

بررسی چالش‌های مربوط به نظام و توسعه بهسازی بر نوآوری تسهیل خدمات در مشتریان شعب بانک مسکن شهر رشت

فاطمه صدقی ثابت^۱

تاریخ پذیرش ۱۴۰۰/۰۶/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۲

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، تأثیر بررسی چالش‌های مربوط به نظام و توسعه بهسازی بر نوآوری تسهیل خدمات در مشتریان شعب بانک مسکن شهر رشت می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف، یک تحقیق کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی و از نوع پیمایشی و مبتنی بر معادلات ساختاری است. جامعه آماری و از لحاظ روش، توصیفی و از نوع پیمایشی و مبتنی بر معادلات ساختاری است. جامعه آماری کلیه مشتریان شعب بانک مسکن شهر رشت است که دارای معیارهای لازم برای استفاده از نظام و توسعه بهسازی از سوی بانک بوده‌اند. با استفاده از فرمول محاسبه حجم نمونه (جامعه نامحدود) تعداد ۲۲۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب گردیده و به روش غیر احتمالی در دسترس تحت نمونه‌گیری قرار گرفتند. ابزار تحقیق، پرسشنامه استاندارد بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز به منظور کسب یافته‌های توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار اس پی اس ۲۰ و لیزرل ۸/۵۴ انجام گردید. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق نشان داد که نظام و توسعه بهسازی بر نوآوری خدمات در مشتریان تأثیر مثبت و معنادار دارد. نتایج حاصل از تحقیق مبنایی برای ارائه پیشنهادات تحقیق در دو بخش پیشنهادات کاربردی در جهت ارتقا سیاست‌های استفاده از نظام و توسعه بهسازی به مدیران و سیاست‌گذاران عرصه بانکی و به طور مشخص بانک مسکن و نیز محققین آتی جهت تکمیل شکاف مطالعاتی و بسط و گسترش زمینه تحقیقاتی در عرصه نوآوری خدمات در مشتریان گردید.

کلمات کلیدی: نظام و توسعه بهسازی، نوآوری تسهیل خدمات، مشتریان، چالش نظام، بانک مسکن.

^۱ مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی رشت، کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - مدیریت بیمه (Fatemeh.sedghi@ymail.com)

۱- مقدمه

رسیدن به اهداف سازمان بستگی به توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیر دارد. اجرای آموزش و بهسازی نیروی انسانی سبب می‌شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات سازمانی و محیط به‌طور مؤثر فعالیتشان را ادامه داد و بر کارایی خود بیفزایند. از طرفی از مهم‌ترین خصیصه سازمان‌های امروزی تغییر و تحول می‌باشد، در چنین شرایط محیطی پیچیده و متنوع با تحولات سریع، اگر نتوانیم متناسب با این تغییرات، سازمان، مدیران و کارکنان را هم گام سازیم، قربانی آن خواهیم شد. لذا نیاز به یادگیری سازمانی امروزه به‌خوبی در تمامی سطوح سازمان ثابت شده است. به‌گونه‌ای که تحقیقات انجام‌گرفته، ارتباط مثبت بین سرمایه‌گذاری بر آموزش در بهره‌وری سازمانی را نشان داده است. در این راستا لازم است فرایند، منابع و اقدامات لازم آموزشی در سازمان شناسایی و در یک مدل علمی متناسب برنامه‌ریزی شود. چراکه آموزش و بهسازی کارکنان اقدامی راهبردی است که در سطح فردی باعث ارزشمندی و رضایت‌مندی فرد و در سطح سازمانی باعث بهبود و توسعه سازمان می‌شود (جان کوئی و همکاران، ۲۰۱۸).

رسیدن به اهداف سازمان بستگی به توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیر دارد. اجرای آموزش و توسعه منابع انسانی در سازمان سبب می‌شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات سازمانی و محیط به‌طور مؤثر فعالیتشان را ادامه داد و بر کارایی خود بیفزایند. از طرفی از مهم‌ترین خصیصه سازمان‌های امروزی تغییر و تحول می‌باشد، در چنین شرایط محیطی پیچیده و متنوع با تحولات سریع، اگر نتوانیم متناسب با این تغییرات، سازمان، مدیران و کارکنان را هم گام سازیم، قربانی آن خواهیم شد (چسبروک، ۲۰۲۱).

بنابراین نیاز به یادگیری سازمانی امروزه به‌خوبی در تمامی سطوح سازمان ثابت شده است. به‌گونه‌ای که تحقیقات انجام‌گرفته، ارتباط مثبت بین سرمایه‌گذاری بر آموزش در بهره‌وری سازمانی را نشان داده است. در این راستا لازم است فرایند، منابع و اقدامات لازم آموزشی در سازمان شناسایی و در یک مدل علمی متناسب برنامه‌ریزی شود. چراکه آموزش و بهسازی

² Jung-Kuei & etal

³ Chesbrough

کارکنان اقدامی راهبردی است که در سطح فردی باعث ارزشمندی و رضایت‌مندی فرد و در سطح سازمانی باعث بهبود و توسعه سازمان می‌شود (ایرک و نیلسون، ۲۰۱۷).^۴ نظام و توسعه بهسازی سازمان با ارزش‌ترین و مهم‌ترین عامل توسعه هر کشوری است. توسعه پایدار منابع انسانی مستلزم ایجاد و رشد قابلیت‌های پایدار سازمان است. این قابلیت‌ها را می‌توان به استعدادها، سرعت عمل در رویارویی با شرایط متغیر، یادگیری، همکاری و پاسخ‌گویی و در نهایت فرهنگ عملکرد تعبیر نمود. در گذشته این‌گونه برداشت می‌شد که زمان آموختن سازمان کارکردن و زندگی کردن از هم جدا هستند و بنابراین برای آن‌ها آموزشی درخور توجه بود (لین و هسی، ۲۰۱۵).^۵

توسعه منابع انسانی هستند که سرمایه‌ها را متراکم می‌سازند، از منابع طبیعی بهره‌برداری می‌کنند، سازمان‌های اجتماعی و سیاسی و اقتصادی را به وجود می‌آورند و توسعه ملی را پیش می‌برند. کشوری که نتواند مهارت‌ها و دانش افراد جامعه‌اش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به نحو مؤثری بهره‌برداری کند، قادر نیست به هیچ‌چیز دیگری را توسعه بخشد (جانگ و کوئی و همکاران، ۲۰۱۸).

با تغییرات سریع محیطی، ظهور و پیچیده‌تر شدن مشاغل و وظایف شغلی جدید و رقابت در محیط به‌سرعت در حال تغییر کسب‌وکار امروزی و لزوم پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان، نقش آموزش و تغییر در دانش، مهارت، توانایی‌ها و رفتار کارکنان کاملاً محسوس می‌باشد (جانگ و کوئی و همکاران، ۲۰۱۸).

افزایش کارایی سازمان‌ها در گرو افزایش کارایی منابع انسانی است و آموزش فرد را برای انجام کار توانمند می‌کند و توانایی‌ها، مهارت، دانش، نگرش و رفتار اجتماعی را بهبود می‌بخشد (جانگ و کوئی و همکاران، ۲۰۱۸).

توسعه منابع انسانی آسان نیست و تاکنون هیچ نقطه‌نظر خاص یا ساختار توسعه منابع انسانی بارزی ارائه نشده است. مجموعه فعالیت‌های سازمانی که در مدت معینی صورت می‌گیرد و برای

^۴ Eric & Nilsson

^۵ Lin & Hsieh

ایجاد تغییرات رفتاری در کارکنان طراحی می‌شود. توسعه منابع انسانی شامل برنامه‌ها، سیستم‌ها و فعالیت‌هایی است که برای بهبود عملکرد کارکنان طراحی می‌شود (وینسن^۶، ۲۰۱۹).

فراگرد توسعه علم و تکنولوژی در واقع کلید اصلی توسعه است و دست یافتن به بینش علمی و توسعه در آن نیازمند محیط مناسب و شرایط خاص برای نیروی انسانی می‌باشد و این امکان‌پذیر نخواهد بود مگر اینکه به توسعه نیروی انسانی توجه ویژه شود. در مورد توسعه منابع انسانی بحث فراوان است ولی آنچه در این راستا اهمیت دارد این است که امروزه توسعه منابع انسانی تنها با آموزش‌های تخصصی و فنی حاصل نمی‌شود بلکه باید از طریق نظام آموزشی جامع به پرورش کارکنان سازمان پرداخت (گریسافی و همکاران^۷، ۲۰۱۸).

اهمیت توسعه منابع انسانی بر کسی پوشیده نیست، با در نظر گرفتن بازار رقابتی و توسعه خواسته‌های مشتریان که خواهان محصولات متنوع باکیفیت عالی می‌باشند، سازمان‌ها چاره‌ای جز اتخاذ راهبرد توسعه محصول ندارند. توسعه محصول، تولید و ارائه محصولات و خدمات جدید یا بهینه‌سازی محصولات و خدمات فعلی است. تجربه نشان می‌دهد که هر چه پیچیدگی محصول بیشتر شود، گستردگی فرآیند توسعه محصول نیز بیشتر شده و نیاز به منابع انسانی توانمند، خلاق، نوآور و بادانش بیشتر می‌گردد که لازمه تمام آن‌ها، داشتن راهبردهای هدفمند توسعه منابع انسانی به‌منظور ارتقاء دانش کارکنان، اجرا و ارزیابی بهینه آن‌ها است (گریسافی و همکاران^۸، ۲۰۱۸).

بر این اساس نظام بانکی، بانک مسکن لازم است به دنبال عوامل اثرگذار بر استفاده از نظام و توسعه بهسازی بر نوآوری خدمات در مشتریان باشد. این هدف مهم از طرفی شیوه‌های سنتی موجود در بانک‌های کشور و نارسایی این روش‌ها در ارائه خدمات جدید را به چالش کشیده و از طرف دیگر با شناسایی عوامل اثرگذار بر آن به برنامه‌ریزی دقیق و جامع‌تر پیرامون آن خواهد انجامید.

۲- اهداف پژوهش:

اهدافی که در این پژوهش دنبال می‌شود به شرح زیر است:

^۶ winstin

^۷ Grisaffe & etal

^۸ Grisaffe & etal

(۱) سنجش تأثیر نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری شعب بانک مسکن شهر رشت

(۲) سنجش تأثیر نظام و توسعه بهسازی بر ارزیابی دانش شعب بانک مسکن شهر رشت
(۳) سنجش تأثیر نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی سازی شعب بانک مسکن شهر رشت

(۴) سنجش تأثیر قدرت ارتباط مشتری بر نظام و توسعه بهسازی خدمات شعب بانک مسکن شهر رشت

(۵) سنجش تأثیر ارزیابی دانش بر نظام و توسعه بهسازی شعب بانک مسکن شهر رشت
(۶) سنجش تأثیر توانایی شخصی سازی بر نوآوری تسهیل خدمات شعب بانک مسکن شهر رشت

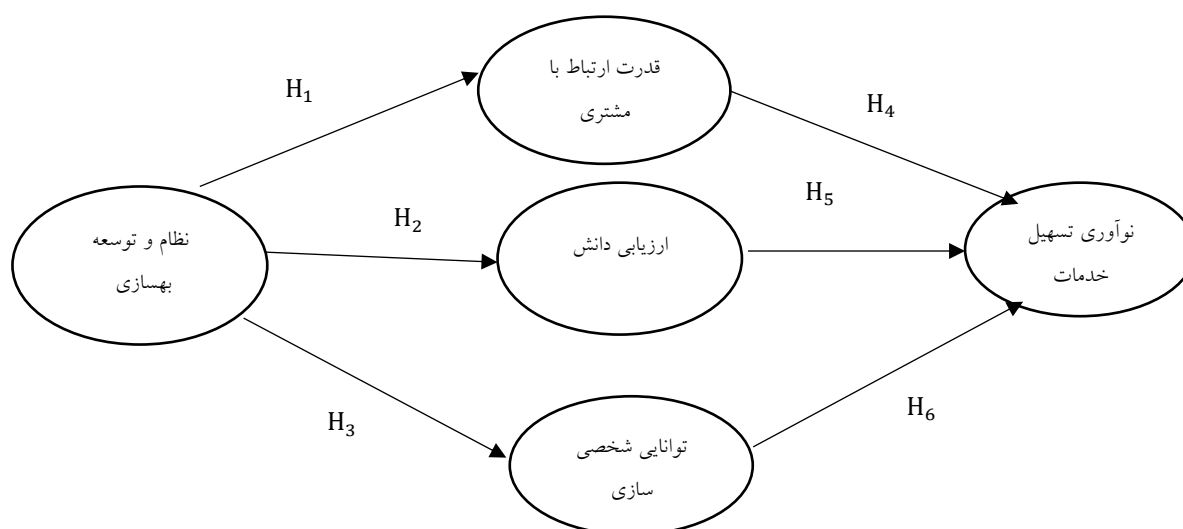
۳- چارچوب نظری:

چارچوب نظری پژوهش حاضر برگرفته از مطالعه جانگ کوئی^۹ (۲۰۱۸) می باشد. متغیر مستقل در این مدل نظام و توسعه بهسازی می باشد که آموزش و بهسازی منابع انسانی فعالیت‌های مهمی در تمام سازمان‌ها هستند. آموزش نیازهای شغلی کارکنان جدید الاستخدام و نیاز کارکنان موجود به مهارت‌ها و دانش جدید را تأمین می‌سازد. تغییرات به‌ویژه در فناوری و بازسازی سازمانی را موجب می‌شود. بدین معنی که افراد و سازمان را به‌طور مستقیم با شرایطی که یادگیری جدید را می‌طلبد مواجه می‌سازد (جان کوئی و همکاران، ۲۰۱۸). متغیرهای میانجی در این تحقیق قدرت ارتباط با مشتری ناشی از مکالمه با مشتری، عملکرد و مزایای ناشی از استفاده از هم‌آفرینی محاوره‌ای برای نیل به اهداف و مقاصد در موقعیت‌های گوناگون استفاده شده است. (جان کوئی و همکاران، ۲۰۱۸). ارزیابی دانش نشان‌دهنده یک وضعیت ذهنی است که در آن مشتری در خود بسترهای لازم برای دانش و بازخورد بر برخی موارد خدماتی عمل کنند و به استفاده از آن تمایل مثبت نشان دهد (جان کوئی و همکاران، ۲۰۱۸). توانایی شخصی سازی، یکی از مؤلفه‌هایی است که در هم‌آفرینی محاوره‌ای با مشتری دارد. این توانایی به شرکت‌ها در فراهم‌آوری آنچه مشتری نیاز دارد می‌پردازد. شرکت‌هایی که می‌توانند رضایت مشتری را فراهم کنند

⁹ Jung-Kuei

از موفقیت بالاتری بهره‌مند می‌شوند (جان کوئی و همکاران، ۲۰۱۸). متغیر وابسته در این مدل، نوآوری تسهیل خدمات است که منجر به سودآوری می‌شود. میزان نوآوری در شرکت‌ها به کاربرد منابع آن‌ها بستگی دارد. مشتری‌ها اولین منبع انسانی هستند. مشتری‌های توانمند و دانا منابع انسانی هستند که از منابع اطلاعاتی و سازمانی برای نوآوری خدمات استفاده می‌کنند (جان کوئی و همکاران، ۲۰۱۸).

مدل فرآیند پژوهش با توجه به تعاریف به شرح زیر است:



فرضیه‌های پژوهش حاضر به‌قرار زیر است:

- ۱) نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد.
- ۲) نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی تأثیر دارد.
- ۳) نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی تأثیر دارد.
- ۴) قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.
- ۵) ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.
- ۶) توانایی شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

۴- پیشینه پژوهش

در تحقیقی که حسینی و رضایی در سال ۱۳۹۷ تحت عنوان «ارتباط نظام بهسازی و خدمات بر ارزیابی دانش و عملکرد مشتری» پرداختند. آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی و ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه و بر اساس نتایج حاصل از ۳۹۶ پرسشنامه که با نرم‌افزار اس پی اس مورد تحلیل قرار گرفت؛ به این نتیجه رسیدند که نظام بهسازی و خدمات بر ارزیابی دانش و عملکرد مشتری تأثیر مثبت دارد. و این نکته به این معنی است که تبلیغات و مکالمه‌ای دهان‌به‌دهان مشتریان مؤثر است.

صمدی و اسکندری تحقیقی را در سال ۱۳۹۵ تحت عنوان بررسی تأثیر نظام توسعه و پیشرفت بر رضایت مشتریان بانک ملی شهرستان تویسرکان (بر اساس مدل سروکوال) منتشر نمودند. آن‌ها با استفاده از ۳۸۰ نفر از مشتریان، تأثیر کیفیت نظام و توسعه بر رضایت مشتریان بانک ملی مورد بررسی قرار دادند. در پایان بر اساس آزمون ویلکاکسون به این نتیجه رسیدند که ابعاد کیفیت نظام توسعه و پیشرفت بر رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد؛ ولی میزان رضایت مشتریان از خدمات بانک ملی کمتر از حد مورد انتظار بود.

محمودی در سال ۱۳۹۸ در تحقیقی با عنوان بررسی کیفیت توسعه بهسازی بر خدمات مشتریان بانک کشاورزی، به ارائه‌ی مدل زیتهامل پرداخته، تعریف و اثر آن‌ها را بر وفاداری مشتریان می‌سنجد و در نهایت به این نتیجه دست می‌یابد که ارتباط معناداری بین خدمات مشتریان وجود دارد.

یزدانی (۱۳۸۵) در تحقیقی تحت عنوان بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده مشتریان از نظام توسعه (مورد مطالعه بانک سامان) انجام‌گرفته است. محقق در این پژوهش با استفاده از روش تحقیق «توصیفی-پیمایشی» نمونه‌ای متشکل از ۱۲۰ نفر از مشتریان بانک سامان را مورد بررسی قرار داده و با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی به بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده بر ادراکات فرد، در مورد سهولت استفاده و مفید بودن این خدمات مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان داده است که مدل پذیرش مدل مناسبی برای شرح رفتار استفاده از نظام توسعه و مفید بودن این خدمات و نیز «خود اثربخشی» فرد در قصد استفاده از این خدمات رابطه مستقیم دارد.

فتحیان، شفیعا و شهرستانی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان تأثیر تحقق نظام توسعه و بهسازی سازمان در افزایش رضایت مشتریان بانک‌ها مطالعه موردی بانک ملی ایران، پس از تعریف نظام و توسعه بهسازی و راه‌های اندازه‌گیری رضایت مشتریان با استفاده از مدل کانو رضایت مشتریان را در ماتریس همبستگی تقاطع سنجیده و با بررسی میزان گرایش به نظام و توسعه به این نتیجه دست یافتند که نظام توسعه و بهسازی بانک ملی از نیازهای عملکردی مشتریان است و رابطه توسعه آن‌ها با رضایت مشتریان یک رابطه خطی مستقیم است.

جانگ کوئی^{۱۰} و دیگران در سال ۲۰۱۸ تحقیقی را تحت عنوان «تأثیر بررسی عملکرد نظام و توسعه بهسازی منابع انسانی بر نوآوری خدمات در مشتریان» انجام دادند. آن‌ها برای این کار ۱۴۹ نفر از مشتریان را با استفاده از پرسشنامه مورد ارزیابی قراردادند. آن‌ها در پایان به این نتیجه رسیدند که نظام و توسعه بهسازی بر نوآوری خدمات تأثیر می‌گذارد.

دونالدسون^{۱۱} و همکاران در سال ۲۰۱۹ در تحقیقی تحت عنوان «نظام بهسازی و توسعه پیشرفته بر نوآوری خدمات در تفریح گاهها» انجام دادند. آن‌ها برای این کار ۶۶۹ نفر از مشتریان را با استفاده از پرسشنامه مورد ارزیابی قراردادند و در پایان بر اساس آزمون همبستگی به این نتیجه رسیدند که نظام بهسازی و توسعه پیشرفته تأثیر می‌گذارد.

گریس فی در سال ۲۰۱۸ در تحقیقی با عنوان «تأثیر اهمیت و ضرورت به‌کارگیری نظام بهسازی کارکنان بر مشتریان» انجام دادند. آن‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی و ابزار اندازه‌گیری پرسشنامه و بر اساس نتایج حاصل از ۳۹۶ پرسشنامه که با نرم‌افزار اس پی اس مورد تحلیل قرار گرفت؛ به این نتیجه رسیدند که این خدمات می‌تواند به افزایش رضایت مشتریان و در نتیجه افزایش میزان مشتریان بیانجامد.

لان و هیشی در سال ۲۰۱۵ به مطالعه «بهسازی و توسعه بر ارزش‌گذاری و میزان آمادگی مشتریان برای استفاده خدمات نظام توسعه بانکداری در بانک‌ها» پرداختند. در این تحقیق ۳۷۰ نفر از مشتریان با استفاده از پرسشنامه مورد ارزیابی قرار گرفت و در پایان به این نتیجه رسیدند که بهسازی و توسعه رابطه مثبت و معناداری با ارزش‌گذاری و میزان آمادگی مشتریان دارد.

¹⁰ Jung – Kuei etal

¹¹ Donaldson

۵ وینستین در سال ۲۰۱۹ به منظور بررسی تأثیر بررسی نظام توسعه کارکنان بر نوآوری ۲۸۶ نفر از مشتریان صنعت برق ملاوی انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که نظام توسعه کارکنان بر نوآوری تأثیر می‌گذارد.

۵- نمونه آماری در پژوهش

در این پژوهش به دلیل عدم دسترسی به کلیه مشتریان جامعه مورد مطالعه برای تعیین حجم نمونه از روش کوکران استفاده می‌گردد به شرح زیر می‌باشد.

$$n = \frac{\delta_x^2 z^2 \frac{\alpha}{2}}{e^2}$$

N: جمع جامعه آماری می‌باشد (میانگین تعداد برداشت روزانه مشتریان از ۲۰ شعب بانک مسکن).

Z: مقدار سطح معنی‌دار و درجه آزادی در جدول می‌باشد (۱/۹۶).

E: حداکثر خطای قابل قبول که در اینجا ۵٪ فرض شده است.

P: نسبت موفقیت بین افراد نمونه است که ۵۰٪ در نظر گرفته شده است.

q: نسبت عدم موفقیت می‌باشد. (p=q-۱)

در این پژوهش به دلیل عدم دسترسی به کلیه مشتریان جامعه مورد مطالعه برای تعیین حجم نمونه از روش کوکران استفاده می‌گردد به شرح زیر می‌باشد.

$$n = \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot S_x^2 \cdot N}{e^2 \cdot N - e^2 + (Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot S_x^2)}$$

در این مطالعه برای جمع‌آوری داده‌ها جهت آزمون فرضیات از پرسشنامه استفاده شده است. در خصوص ترکیب و شمای کلی پرسشنامه و نحوه طراحی آن و در قالب کلی فرضیه‌ها و سؤالات تحقیق قرار داشته، و با استفاده از طیف لیکرت در «پرسشنامه ارزیابی نگرش» و به منظور ارزیابی نگرش مجموعه مشتریان از متغیرهای ۴ گانه تحقیق مورد استفاده قرار گرفت. به منظور ارزیابی اثر متغیر مستقل بر هر یک از متغیرهای وابسته، نحوه امتیازدهی به پرسشنامه هم از امتیاز

۱ تا ۵ بوده و با توجه به بازگشت ۲۴۰ پرسشنامه، از ۲۲۰ پرسشنامه داده شده، ارزیابی نهایی نیز در میان ۲۲۰ پرسشنامه برگشتی انجام گرفته است. (نرخ بازگشت حدود ۹۱/۶ درصد).

$$\frac{(1.96)^2 \cdot (0.895)^2 \cdot 250}{(0.05)^2 \cdot (250) - (0.05)^2 + ((1.96)^2 \cdot (0.895)^2)} = 208$$

با توجه به فرمول فوق حداقل تعداد نمونه مورد نیاز ۲۰۸ نفر است.

جدول ۱) متغیرها، ابعاد، شاخص‌ها و شماره گویه های ابزار

متغیرها	سؤالات پرسشنامه	تعداد سؤال
نظام و توسعه بهسازی	۱-۹	۹
قدرت ارتباط مشتری	۱۰-۱۲	۳
ارزشیابی دانش	۱۳-۱۷	۵
توانایی شخصی سازی	۱۸-۲۰	۳
نوآوری تسهیل خدمات	۲۱-۳۳	۳

جدول ۲) ضریب پایایی متغیرهای تحقیق

متغیرها	سؤالات پرسشنامه	تعداد سؤال	ضریب آلفای کرونباخ
نظام و توسعه بهسازی	۱-۹	۹	۰/۸۸۳
قدرت ارتباط مشتری	۱۰-۱۲	۳	۰/۸۴۹
ارزشیابی دانش	۱۳-۱۷	۵	۰/۸۸۶
توانایی شخصی سازی	۱۸-۲۰	۳	۰/۸۳۴
نوآوری تسهیل خدمات	۲۱-۳۳	۳	۰/۸۹۵

۶- یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌ها به منظور بررسی صحت و سقم فرضیه‌ها برای هر نوع تحقیق، از اهمیت خاصی برخوردار است. داده‌های خام با استفاده از فنون آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرند و پس از پردازش به شکل اطلاعات در اختیار استفاده‌کنندگان قرار می‌گیرند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات، مطابق اهداف ارائه شده، ابتدا میزان و یا مقدار هر متغیر بر اساس داده‌ها و امتیازات حاصل از پرسشنامه مشخص شد. سپس توصیف اطلاعات حاصل شده در قالب جداول و نمودارهای توصیفی، دیدگاه کلی از چگونگی توزیع آن‌ها را ایجاد نموده که می‌تواند در

چگونگی استفاده از الگوهای آماری گوناگون کمک نماید. در گام بعدی به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته شد و در نهایت با جمع‌بندی و تجزیه و تحلیل اطلاعات خاتمه یافت. کلیه این تجزیه و تحلیل‌ها به وسیله نرم‌افزار spss 20 و LISREL 8.54 انجام گردیده است.

۱-۶- آزمون نرمالیت:

جدول ۴) آزمون کولموگروف- اسمیرنف برای متغیرهای تحقیق

سطح معنی‌داری	آماره آزمون	
۰/۵۸۴	۰/۷۷۶	نظام و توسعه بهسازی
۰/۱۶۵	۱/۱۱۶	ارتباط بانک-مشتری
۰/۹۰۵	۰/۵۶۷	ارزشیابی دانش
۰/۱۱۳	۱/۱۹۸	توانایی شخصی‌سازی
۰/۳۱۸	۰/۹۵۸	نوآوری خدمات

با توجه به جدول (۴) مشاهده می‌شود که مقدار سطح معنی‌داری به دست آمده برای آزمون کولموگروف- اسمیرنف متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد در نتیجه متغیرهای تحقیق در نمونه مورد بررسی از توزیع نرمال برخوردار است.

۲-۶- بررسی شاخص‌های معنی‌داری و برازش مدل کلی تحقیق

پس از آن که برآورد پارامترها برای یک مدل تدوین شده و مشخص به دست آمدند باید تعیین شود که داده‌ها تا چه حد با مدل برازش دارند یعنی تا چه اندازه مدل نظری به وسیله داده‌های نمونه حمایت می‌شود. تعدادی آزمون برای این موضوع که مدل تا چه حد روابط مشاهده شده بین متغیرهای قابل اندازه‌گیری را توصیف می‌نماید به کار می‌رود. جدول زیر معرف انواع شاخص‌های برازش و معنی‌داری مدل می‌باشد.

جدول ۵) شاخص‌های معنی‌داری و برازش مدل

مدل	برازنده است اگر	اختصار	نام شاخص	
۰/۰۶۹	کوچک‌تر از ۰/۰۸ باشد	RMSEA	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	شاخص‌های

۲/۱۹	مساوی و کوچک تر از ۳ باشد	$\frac{\chi^2}{d_f}$	کای اسکور به درجه آزادی	
۰/۹۱	بزرگ تر از ۰/۹ باشد	GFI	شاخص نیکویی برازش	شاخص های برازش
۰/۹۴	بزرگ تر از ۰/۹ باشد	NNFI	شاخص برازش هنجار نشده	
۰/۹۲	بزرگ تر از ۰/۹ باشد	NFI	شاخص برازش هنجار شده	
۰/۹۶	بزرگ تر از ۰/۹ باشد	CFI	شاخص برازش تطبیقی	
۰/۹۶	بزرگ تر از ۰/۹ باشد	IFI	شاخص برازش افزایشی	

با توجه به نتایج به دست آمده می توان گفت که مدل تحقیق از نظر شاخص های معنی داری و برازش مورد تأیید است.

۳-۶- بررسی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم حاصل از آزمون مدل

در ادامه به بررسی ضرایب مستقیم و غیرمستقیم حاصل از مدل آزمون شده تحقیق پرداخته می شود.

جدول ۶) ضرایب مسیر مستقیم و غیرمستقیم

ضرایب غیرمستقیم	مسیر
$(0/18) = (0/26) \times (0/69)$	نظام و توسعه بهسازی ← ارتباط بانک مشتری ← نوآوری تسهیل خدمات
$(0/14) = (0/20) \times (0/70)$	نظام و توسعه بهسازی ← ارزشیابی دانش ← نوآوری تسهیل خدمات
$(0/16) = (0/23) \times (0/68)$	نظام و توسعه بهسازی ← سفارشی سازی ← نوآوری تسهیل خدمات

همان گونه که جدول فوق نشان می دهد بیشترین تأثیر غیرمستقیم از نظام و توسعه بهسازی از طریق ارتباط بانک- مشتری بر نوآوری خدمات است.

۴-۶- آزمون فرضیه های تحقیق

نتایج آزمون فرضیه های تحقیق به شرح زیر است:

۱-۴-۶- فرضیه ۱: نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر نظام و توسعه بهسازی و قدرت ارتباط مشتری معنی‌دار است (میزان آماره t بیشتر از ۱/۹۶). لذا نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد و میزان آن برابر با ۰/۶۹ است.

۲-۴-۶- فرضیه ۲: نظام و توسعه بهسازی بر ارزیابی دانش تأثیر دارد.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر نظام و توسعه بهسازی و قدرت ارتباط مشتری معنی‌دار است (میزان آماره t بیشتر از ۱/۹۶). لذا نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد و میزان آن برابر با ۰/۷۰ است.

۳-۴-۶- فرضیه ۳: نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی تأثیر دارد.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر نظام و توسعه بهسازی و توانایی شخصی‌سازی معنی‌دار است (میزان آماره t بیشتر از ۱/۹۶). لذا نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد و میزان آن برابر با ۰/۶۸ است.

۴-۴-۶- فرضیه ۴: قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر قدرت ارتباط مشتری و نوآوری تسهیل خدمات معنی‌دار است (میزان آماره t بیشتر از ۱/۹۶) لذا قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد و میزان آن برابر با ۰/۲۶ است.

۵-۴-۶- فرضیه ۵: ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر ارزیابی دانش و نوآوری تسهیل خدمات معنی‌دار است (میزان آماره t بیشتر از ۱/۹۶). لذا ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد و میزان آن برابر با ۰/۲۰ است.

۶-۴-۶- فرضیه ۶: توانایی شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

با توجه به مدل ساختاری تحقیق مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر شخصی‌سازی و نوآوری تسهیل خدمات معنی‌دار است (میزان آماره t بیشتر از ۱/۹۶). لذا شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد و میزان آن برابر با ۰/۲۳ است.

۷- نتایج آمار توصیفی

توصیف متغیر نظام و توسعه بهسازی

این متغیر دارای کمترین مقدار ۱، بیشترین مقدار ۵، متغیر نظام و توسعه بهسازی دارای کمترین مقدار ۱/۳۳، بیشترین مقدار ۴/۸۹، میانگین ۳/۶۲، انحراف معیار ۰/۶۲۵۰۷ و واریانس ۰/۹۳۱ است. این نتایج نشان می‌دهد که نظام و توسعه بهسازی در سطح بالای میانگین قرار دارد.

توصیف متغیر ارتباط بانک-مشتری

این متغیر دارای کمترین مقدار ۱، بیشترین مقدار ۵، متغیر ارتباط بانک-مشتری دارای کمترین مقدار ۱/۶۷، بیشترین مقدار ۵، میانگین ۳/۷۹، انحراف معیار ۰/۷۷۰۵۱ و واریانس ۰/۵۹۴ است. این نتایج نشان می‌دهد که ارتباط بانک-مشتری دارای میانگین بالاتری است.

توصیف متغیر ارزشیابی دانش

این متغیر دارای کمترین مقدار ۱، بیشترین مقدار ۵، متغیر ارزشیابی دانش دارای کمترین مقدار ۱/۸۰، بیشترین مقدار ۵، میانگین ۳/۶۹، انحراف معیار ۰/۶۵۶۶۴ و واریانس ۰/۴۳۱ است. این نتایج نشان می‌دهد که ارزشیابی دانش دارای میانگین بالاتری است.

توصیف متغیر توانایی شخصی سازی

این متغیر دارای کمترین مقدار ۱، بیشترین مقدار ۵، متغیر توانایی شخصی سازی دارای کمترین مقدار ۲، بیشترین مقدار ۵، میانگین ۳/۷۵، انحراف معیار ۰/۶۲۵۷۴ و واریانس ۰/۳۹۲ است. این نتایج نشان می‌دهد که توانایی شخصی سازی دارای میانگین بالاتری است.

توصیف متغیر نوآوری خدمات

این متغیر دارای کمترین مقدار ۱، بیشترین مقدار ۵، متغیر نوآوری خدمات دارای کمترین مقدار ۲/۳۳، بیشترین مقدار ۵، میانگین ۴/۰۱، انحراف معیار ۰/۵۷۲۰۵ و واریانس ۰/۳۲۷ است. این نتایج نشان می‌دهد که نوآوری خدمات دارای میانگین بالاتری است.

توصیف متغیر جنسیت پاسخ دهندگان

از کل نمونه تحقیق که ۲۰۸ نفر بوده است، جنسیت ۳۳/۶ درصد از پاسخ دهندگان زن و ۵۷/۳ درصد مرد می‌باشند. همچنین ۹/۱ درصد به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

توصیف متغیر سن پاسخ دهندگان

از کل نمونه تحقیق که ۲۰۸ نفر بوده است، مشاهده می‌شود که سن ۱۲/۳ درصد از پاسخ‌دهندگان زیر ۲۵ سال، ۳۰ درصد بین ۲۶ تا ۳۵ سال، ۲۶/۴ درصد بین ۳۶ تا ۴۵ سال، ۷/۲۲ درصد بین ۴۶ تا ۵۵، ۸/۶ درصد بالای ۵۶ سال می‌باشند.

توصیف متغیر میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان

از کل نمونه تحقیق که ۲۰۸ نفر بوده است، مشاهده می‌شود که تحصیلات حدود ۱۳/۴ درصد از پاسخ‌دهندگان تا دیپلم، ۱۲/۴ درصد فوق‌دیپلم، ۵۰ درصد لیسانس و ۱۱/۴ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر است.

توصیف سابقه کار پاسخ‌دهندگان

از کل نمونه تحقیق که ۲۰۸ نفر بوده است، مشاهده می‌شود که سابقه کار حدود ۳۳/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان زیر ۱۰ سال، ۳۰/۵ سال بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۸/۲ درصد بالای ۲۰ سال سابقه کار دارند.

۱-۷ نتایج آمار استنباطی

نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد.

این فرضیه، به شکل زیر در قالب یک فرضیه آماری قابل‌ارائه می‌باشد:

نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر دارد. H_0

نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری تأثیر ندارد. H_1

با توجه به مدل پایه تحقیق در حالت معنی‌داری مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر برابر با ۵/۰۵ است. از آنجاکه این مقدار خارج از بازه (۱/۹۶ & -۱/۹۶) است و لذا تأثیر نظام و توسعه بهسازی بر قدرت ارتباط مشتری معنی‌دار است. همچنین با توجه به مدل تحقیق در حالت استاندارد، میزان این تأثیر برابر ۰/۶۹ است.

۲-۳-۵ نظام و توسعه بهسازی بر ارزیابی دانش تأثیر دارد.

نظام و توسعه بهسازی بر ارزیابی دانش تأثیر دارد. H_0

نظام و توسعه بهسازی بر ارزیابی دانش تأثیر ندارد. H_1

با توجه به مدل پایه تحقیق در حالت معنی‌داری مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر برابر با ۵/۰۵ است. از آنجا که این مقدار خارج از بازه (۱/۹۶ & -۱/۹۶) است و لذا تأثیر نظام و توسعه بهسازی بر ارزیابی دانش معنی‌دار است.

نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی تأثیر دارد.

نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی تأثیر دارد. H0

نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی تأثیر ندارد. H1

با توجه به مدل پایه تحقیق در حالت معنی‌داری مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر برابر با ۵/۰۵ است. از آنجا که این مقدار خارج از بازه (۱/۹۶ & -۱/۹۶) است و لذا نظام و توسعه بهسازی بر توانایی شخصی‌سازی معنی‌دار است. می‌کنند.

قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد. H0

قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر ندارد. H1

با توجه به مدل پایه تحقیق در حالت معنی‌داری مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر برابر با ۵/۰۵ است. از آنجا که این مقدار خارج از بازه (۱/۹۶ & -۱/۹۶) است و لذا تأثیر قدرت ارتباط مشتری بر نوآوری تسهیل خدمات معنی‌دار است.

ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد. H0

ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر ندارد. H1

با توجه به مدل پایه تحقیق در حالت معنی‌داری مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر برابر با ۵/۰۵ است. از آنجا که این مقدار خارج از بازه (۱/۹۶ & -۱/۹۶) است و لذا تأثیر ارزیابی دانش بر نوآوری تسهیل خدمات معنی‌دار است. همچنین با توجه به مدل تحقیق در حالت استاندارد، میزان این تأثیر برابر ۰/۲۰ است.

توانایی شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد.

توانایی شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر دارد. H0

توانایی شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات تأثیر ندارد. H1
با توجه به مدل پایه تحقیق در حالت معنی‌داری مشاهده می‌شود که میزان آماره تی بین دو متغیر برابر با ۵/۰۵ است. از آنجاکه این مقدار خارج از بازه (۱/۹۶ & -۱/۹۶-) است و لذا تأثیر توانایی شخصی‌سازی بر نوآوری تسهیل خدمات معنی‌دار است.

۸- بحث و نتیجه‌گیری

جوامع بشری با سرعتی شگفت‌انگیز در حال توسعه و تغییر و تحول می‌باشد و این تحولات جنبه‌های مختلف زندگی را دربرمی‌گیرد. در دنیای متحول امروزی که زیربنای آن را اقتصاد دانش‌محور شکل می‌دهد، فقط سازمان‌هایی می‌توانند به بقای خود ادامه می‌دهند که سرمایه انسانی را جذب و حفظ کنند و توسعه دهند از این رو منابع انسانی توسعه‌یافته نقش اساسی در رشد، پویایی و بالندگی و یا شکست و نابودی یک سازمان دارند. امروزه سازمان‌ها دیگر به انبوهی از تولید، ذخایر مالی و فزونی منابع انسانی خود نمی‌بالند، بلکه بالندگی سازمان‌ها در گرو دانایی و سرمایه هوشمند و دانش آن‌هاست. پیشرفت علوم و فنون، دانش‌های جدیدی را مطرح می‌سازد که نیازهای جدیدی را نیز برای انسان‌ها ایجاد می‌کند.

استفاده صحیح از نیروی انسانی در بانک مسکن شهر رشت که ارزشمندترین و بزرگ‌ترین ثروت هر جامعه به صورت مسئله‌ی حائز اهمیت مورد توجه دولت‌ها بوده است. کشوری مانند ایران که نتواند مهارت‌ها و دانش مردمش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به نحو مؤثری بهره‌برداری کند. قادر نیست چیز دیگری را توسعه بخشد.

آموزش همواره به عنوان وسیله‌ی مطمئن در جهت بهبود کیفیت عملکرد و حل مشکلات مدیریت مدنظر قرار می‌گیرد و فقدان آن نیز یکی از مسائل اساسی و حاد هر سازمان را تشکیل می‌دهد.

به منظور تجهیز نیروی انسانی سازمان و نظام و توسعه بهسازی و بهره‌گیری هر چه مؤثرتر از این نیرو، بی‌شک آموزش یکی از مهم‌ترین و مؤثرتری تدابیر و عوامل برای بهبود امور سازمان به شمار می‌رود.

از طرفی توسعه منابع انسانی تنها با آموزش‌های زیاد حاصل نمی‌شود بلکه باید به صورت برنامه‌ریزی شده و نظام‌مند عمل نمود. آموزش یک فرآیند مداوم و همیشگی است و موقت و تمام‌شدنی نمی‌باشد. کارکنان در هر سطحی از سطوح بانک مسکن شهر رشت، اعم از مشاغل ساده با مشاغل پیچیده‌تر، مدیر یا زیردست، محتاج آموزش و یادگیری و کسب دانش و مهارت‌های جدید هستند و باید همواره برای بهتر انجام دادن کار خود از هر نوع که باشد، روش‌ها و اطلاعات جدیدی کسب نمایند. همچنین اینکه هر وقت شغل کارکنان تغییر پیدا کند، لازم است اطلاعات و مهارت‌های جدیدی برای ابقای موفقیت‌آمیز وظایف شغل مربوطه را فرا بگیرد.

۹- پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

- ۱) پیشنهاد می‌گردد مطالعه مشابهی در سایر شهرهای کشور انجام گیرد زیرا تغییر فرهنگ در نقاط دیگر ممکن است سبب شود نتایج تحقیق تغییر کند.
- ۲) پیشنهاد می‌گردد مطالعه مشابهی در سایر بانک‌ها نیز انجام گیرد.
- ۳) پیشنهاد می‌گردد مطالعه‌ای در صنایع دیگر مانند بیمه، خرید بورس اوراق بهادار برای ارائه عمومیت بخشی تحقیق صورت گیرد.

منابع

- حسینی، ع.، رضایی، ن. (۱۳۹۷). ارتباط نظام بهسازی و خدمات بر ارزیابی دانش و عملکرد مشتری، مدیریت اجرایی، ۱۰(۲)، ۱۳-۲۸.
- صمدی، ا.، و اسکندری، م. (۱۳۹۵). تأثیر نظام توسعه و پیشرفت بر رضایت مشتریان بانک ملی شهرستان تویسرکان (بر اساس مدل سروکوال). ۷(۲۶-۲۵)، ۲۶۲-۲۵۲.
- فتحیان، ف.، شفیعا، ع. ا.، و شهرستانی، ز. (۱۳۹۳). تأثیر تحقق نظام توسعه و بهسازی سازمان بر کیفیت خدمات محاوره‌ای مورد مطالعه: هتل‌های پنج ستاره کلان‌شهر مشهد. پژوهش‌های مدیریت عمومی، ۵(۱۷)، ۱۰۱-۱۸۳.
- محمودی، محسن (۱۳۹۸). بررسی کیفیت توسعه بهسازی بر خدمات مشتریان بانک کشاورزی، فصلنامه مدیریت، سال نهم، شماره ۲۶، صص ۸۵-۶۹.

یزدانی، م (۱۳۸۵). بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده مشتریان از نظام توسعه (مورد مطالعه: بانک سامان). مجله بانک و اقتصاد، شماره ۱۱۶، صص ۵۴-۵۷.

Donaldson et al.(2018). Advanced improvement and development system of service innovation in leisure. *Industrial Marketing Management*, 39(4), 616-624.

Grace Phi(2018).// (The effect of the importance and necessity of using the staff improvement system on customers. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 28 (1) , 3-15.

Jung – Kuei Hsieh /Yi- Ching HSIEH(2018)//(The impact of service innovation on employee development). Department of information Management National Central University , Taoyuan 32001, Taiwan.

Lan and Hishi(2015).// (Improving and developing the valuation and readiness of customers to use the services of the banking development system in banks. . *Journal of Business & Industrial Marketing*, 16(7), 600-616.

Shu- Hsum Ho ,Ying – Yin ko(2018).(The effect of system performance review and human resource development development on customer service innovation)/ ", *Journal of Global Information Management* ,13(2), pp. 1- 60.

van Riel, A.C.R., Lemmink, J., & Ouwensloot, H. (2019). (The effect of employee development system on innovation). *Journal of Product Innovation Management*, 21(5), 348-359.