخت افزاری، امکان ایجاد امنیت کافی، امکان بالا بردن سرعت و ... برای بررسی متغیر اقتصادی، فاکتورهایی مانند: هزینه بدست آوردن نرم افزارها، کاهش هزینه خدمات به مشتریان، میزان بودجه های بلندمدت برای خرید یا تولید نرم افزار و ... برای بررسی متغیر نیروی انسانی، فاکتورهایی مانند: نیروی متخصص که توانایی طراحی، تحریر و تحلیل، پیاده سازی و ... را داشته باشد، پشتیبانی مدیریت ارشد را در نظر گرفته است (شکرگزار، ۱۳۸۲).

۱-۲- ضرورت و اهداف پژوهش

بررسی تأثیرات فناوری اطلاعات و ارتباطات از دور این مقوله جدید و مهم در عرصه بانکداری و فضای کالبدی شعب بانکها و دغدغه های کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. از آن جا که بررسی متون و مقالات کشورهای توسعه یافته نشان می دهد که یکی از مسائل مهم در سیاست گذاری شهری و برنامه ریزی شهری می باشد. بی گمان و به جرأت می توان گفت که موضوع پژوهش حاضر از جمله مسائلی است که تاکنون بدین شکل در کشور ایران مورد توجه قرار نگرفته و مهجور مانده است. بنابراین لزوم بررسی هر چه سریع تر و عمیق تر این موضوع در کشور ما امری ضروری می نماید.

۲- مفاهیم و چارچوب موضوعی تحقیق:

شهروند الکترونیک کسی است که از حداقل دانش لازم درباره مفاهیم پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات برخوردار است (سرافرازی و معمارزاده، ۱۳۸۶، ۸). تمام کسانی که می خواهند در عصر حکمرانی

فرضیه دوم: بین میزان استفاده از بانکداری الکترونیک و کاهش تعداد شعب بانکها رابطه معنی داری وجود دارد.
فرضیه سوم: میزان تاثیرگذاری فناوری اطلاعات و ارتباطات بر هریک از ویژگی های ساختار کالبدی شعب بانکها یکسان است.

۱-۱- پیشینه تحقیق

آمارها بیانگر رشد روز افزون و چشمگیر بانکداری الکترونیک در جهان است، و فراگیری این تکنولوژی موجب تحول در ساختار کالبدی شعب بانکها و فراگیر شدن فناوری های مرتبط، و تدوین استانداردها در سطح بین المللی شده است (توسلی شکیب، ۱۳۷۹، ص ۹۷). از سوی دیگر مزایای بانکداری الکترونیک در ارایه خدمات بهتر به مشتریان و بهبود شاخص های بهره وری در بانکها توجه محققین زیادی را در جهان به خود معطوف کرده است. برخی از جدیدترین مطالعات خارج و داخل به شرح زیر است:

در مطالعه ای که به منظور سنجش تاثیرات کالبدی شعب بانکها توسط برخی اساتید دانشگاه چند رسانه ای (مولتی مدیا) مالزی انجام شده است، توسعه تکنولوژی های ارتباطی و مخابراتی عامل جهش و تغییر عمده در بخش طراحی داخلی شعب بانکی مالزی معرفی شده است. نتیجه این تغییر استفاده گسترده از خدمات نوین بانکی است. این تغییرات موجب دگرگونی عمده در ساختار کالبد شعب بانکی شده است. در بین تغییرات گفته شده، بیشترین دگرگونی در مساحت فضا، تعداد پرسنل بوده است. برطبق مطالعات این محققان، بانکداری اینترنتی هنوز در مالزی ایجاد نشده است، اما به نظر می رسد دولت در پی ایجاد شرایط پیاده سازی آن است (کریشان گرو و دیگران، ۲۰۰۴).

تنی چند از اساتید دانشگاه دبی در بررسی بانکداری اینترنتی به مقایسه سیستم بانکی اردن و ایالات متحده آمریکا پرداخته اند و تفاوت عمده بین کاربردهای شبکه های بانکی اردن و آمریکا را مشخص نموده اند. این مطالعه تفاوت بین سیستم بانکی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خوبی نشان می دهد. یافته های این تحقیق تفاوت این دو سیستم را به نحوه ارائه خدمات متفاوت در وب سایت آنها مربوط می داند. که سبب کاهش مراجعه حضوری به شعب بانکها را اعلام می دارد. بانکهای آمریکا در وب سایت های خود علاوه بر امکان ارائه خدمات بانکی، شرایط سرمایه گذاری، خرید سهام، پرداخت صورتحساب محاسبات مالی و ... را فراهم آورده اند. در حالی که در بانکهای اردن ضعف های بسیار عمده در این خصوص دیده می شود (ایوانس و دیگران، ۲۰۰۴).

۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران

از این رو باتوجه به اظهارنظر و تایید اساتید برای تعیین تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر فضا، مهم‌ترین ملاک بررسی تاثیر فناوری اطلاعات بر سه ویژگی آن است. در نهایت پرسش‌های تحقیق بر این اساس طراحی و تدوین شد. پرسش‌های تحقیق برای تجهیزات و مبلمان فضا، مواد و مصالح به همین ترتیب تدوین شد. به منظور کسب پایایی پرسش‌نامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. بدین صورت که در ابتدا ۳۰ پرسشنامه بین پرسش‌شوندگان توزیع و جمع‌آوری شد، سپس به کمک نرم افزار SPSS، آلفای کرونباخ ۰/۷۳/۸۰ درصد محاسبه شد. درصد به دست آمده بیان‌گر این مطلب است که سوالات همسویی داشته و به عبارت دیگر پرسش‌نامه از پایایی و قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است.

۳-۱- جامعه آماری

جامعه آماری در این تحقیق شامل مدیران، سرپرستان، مولفین کتاب، اعضا هیئت علمی دانشگاه، دانشجویان دوره دکتری و محققان بخش فاوا است، که آشنایی کافی با موضوع تحقیق (تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ساختار کالبدی شعب بانکها) دارند. در این پژوهش با توجه به این که داده‌ها کیفی هستند برای محاسبه حجم نمونه از فرمول‌هایی که برای داده‌های کیفی مناسب است، استفاده می‌شود. به این ترتیب اندازه نمونه را تحت تاثیر نسبت موفقیت (p) تعریف می‌کنیم و هم چنین با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری فرمول محاسبه حجم نمونه عبارت است از:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p_0(1-p_0)}{\epsilon^2} \quad n = \frac{(1/96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96/0.4$$

با توجه به این که حداقل ۹۷ پرسش‌نامه قابل استفاده لازم بود و ممکن بود تعدادی از پرسش‌نامه‌ها قابل برگشت نباشند و یا غیرقابل استفاده باشند، ۱۳۰ پرسش‌نامه توزیع شد. به منظور اطمینان بیشتر تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه از ۱۰۸ پرسش‌نامه برگشتی قابل استفاده، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.



نمودار یک: مدل تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ساختار کالبدی شعب بانکها

اطلاعات زندگی موفق داشته باشند نیازمند، فراگیری مهارت‌های لازم در فناوری اطلاعات هستند (سرافازی و معمارزاده، ۱۳۸۶) امروزه در بسیاری از کشورهای پیشرفته جهان، با توجه به اغلب شهروندان در حال تبدیل به شهروندان الکترونیکی هستند و در کشور ما نیز چند سال دیگر شهروندان مجبورند شهروند الکترونیکی باشند. بنابراین تحقق بانکداری الکترونیک، نیازمند برخورداری شهروندان الکترونیک، است (قدیری و لکی شیرازی، ۱۳۸۶، ۵). سرعت و دقت بالاتر و کاهش هزینه‌های سربار باعث گسترش بانکداری الکترونیک شده است. اینترنت بعنوان یکی از مهم‌ترین فاکتورهای رشد بانکداری الکترونیک، در حال گسترش و نفوذ در زندگی مردم عادی است. برخی از کارکردهای مهم بانکداری مجازی که بر روی آنها تاکید بسیاری شده است عبارتند از: دسترسی به شعب‌های بانک در نقاط مختلف جغرافیایی، دسترسی بدون محدودیت زمانی و حتی در روزهای تعطیل به برخی از خدمات بانک، افزایش سرعت روند عملیات بانکی، عدم نیاز به ساخت و ساز بانک‌هایی با فضای بزرگ‌تر، جهت ارائه خدمت به مشتریان، امنیت که مهم‌ترین مزیت بانکداری الکترونیک محسوب می‌شود، صرفه‌جویی در وقت مشتریان و کارکنان بانک، عدم نیاز به حضور فیزیکی مشتری در بانک، کاهش حرکات جمعیت در شهر واقعی و کم شدن مشکلات آلودگی هوا و ترافیک شهری، صرفه‌جویی در وقت و هزینه، ارائه خدمات بانکی از طریق فضای مجازی، ارتباط وسیع و تعامل نهادها و سازمان‌ها با شهروندان، ارائه موثرتر و بهینه‌تر اطلاعات به مراجعین است (عاملی، ۱۳۸۴).

۳- روش تحقیق

این پژوهش یک تحقیق توصیفی، پیمایشی است که مبتنی بر تحقیقات میدانی و کتابخانه‌ای (از نظر روش گردآوری اطلاعات) است. از آنجا که ابزار تحقیق تابع روش تحقیق است، لذا اطلاعات مورد نیاز در این پژوهش از طریق تهیه اسناد و مدارک مکتوب، مشاهده و مصاحبه صورت می‌گیرد، روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق آمیزه‌ای از روش‌های تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی است. در روش کتابخانه‌ای از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، ادبیات موضوع و پیشینه تحقیق و نیز چارچوبی مناسب برای موضوع فراهم شد. در روش میدانی، از طریق مشاهده عینی، داده‌های مورد نیاز برای تایید و یا رد فرضیه‌های تحقیق گردآوری شد. در این تحقیق، روایی پرسش‌نامه، با تدوین پرسش‌ها بر اساس مبانی نظری تحقیق و با اظهار نظر و تایید اساتید حاصل شده است. در واقع، با توجه به مبانی نظری، به اطلاعاتی مربوط اطلاق می‌شود که سه ویژگی، ابعاد و تناسبات، سلسله مراتب و سیرکولاسیون، شکل فضا را دارا باشد که در نمودار (۱) مشخص است.

نخستین کنفرانس ملی به سوی شهرسازی و معماری دانش بنیان

۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران

۴- تجزیه و تحلیل داده ها

همان طور که در جدول شماره سه نشان داده شده است، میزان فناوری اطلاعات بر هر یک از ویژگی‌های کیفی کالبدی شعب بانک‌ها، بر اساس آزمون دانکن در نه مجموعه همگن به ترتیب اولویت اول تا نهم، رتبه‌بندی شده است.

اولویت	میزان تاثیر	ویژگی‌های کیفی کالبدی شعب بانک‌ها	میانگین زیر مجموعه‌های همگن
اول	خیلی زیاد	فرم تجهیزات	۵/۸۲
دوم	خیلی زیاد	مواد و مصالح	۵/۶۵
سوم	زیاد	فرم عناصر معماری (کف، دیوار و سقف)	۴/۷۸
چهارم	زیاد	فرم نما	۴/۶۵
پنجم	زیاد	مساحت فضا	۴/۶۴
ششم	زیاد	سیرکولاسیون ارتباطی	۳/۸۶
هفتم	زیاد	سیرکولاسیون زیاد	۳/۶۶
هشتم	متوسط	ابعاد عناصر معماری (کف، دیوار و سقف)	۱/۸۴
نهم	متوسط	سیرکولاسیون خدماتی	۱/۴۲

جدول سه: اولویت‌بندی (تعیین میزان تاثیر) ویژگی‌های فرعی بر اساس آزمون دانکن

۵- نتیجه

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که فناوری اطلاعات و ارتباطات منجر به ظهور بانکداری الکترونیک گردیده و باعث کاهش تعداد شعب بانک‌ها و تحول در فضای معماری شعب بانک‌ها در آینده نزدیک خواهد شد و این تغییر موجب تغییر رویکرد در نوع نگاه به طراحی و معماری داخلی مربوط به شعب بانک‌ها می‌گردد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که استفاده از فناوری اطلاعات، تغییرات قابل توجهی در ساختار کالبدی شعب بانک‌ها ایجاد کرده است، به ویژه در فرم تجهیزات و مواد و مصالح عناصر معماری که به طور عمده از تغییر عملکرد و روند امور بانکی ناشی می‌شود. همچنین نتایج تحقیق بیانگر این موضوع است که با وجود مزایای بسیار فناوری اطلاعات برای معماری شعب بانک‌ها، ابعاد و تعداد فضاهای شعب کاهش پیدا می‌کند. بانکداری الکترونیک نیازمند توجه دوباره و باز تعریف کارکرد بانک‌ها برای ارائه خدمات الکترونیکی است. در دهه‌های گذشته به نظر می‌رسید بانک‌ها باید شکل سنتی خود را تغییر داده، به همین دلیل بسیاری از بانک‌های بزرگ اقدام به کاهش شعب خود کردند اما یک اتفاق جالب در مسیر بانکداری بی مکان جهانی روی داد و آن اینکه

فرضیه	فرض‌های آماری	روش‌های آماری	p-value	مقایسه	نتیجه
اول	نقص ادعا $H_0: \mu \leq 3$ ادعا $H_1: \mu > 3$	T-Test	۰	p-value < ۰.۵	در سطح اطمینان $H_0: 0.95$ رد می‌شود. پس فرضیه اول پذیرفته می‌شود.
دوم	نقص ادعا $H_0: \mu \leq 3$ ادعا $H_1: \mu > 3$	T-Test	۱	p-value > ۰.۵	در سطح اطمینان $H_0: 0.95$ تائید می‌شود. پس فرضیه دوم پذیرفته می‌شود.
سوم	نقص ادعا $H_0: \mu \leq 3$ ادعا $H_1: \mu > 3$	T-Test	۱	p-value > ۰.۵	در سطح اطمینان $H_0: 0.95$ تائید می‌شود. پس فرضیه دوم پذیرفته نمی‌شود.

جدول یک: تجزیه و تحلیل داده‌ها

میزان تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر ساختار کالبدی شعب بانک‌ها

حال که فرضیه سوم پذیرفته نمی‌شود به این نتیجه رسیدیم که فناوری اطلاعات بر هر یک از ویژگی‌های کیفی کالبدی شعب بانک‌ها به گونه‌ای متفاوت اثر می‌گذارد، بنابراین میزان این تاثیر را بر هر یک از ویژگی‌های کیفی با استفاده از آزمون دانکن مورد بررسی قرار می‌دهیم. رتبه‌بندی بر اساس آزمون دانکن برای ویژگی‌های اصلی جدول شماره دو، رتبه‌بندی (میزان تاثیر) را بر اساس آزمون دانکن به صورت مجموعه‌های همگن نشان می‌دهد.

اولویت	میزان تاثیر	ویژگی‌های کیفی کالبدی شعب بانک‌ها	میانگین زیر مجموعه‌های همگن
اول	زیاد	شکل فضا	۳/۶۶
دوم	متوسط	ابعاد و تناسب	۱/۶۹
سوم	کم	سیرکولاسیون	۰/۵۹

جدول دو: اولویت‌بندی (تعیین میزان تاثیر) ویژگی‌های اصلی بر

اساس آزمون دانکن

رتبه‌بندی بر اساس آزمون دانکن برای ویژگی‌های فرعی

نخستین کنفرانس ملی به سوی شهرسازی و معماری دانش بنیان



۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران



شعب بانک CITI BANK



شعب بانک FLAGSHIP



شعب بانک RBC



شعب بانک BBVA

نقش بانکها از صندوق نگهداری پول به مراکز ارائه خدمات متنوع از جمله بیمه، اوراق قرضه، سهام، مشاوره اقتصادی و خدمات الکترونیکی تبدیل شد. بنابراین پیش بینی می شود بتدریج فضای فیزیکی شعب بانکها برای انجام فعالیت‌های جدید آماده شود.

پیشنهادها

راهکارها می‌تواند زنده‌سازی و باز تعریف کارکرد شعب باشد چه در حوزه اقتصادی و چه فرهنگی و دیگر این که با توجه به کار آفرینی‌های نوین مثل شعب V.I.P یا محل‌هایی برای مشاوره اقتصادی که شکل جدیدی از فضای معماری را می‌طلبد و الزامی ندارد در مناطق تجاری شهرها قرار گیرد. راهکارهای پیشنهادی شامل موارد زیر می باشد:

تغییر دیدگاه معماری از ایجاد حس امنیت به کمک دیوار و حصار، بانکداری مجازی (شعب بانک ING)، کاهش تعداد پرسنل و نیروی کار انسانی، استفاده حداکثری از ماشین‌ها و کامپیوترها (مکان دریافت خدمات به صورت کاملا دیجیتالی)، دکوراسیون و معماری داخلی (طراحی مدرن شعب بانک BURGAN)، شعب چند منظوره خود خدمتی (SELF SERVICE) شعب رویال بانک (RBC)، پروژکسیون، مواجهه غیر حضوری با مشتری، استفاده از بانه‌های جدید، شعب هوشمند (شعب بانک CITI BANK)، برون افکنی (پروژکشن) از طریق نمایشگرهای هوشمند نصب شده روی دیوارها برای ارائه خدمات اطلاعاتی و خدمات بانکداری الکترونیک (شعب بانک FLAGSHIP)، شفافیت و سیالیت، استفاده از شکل‌های جدید مواجهه غیر حضوری با مشتری مانند ویدئو کنفرانس، تغییر شکل مواجهه با مشتری از طریق مشارکت بیشتر در دریافت خدمات (چرخش مانیتورها به سوی مشتری و استفاده از نرم افزارهای کاربرد پسنند (شعب بانک BBVA).

شعب بانک ING



شعب بانک BURGAN

۳، اردیبهشت ماه، ۱۳۹۶، تهران، ایران



مراجع

[۱۶] کهزادی، نوروز (تابستان ۱۳۸۰)؛ بانکداری الکترونیک؛ پیش نیازها، محدودیتها و روشهای پیاده سازی آن در ایران (قسمت اول)؛ پیک توسعه؛ شماره ۲۷.

[۱۷] کهزادی، نوروز (۱۳۸۲)؛ وضعیت بانکداری الکترونیک در ایران و جهان؛

[۱۸] کورایی، محمدمهدی. ۱۳۸۶. پایان نامه کارشناسی ارشد. عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک در میان مشتریان بانک پارسیان. دانشکده حسابداری و مدیریت. دانشگاه علامه طباطبایی.

[۱۹] وفایی قوشچی، صمد. ۱۳۸۸. پایان نامه کارشناسی ارشد. عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی بانک توسعه صادرات (بسط مدل پذیرش تکنولوژی). موسسه عالی بانکداری ایران.

[۲۰] ونوس، داور و میترا صفیایان. ۱۳۸۱. روش های کاربردی بازاریابی خدمات بانکی، برای بانک های ایرانی. تهران: نشر نگاه دانش.

[۲۱] Al-sabbagh, Imtiyaz (۲۰۰۴); Adoption and use of Internet Banking in the Sultanate of oman; An Exploratory study;

[۲۲] Awamleh, Raed; Evants, john; Mahate, Ashraf (۲۰۰۴); Internet Banking in Emergency Market (the case of jordan-ANote;

[۲۳] alachandher, Krishnan Guru; Santha, vaithilingam and other (۲۰۰۴); Electronic Banking in Malaysia: ANote on Evalution On Evaloution of services and consumer Reactions. www. Arravdev.com/commerce/jibc/۰۰۰۱-۰۷.html.

[۲۴] press,Irwin; F.Ganey, Rodenly and F.Hall, Melvin (۱۹۹۷); whats most important to customer satisfaction?; ABA Banking Journal; ۲۷-۴۰ pp, rebmtpes.

[۲۵] Sahut, Jean-Michel; Kucerova, Zuzana (۲۰۰۳); Enhance Banking Service Quality with Quality Function Deployment Approach;

[۲۶] P.Vijayan, Bala Shanmugun (۲۰۰۴); Service Quality Evalution of Internet Banking hi Malaysia.

[۲۷] www.arravdev.com/commerce/jibc/۰۳۰۶-۰۶html

[۲۸] unktad (۲۰۰۱); Electronic Commerce and Development Report ۲۰۰۱; unctad nations publication.

[۲۹] furst, Karen (۲۰۰۲); Internet banking: Development & Prospec

[۲۰] Brown, Irwin,Cajee, Zaheeda,Davies, Douglas,Stroebel,Shaun.(۲۰۰۳): "Cell Phone Banking:predictors of adoption in south Africa-an exploratory study",International Journal of Information Management,Vol.۲۳, pp.۲۸۱-۲۹۴.

[۳۱] Davis,L.D.Bagozzi,R.P.& Warshaw,P.R.(۱۹۸۹): "User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models".Management Science,Vol.۳۵.No.۸,pp.۹۸۲-۱۰۰۳.

[۳۲] Miller, K. (۲۰۰۵). Communications theories: perspectives, processes, and contexts. New York: McGraw Hill.

[۳۳] Nexhmi Rexha, Russel Philip john Kingshott and Audrey Shang Shang Aw.(۲۰۰۳) "The Impact of the Relational Plan on Adoption of Electronic Banking",Journal of services Marketing,vol. ۱۷ No. ۱.

[۳۴] Pikkarainen,T.Pikkarainen,K.Karjaluoeto,H.& Pahnila,S.(۲۰۰۴): "Consumer acceptance of online banking : An extention of the technology acceptance model".Internet Research.Vol. ۱۴,No.۳,pp.۲۲۴-۲۳۵.

[۳۵] Sheppard, B. H., Hartwick, J., & Warshaw, P.R (۱۹۸۸). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendations for modifications and future research. Journal of Consumer Research, ۱۵, ۳۲۵-۳۴۳.

[۳۶] V. Ravi, Mahil Carr, N. Vidya Sagar.(۲۰۰۶):"Profiling of Internet Banking Users in India Using Intelligent Techniques",Journal of Services Research,Vol.۶ No.۲.

[۳۷] Won Moon and Young-Gul Kim, "Extending the TAM for a World-Wide-Web Context".

[۱] افضلی، محمود. ۱۳۸۷. بانکداری همراه و چالش های پیش روی آن در نوزدهمین همایش بانکداری اسلامی، تهران: پژوهشکده پولی و بانکی.

[۲] الهیاری فرد، محمود (شهریور ۱۳۸۲)؛ بررسی مقایسه ای خدمات بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیک در ایران؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

[۳] الهیاری فرد، محمود (۱۳۸۲)؛ خدمات بانکداری الکترونیک و نیازهای اجرایی آن در مقایسه تطبیقی هزینه های عملیاتی، خدمات مختلف بانکی؛ تهران؛ پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی؛ چاپ اول.

[۴] پورایرج، رضا (۱۳۷۷)؛ بررسی عوامل مؤثر بر رضایت بخشی مشتریان بانک به منظور بهبود و بالندگی سازمان؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه فردوسی مشهد؛ دانشکده علوم اداری و اقتصاد.

[۵] توسلی شکیب،محمود (۱۳۷۹)؛ بررسی اثرات مبادله الکترونیکی داده ها بر افزایش کارایی و تسهیل مبادلات بین المللی در ایران؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه فردوسی مشهد؛ دانشکده علوم اداری و اقتصاد.

[۶] حسن زاده، علی؛ پورفرد، فروغ (زمستان ۱۳۸۲)؛ بانکداری الکترونیک؛ فصلنامه تازه های اقتصاد؛ شماره ۱۰۰.

[۷] حسن زاده، علی؛ صادقی، تورج(۱۳۸۲)؛ بررسی تأثیرات بانکداری الکترونیک بر توسعه نظام بانکی؛ مجله اقتصادی؛ شماره ۲۵ و ۲۶.

[۸] روستا، احمد؛ ابراهیمی، عبدالحمید؛ ونوس، داور (۱۳۷۷)؛ مدیریت بازاریابی؛ تهران؛ انتشارات سمت؛ چاپ دوم.

[۹] شکرگذار، رضا (۱۳۸۲)؛ امکان سنجی پیاده سازی بانکداری الکترونیک در ایران با تأکید بر بانک سپه؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد اسلامی؛ واحد تهران مرکز

[۱۰] شیخانی، سعید. ۱۳۷۸. بانکداری الکترونیک و راهبردهای آن در جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده پولی و بانکی.

[۱۱] علاقه بند، پریسا. ۱۳۸۵. پایان نامه کارشناسی ارشد. پذیرش خدمات بانکداری الکترونیک بوسیله مشتریان ایرانی. دانشگاه تربیت مدرس.

[۱۲] علی محمدی، محمد (۱۳۸۱)؛ مدیریت ارتباط با مشتری؛ ماهنامه علمی و آموزشی تدبیر؛ شماره ۱۲۹.

[۱۳] عطیعی، سعید (۱۳۸۱)؛ بررسی عوامل مؤثر بر رضایت ارباب رجوع در بانک رفاه از دیدگاه مشتریان؛ پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه علامه طباطبایی؛ دانشکده حسابداری و مدیریت.

[۱۴] فاطمی اردکانی، سیدولی اله، ۱۳۸۴. بانکداری الکترونیک و تأثیر آن بر فرآیندهای اجرایی بانک. تهران: معاونت برنامه ریزی امور اقتصادی وزارت بازرگانی.

[۱۵] کاتلر، فیلیپ و گری، آرمسترانگ. ۱۳۷۹. اصول بازاریابی. ترجمه علی پارسائیان، تهران: انتشارات ادبستان.