



پژوهشنامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی مدیریت

سال هشتم، شماره‌ی ۴ (پیاپی ۳۱)، زمستان ۸۷

## بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری

### خصوصی

تاریخ پذیرش: ۸۷/۹/۱۸

تاریخ دریافت: ۸۷/۷/۹

اکرم هادیزاده مقدم\*

کامران شاهدی\*\*

### چکیده

هدف از این تحقیق، مقایسه‌ی کیفیت خدمات بانک‌های دولتی و بانک‌های خصوصی از دیدگاه مشتریان آن‌هاست. بدین منظور با مراجعه به تحقیقات انجام گرفته در زمینه‌ی موضوع مقاله و با استفاده از مدل کیفیت خدمات بانکی، ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط با مفهوم کیفیت خدمات شناسایی شد و بر مبنای این متغیرها، پرسشنامه‌ای مبتنی بر ۳۹ مؤلفه طراحی گردید و در اختیار مشتریانی که به طور هم‌زمان از خدمات هر دو نوع بانک در شهر تهران استفاده می‌کنند، قرار گرفت. بر اساس یافته‌های تحقیق، مشتریان معتقدند از لحاظ بهای خدمات، تفاوت چندانی میان دو سیستم بانکداری مشاهده نمی‌شود؛ اما در دیگر ابعاد کیفیت خدمات هم‌چون اثربخشی، تضمین، قابلیت دسترسی، ابعاد فیزیکی، تنوع و قابلیت اطمینان بین بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معنی داری وجود دارد. **واژه‌های کلیدی:** کیفیت خدمات<sup>۱</sup>، بانکداری خصوصی<sup>۲</sup>، بانکداری دولتی<sup>۳</sup>، ابعاد کیفیت خدمات<sup>۴</sup>

\* نویسنده مسئول - استادیار دانشکده‌ی مدیریت و حسابداری دانشگاه شهید بهشتی

\*\* کارشناس ارشد مدیریت دولتی

- 1- Service Quality
- 2- Private Banking
- 3- Public Banking
- 4- Service Quality Dimensions

## مقدمه

خدمات رکن اصلی اقتصاد در جوامع امروز است و بانک ها به عنوان یکی از مهم ترین سازمان های خدماتی، هدایت و پشتیبانی بسیاری از فعالیت های اقتصادی جامعه را بر عهده دارند. طی چند سال اخیر تصویب و اجرای قانون اجازه ی تأسیس بانک های غیر دولتی، موجب شده است بخش دولتی با پیشینه ی انحصاری و غیررقابتی اش در ارائه ی این خدمات، خود را با بخش خصوصی به عنوان رقیبی تازه از راه رسیده مواجه ببیند. در این میان آنچه بقا و تداوم فعالیت مؤسسات مالی هر دو بخش را تضمین می کند، ارائه ی خدمات در شکلی مطلوب و مطمئن و متناسب است تا بتوانند با برآوردن انتظارات و خواسته های مشتریان، رضایت و وفاداری آنان را موجب شوند. این مهم حاصل نمی شود مگر این که بنگاه های اقتصادی ضمن توجه به کیفیت خدمات، به عنوان مفهومی دربردارنده ی انتظارات مشتریان، در حفظ و ارتقای آن کوشش کند. یک راه مؤثر برای سنجش کیفیت خدمات، استفاده از آزمون های علمی و معتبر موجود در این زمینه است. این تحقیق نیز با هدف بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی، با استفاده از ابعاد کیفیت خدمات بانکی مطرح شده توسط کامیلیا باهیا<sup>۱</sup> و ژاک نانتل<sup>۲</sup> صورت گرفته است.

## مبانی نظری تحقیق

### خدمات و مفاهیم آن

خدمات شامل آن دسته از فعالیت های اقتصادی است که در زمان و مکان معین برای مشتریان تولید ارزش می کند و در نتیجه تعبیری مثبت و مطلوب را به گیرنده ی خدمات انتقال می دهد (لاولوک<sup>۳</sup>، ۱۹۹۱: ۵). بنابراین خدمت می تواند یک ایده، یک چیز مهیج، نوعی اطلاعات، نوعی تغییر در ظاهر یا سلامتی مشتری، ایجاد یک حالت روانی خوشایند، انجام کار در زمان و مکان مناسب و یا احساس امنیت باشد. به عبارت دیگر خدمت یک

1-Kemilia Bahia

2-Jacues Nantel

3-Lovelock

## بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری..... ۱۲۷

بسته‌ی آشکار و پنهان از منافع و مزایایی است که با استفاده از کالاهای تسهیل کننده و تسهیلات و تجهیزات پشتیبانی کننده پدید می آید (کدلی یر<sup>۱</sup>، ۱۹۸۷: ۶). خدمات دارای ویژگی هایی هستند که آن ها را از کالاها متمایز می کنند: مشتریان مالکیت خدمات را به دست نمی آورند؛ محصولات خدماتی نامحسوس و ناملموسند؛ مشتریان در فرایند تولید خدمات مشارکت دارند؛ خدمات قابل ذخیره سازی نیستند و فهرست و صورت موجودی اموال وجود ندارد. در ارائه‌ی خدمات عامل زمان نقشی اساسی دارد و در نهایت این که سیستم‌های تحویل خدمات می تواند هم شامل کانالهای الکترونیکی و هم کانالهای فیزیکی باشند (لاولوک، ۱۹۹۱: ۱۵)

### ویژگی های خاص خدمات بانکی

بانکداری به عنوان یک رشته فعالیت‌های اقتصادی که ایجاد اعتبار می کند و امور مربوط به پرداخت‌ها و نقل و انتقال وجوه را تسهیل می نماید (ونوس و دیگران، ۱۳۸۱: ۳) خدماتی را شامل می شود که دارای دو ویژگی انحصاری می باشند:

۱- **مسئولیت امانت داری:** اشاره به مسئولیت سازمان‌های خدماتی مالی در مدیریت نقدینگی مشتریان دارد و این که ضروری است این سازمان‌ها توصیه های مالی مناسب به مشتریان ارائه دهند. در بازاریابی خدمات مالی در واقع مشتریان مجموعه ای از وعده ها را خریداری می کنند، شامل وعده های مؤسسه‌ی مالی برای مراقبت از پول‌های مشتریان و رفاه مالی آنان. بنابراین جلب اعتماد و اطمینان افراد به وسیله‌ی مؤسسه‌ی مالی و کارکنان آن امری ضروری است.

۲- **جریان دوطرفه‌ی اطلاعات:** خدمات مالی صرفاً مربوط به خرید یک طرفه‌ی خدمت نمی شود، بلکه دربردارنده‌ی مجموعه ای منظم از تعاملات و مبادلات دوطرفه در طول زمان است. نمونه هایی از این تعاملات دوطرفه در خدمات بانکی عبارتند از صدور صورت حساب‌ها، کنترل حساب‌ها، مراجعه به شعب، استفاده از ماشین‌های خودپرداز و غیره. این نوع معاملات دوسویه از طریق اطلاعات جمع آوری شده از مشتریان فرصت‌های متوالی برای ایجاد سود

فراهم می کند؛ فرصت‌هایی نظیر استفاده از انواع حساب‌ها، پس انداز و اعطای وام، خرید کارت‌های اعتباری و غیره (ونوس و دیگران، ۱۳۸۱: ۳۳).

### کیفیت گرایی و رضایت مشتریان

کیفیت به عنوان درجه ای که یک محصول با انتظارات مشتری و مشخصات ارائه شده تطبیق دارد تعریف شده است (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۷۵: ۲۲۲). مدیران سازمان‌های خدماتی آگاهند که کیفیت برتر موجب عملکرد بهتر می شود و مزایایی چون وفاداری مشتریان، پاسخ‌گویی به نیازهای آن‌ها، رشد سهم بازار و بهره وری برای سازمان‌ها به ارمغان می آورد. آن‌ها کیفیت خدمات را به عنوان اهمی برای ایجاد مزیت رقابتی به کار می گیرند. این امر به شرطی محقق می شود که سازمان‌ها بدانند مشتریان چگونه کیفیت خدماتشان را ادراک می کنند (روبرت و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳). هم‌چنین رضایت مشتریان به طور وابسته به کیفیت خدمات می باشد و می توان احتمال داد با افزایش کیفیت خدمات رضایت مشتریان افزایش می یابد. این نگرش به تعهد مشتری، تمایل او به بازگشت (ثبات خرید خدمات)، گسترش روابط تجاری میان مشتری و ارائه دهنده‌ی خدمات، افزایش تحمل و صبر مشتری در برابر کاستی‌های احتمالی خدمات آینده، تبلیغات مثبت و دوباره‌ی سازمان می‌گردد (نیومن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱).

### سنجش کیفیت خدمات

بیشتر تحقیقات در زمینه‌ی کیفیت خدمات بر مدل ارائه شده به دست پاراسورامان<sup>۳</sup> و همکارانش در سال ۱۹۸۵ میلادی با عنوان «مدل شکاف»<sup>۴</sup> متکی است. این مدل بر اساس تجزیه و تحلیل شکاف‌ها یا در واقع مغایرت‌هایی که مانع دستیابی به کیفیت مطلوب خدمات هستند شکل گرفته است. تمرکز اصلی محققان بر سنجش مغایرت میان انتظارات و ادراکات مشتریان از خدمات به عنوان مفهوم اصلی کیفیت خدمات است. بدین منظور آن‌ها

1-Roberts et al

2-Newman

3-A.Parasuraman

4- GAP Model

مقیاسی با عنوان سروکوآل<sup>۱</sup> طراحی کردند. سروکوآل بر این دیدگاه بنا شده است که ارزیابی مشتری، مهم‌ترین عامل تعیین کننده کیفیت خدمات است. این ارزیابی به عنوان فاصله میان آنچه مشتری به عنوان کیفیت خدمات از فراهم کنندگان خدمتی خاص انتظار دارد و ارزیابی اش از عملکرد ارائه کننده ای خاص، توصیف می شود. فرض اساسی این است که مشتریان قادرند انتظارات خود را از ویژگی‌های تعیین کننده کیفیت خدمت به وضوح بیان کنند و بین انتظارات و ادراک خود از کیفیت خدمت واقعی و فعلی تمایز قائل شوند. پارسورامان و همکارانش نیز در سال ۱۹۸۸ میلادی در آخرین بازنگری شان پنج بعد برای کیفیت خدمات تعریف کردند:

- **قابلیت اطمینان<sup>۲</sup>:** توانایی در انجام خدمت وعده داده شده به طور دقیق و مطمئن؛
- **تضمین<sup>۳</sup>:** دانش و مهارت کارکنان، ادب و مهربانی شان و توانایی آنان در جلب اعتماد مشتریان، پایین بودن احتمال خطر و ابهام؛
- **ملموسات<sup>۴</sup>:** ظاهر تسهیلات فیزیکی، تجهیزات، ابزار، دستگاه‌ها، کارکنان، مواد و کانال‌های ارتباطی؛
- **هم دلی<sup>۵</sup>:** قابلیت ایجاد ارتباط با مشتری و سهولت تماس و شناسایی و توجه خاص نسبت به یکایک آنان در جهت خواسته هایشان؛
- **پاسخ‌گویی<sup>۶</sup>:** آمادگی و تمایل برای کمک به مشتریان و فراهم ساختن سریع خدمات.

آنان برای هر یک از این ابعاد مؤلفه هایی ذکر و بر اساس آن پرسشنامه ای طراحی کرده اند. این پرسشنامه دو بار در شکل های مختلف توزیع می شود. نخست برای سنجش

---

1- SERVQUAL  
2- Reliability  
3- Assurance  
4- Tangibles  
5- Empathy  
6- Responsiveness

انتظارات و سپس برای سنجش ادراکات مشتریان از خدمات. این پرسشنامه ابزار مناسبی است تا بدون دخالت محقق انتظارات و ادراکات مشتریان مورد سنجش قرار گیرد (پاراسورامان و همکاران<sup>۱</sup>، ۱۹۸۸ : ۱۲-۳۷).

### **BSQ<sup>۲</sup>: مقیاسی برای سنجش کیفیت خدمات بانکی**

از آنجا که فراگیر بودن ابعاد سروکوآل برای خدمات گوناگون مورد تردید قرار گرفته است (باتل<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶ : ۱۰-۱۱) برخی از محققان تغییراتی در آن اعمال کرده اند. به طور خاص، کامیلیا باهیا و ژاک نانتل در تحقیقی جامع در سال ۲۰۰۰ میلادی، درباره ی سروکوآل و کاستی های آن برای اندازه گیری کیفیت خدمات در بخش بانکداری، نکاتی را متذکر شده اند. ایراد اصلی آنان به فقدان جامعیت و کلی نگرایی این مقیاس است. آنان معتقدند همیشه لازم است در بررسی برخی خدمات، ابعاد دیگری به سروکوآل افزوده شود؛ بدین ترتیب با بازنگری در ابعاد کیفیت خدمات، بر مبنای مباحث بازاریابی و ویژگی های خاص بانکداری، ابعاد جدیدی را مطابق با آنچه در جدول شماره ی یک نشان داده شده، ارائه کردند.

نکته ی قابل ذکر در این بازنگری توجه به دو بعد بهای خدمات و تنوع خدمات بانکی و اهمیت آنان برای مشتریان و تأثیرشان بر کیفیت خدمات ادراک شده است. با توجه به جامعیت این ابعاد، در این تحقیق، بررسی کیفیت خدمات بانکی با استفاده از ابعاد هفت گانه ی فوق صورت گرفته است. بدین ترتیب که هر یک از این ابعاد، متغیری از متغیرهای مستقل این تحقیق را تشکیل می دهند. برای هر بعد، با بازنگری در پرسشنامه ی استاندارد کیفیت خدمات بانکی و بر اساس شرایط بومی و خصوصیات بانکداری در ایران مؤلفه هایی ارائه شده و در مقایسه ی تطبیقی این مؤلفه ها، تنها به ادراک مشتریان از خدمات دو نوع بانکداری دولتی و خصوصی اکتفا شده است.

---

1-Parasuraman et al  
2-Bank Service Quality  
3-Buttle

## بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری..... ۱۳۱

جدول شماره ی یک - ابعاد کیفیت خدمات بانکی

تعریف عملیاتی	ابعاد
ارائه ی کارا و مؤثر خدمات، دانش و مهارت لازم برای انجام خدمت، توانایی کارکنان در به کارگیری مهارت های ارتباطی و شناسایی مشتریان	اثربخشی <sup>۱</sup>
قابلیت اعتماد درستکاری امانتداری، برخورد رازدارانه با تقاضاهای مشتریان ، دور بودن از مخاطره و ریسک	تضمین
قابلیت دسترسی و سهولت برقراری ارتباط سرعت ارائه ی خدمات بانکی	قابلیت دسترسی <sup>۲</sup>
هزینه ی ارائه ی خدمات بانکی	بها <sup>۳</sup>
ظاهر و پاکیزگی تسهیلات و تجهیزات و دکوراسیون و کارایی محیط خدماتی	ابعاد فیزیکی <sup>۴</sup>
دامنه، سازگاری و نوآوری خدمات بانکی	تنوع خدمات <sup>۵</sup>
توانایی انجام دقیق و بدون خطا و قابل اطمینان خدمت وعده داده شده	قابلیت اطمینان

مأخذ: باهیا و همکاران، ۲۰۰۰: ۸۷ و گلاولی و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶: ۳۸۷.

### بانکداری در ایران

بانکداری دولتی در ایران شامل فعالیت بانک‌هایی است که با سرمایه‌ی دولت به صورت شرکت سهامی تشکیل شده اند. سهام این بانک‌ها متعلق به دولت است و نمایندگان دولت به عنوان صاحبان سهام در مجامع عمومی عادی و فوق العاده شرکت می کنند (محمدی، ۱۳۵۰: ۲۵۳). هم چنین بانکداری خصوصی به موجب قانون اجازه‌ی تأسیس بانک‌های غیر دولتی، مصوب فروردین ماه ۱۳۷۹ با سرمایه گذاری افراد حقیقی و افراد حقوقی غیردولتی در

- 1- Effectiveness
- 2- Access
- 3- Price
- 4- Tangibles
- 5- Services Portfolio
- 6- Glaveli et al

قالب شرکت‌های سهامی تابع قانون تجارت شکل گرفته است ([www.parsianbank.org](http://www.parsianbank.org)). باید توجه داشت که تمامی بانک‌های ایران اعم از خصوصی و دولتی تحت نظارت بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران بوده و مطابق قوانین پولی و بانکی کشور مصوب ۱۳۵۱/۴/۱۸ و قانون عملیات بانکی بدون ربا مصوب ۱۳۶۲/۶/۸ و همچنین مصوبات شورای عالی پول و اعتبار فعالیت می‌کنند.

### پیشینه ی تحقیق

سنجش کیفیت خدمات بانکی پیش از این موضوع چندین پایان نامه و مقاله ی پژوهشی فارسی و همچنین مقالات متعدد بین المللی بوده است. در ایران بیشتر تحقیقات با هدف بررسی ارتباط کیفیت خدمات بانکی با رضایت‌مندی مشتریان صورت گرفته است و عموماً به این نتیجه رسیده اند که رضایت‌مندی حاصل بهبود کیفیت خدمات بانکی است. به عنوان مثال می‌شود از پایان نامه های زیر نام برد:

- «بررسی و سنجش کیفیت خدمات در بانک صادرات ایران و رابطه ی آن با رضایت مندی مشتریان»، (۱۳۸۳)، پژوهشگر: سعید ضرابی، استاد راهنما: دکتر منیژه قره چه، دانشگاه شهید بهشتی.

- «بررسی و سنجش کیفیت خدمات در بانک پارسیان و ارتباط آن با رضایت مندی مشتریان»، (۱۳۸۵)، پژوهشگر: علی مهدیلوی تازه کندی، استاد راهنما: دکتر نسرین جزنی، دانشگاه شهید بهشتی.

برخی دیگر به طور خاص به سنجش ابعاد کیفیت خدمات بانکی از دیدگاه مشتریان پرداخته اند. مانند:

- «بررسی کیفیت خدمات در صنعت بانکداری خصوصی (موردپژوهی: بانک سامان)»، (۱۳۸۶)، پژوهشگر: پریسا کرمی، استاد راهنما: دکتر احمد امیر شاهی، دانشگاه الزهرا. دسته ای دیگر کیفیت خدمات را از دیدگاه کارکنان و مشتریان مورد مقایسه ی تطبیقی قرار داده اند. مانند:

- «بررسی مقایسه ای کیفی خدمات بانکی از دیدگاه کارکنان و مشتریان (مطالعه ی موردی: بانک ملت)»، دکتر علی اصغر انواری رستمی، مجله ی مدرس علوم انسانی،



شماره ی ۴۲، پاییز ۱۳۸۴، صفحات ۵۳-۷۷.

برخی نیز بانک ها را با صنایع خدماتی دیگر مقایسه کرده اند. برای مثال:

- «بررسی و مطالعه ی تطبیقی سطح انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات در صنعت بانکداری و هتلداری تحت مدیریت بنیاد مستضعفان و جانبازان»، (۱۳۸۲)، پژوهشگر: نعمت الله شریفی، استاد راهنما: دکتر محمدرضا حمیدی زاده، دانشگاه شهید بهشتی. سرانجام می توان گفت تاکنون بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانک های مختلف به طور رسمی در ایران صورت نگرفته است. اما مقالات مبسوطی در این زمینه در مجلات بین المللی به چاپ رسیده است. از جمله مقاله ی «مقایسه ی کیفیت خدمات بانکی در ترکیه و قبرس» نوشته آرسلی<sup>۱</sup>، توران<sup>۲</sup> و مهتاپ<sup>۳</sup> در مجله ی *International Journal of Bank Marketing* در سال ۲۰۰۵ و هم چنین مقاله ی «بررسی مقایسه ای کیفیت خدمات بانکی در پنج کشور حوزه ی بالکان» نوشته گلاولی<sup>۴</sup> و پتردو<sup>۵</sup> که در سال ۲۰۰۶ در مجله ی *Managing Service Quality* منتشر شده است.

### روش شناسی تحقیق

### فرضیات تحقیق

برای ایجاد رویکردی پژوهشی در این تحقیق، فرضیاتی تدوین شدند تا با آزمون آن ها بتوان تحلیلی علمی از وضعیت کیفیت خدمات بانکی ارائه داد.

- فرضیه ی اصلی: بین کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.
- فرضیه ی فرعی ۱: بین اثربخشی خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.
- فرضیه ی فرعی ۲: بین تضمین خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.
- فرضیه ی فرعی ۳: بین قابلیت دسترسی خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.
- فرضیه ی فرعی ۴: بین بهای خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.
- فرضیه ی فرعی ۵: بین ابعاد فیزیکی خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.
- فرضیه ی فرعی ۶: بین تنوع خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

- 
- 1-Huseyin Arasli
  - 2-Salih Turan
  - 3-Salime Mehtap
  - 4-Niki Glaveli
  - 5-Eugenia petridou

فرضیه ی فرعی ۷: بین قابلیت اطمینان خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

### روش تحقیق

از لحاظ ماهیت و روش، این تحقیق در زمره ی تحقیقات توصیفی- پیمایشی است؛ چرا که هدف آن توصیف پدیده ی مورد بررسی یعنی کیفیت خدمات بانکی است و به این منظور ماهیت و وضعیت و شرایط موجود را و آن چه هست را توصیف و تفسیر می کند.

### جامعه ی آماری

جامعه ی آماری این تحقیق بدین صورت تعریف شد:

«تمامی مشتریان بانک های شهر تهران که در حداقل یک بانک دولتی و یک بانک خصوصی به طور هم زمان دارای حساب می باشند و در زمان انجام این تحقیق از خدمات بانکی آن ها استفاده می کنند».

تعیین حجم نمونه:

با توجه به نامحدود بودن جامعه ی آماری این تحقیق، حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری از جوامع نامحدود و تخمین برخی عوامل بر مبنای تحقیقات مشابه، تعیین

گردید:

$$n = \frac{z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q}{d^2} = \frac{(1.96)^2 \times (0.6) \times (0.4)}{(0.05)^2} \cong 368$$

بدین ترتیب در سطح خطای  $\alpha = 5\%$  و با برآورد نسبت به اندازه ی  $p=0.6$  و هم چنین تخمین خطای مجاز به میزان  $d=0.05$  حجم نمونه برابر با ۳۶۸ نفر در نظر گرفته شد  $(z_{\alpha/2} = \pm 1.96)$ .

### ابزار گردآوری داده ها

بر اساس ابعاد و مؤلفه های کیفیت خدمات، پرسشنامه ای ۳۹ گزینه ای طراحی شد و با استفاده از مقیاس لیکرت داده های مورد نیاز برای تحقیق جمع آوری گردید. روایی پرسشنامه با تأیید نظر افراد متخصص در روش تحقیق و بانکداری و با توجه به اتکای آن به پرسشنامه ی استاندارد کیفیت خدمات بانکی حاصل گردید. ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده از داده های ۲۵ پرسشنامه عبارت است از ۰/۹۳۷ که اعتبار درونی پرسشنامه را مورد

## بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری..... ۱۳۵

تأیید قرار داد. هم چنین برای سنجش اعتبار بیرونی پرسشنامه از روش دوباره آزمون یا بازآزمایی استفاده شد. ضریب همبستگی امتیازات حاصل از این آزمون ۰/۸۶۱ می باشد.

### روش نمونه گیری

پرسشنامه با اتکا به روش تصادفی طبقه بندی شده و با معیار پنج منطقه ی جغرافیایی شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز شهر تهران و با مراجعه به پنج شعبه از بانک های دولتی و سه شعبه از بانک های خصوصی در هر منطقه و در مجموع چهل شعبه در شهر تهران، در اختیار ۳۶۸ نفر از مشتریانی که شرایطی مشابه با تعریف جامعه ی آماری داشتند، قرار گرفت. از این تعداد پرسشنامه ی توزیع شده، ۱۹۷ عدد برگشت داده شد که نهایتاً ۱۵۰ پرسشنامه قابلیت بررسی داشت.

### جدول شماره ی دو - پراکندگی مشتریان دارای حساب در دو نوع بانک

بانک	تجارت	سپه	صادرات	کشاورزی	مسکن	ملت	ملی	جمع	فراوانی نسبی
اقتصاد نوین	۸	۳	۵	۳	۷	۱۲	۹	۴۷	٪۳۱/۳۵
پارسیان	۸	۵	۸	۴	۵	۸	۱۰	۴۸	٪۳۲
سامان	۳	۴	۴	۳	۳	۴	۳	۲۴	٪۱۶
کارآفرین	۳	۲	۶	۲	۵	۵	۸	۳۱	٪۲۰/۶۵
جمع	۲۲	۱۴	۲۳	۱۲	۲۰	۲۹	۳۰	۱۵۰	٪۱۰۰
فراوانی نسبی	٪۱۴/۶۵	٪۹/۳۵	٪۱۵/۳۵	٪۸	٪۱۳/۳۵	٪۱۹/۳	٪۲۰	٪۱۰۰	

به علت سر و کار داشتن با مشتریان، برگشت نامناسب پرسشنامه های کیفیت خدمات از جمله مشکلات این گونه تحقیقات است. در نهایت به دلیل عدم اتکای تحقیق و نمونه ی آماری به بانک یا بانک هایی خاص، ترکیبی مطابق جدول شماره ی دو به دست آمد.

### تجزیه و تحلیل داده ها

#### جدول شماره ی سه - داده های spss برای آزمون مقایسه ی زوج ها

نتیجه آزمون	سطح معنی داری	t	فاصله اطمینان ۹۵ درصد		انحراف معیار میانگین	انحراف معیار	اختلاف میانگین	ابعاد
			حدّ بالا	حدّ پایین				
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۱۸/۸۶۲	۱/۰۶۹۴۸	۰/۱۸۶۶۶۵	۰/۰۵۱۳۲	۰/۶۲۸۵۹	۰/۹۶۸۰۷	اثربخشی
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۸/۸۷۱	۰/۴۹۶۵۲	۰/۳۱۵۶۲	۰/۰۴۵۷۷	۰/۵۶۰۶۱	۰/۴۰۶۰۷	تضمین
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۱۴/۴۲۷	۱/۲۷۱۲۰	۰/۹۶۴۹۳	۰/۰۷۷۵۰	۰/۹۴۹۱۴	۱/۱۱۸۰۷	قابلیت دسترسی
تأیید $H_0$	۰/۶۷۰	۰/۴۲۶	۰/۱۸۷۴۰	-۰/۱۲۰۸۷	۰/۰۷۸۰۰	۰/۹۵۵۳۴	۰/۰۳۳۲۷	بها
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۱۸/۵۲۶	۱/۸۲۸۲	۱/۴۷۵۸	۰/۰۸۹۱۷	۱/۰۹۲۱۱	۱/۶۵۲	ابعاد فیزیکی
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۹/۵۸۱	۰/۸۳۸۳۴	۰/۵۵۱۶۶	۰/۰۷۲۵۴	۰/۸۸۸۴۴	۰/۶۹۵	تنوع
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۸/۰۹۱	۰/۷۱۶۶۷	۰/۴۳۵۳۳	۰/۰۷۱۱۹	۰/۸۷۱۹۱	۰/۵۷۶	قابلیت اطمینان
رد $H_0$	۰/۰۰۰	۱۵/۲۸۵	۰/۸۷۹۱۱	۰/۶۷۷۸۳	۰/۰۵۰۹۳	۰/۶۲۳۷۷	۰/۷۷۸۴۷	کیفیت خدمات

از آن جایی که داده های به دست آمده از پرسشنامه ها به دو گروه به هم وابسته (غیرمستقل)، یعنی مشتریان توأم بانک های دولتی و خصوصی، نسبت به یک متغیر یعنی کیفیت خدمات بانکی مربوط است؛ فرضیات بر اساس «آزمون مقایسه ی زوج ها» مورد آزمون قرار گرفتند. در جدول شماره ی سه داده های نرم افزار spss برای آزمون فرضیات این تحقیق مشاهده می شوند. سطح معنی داری این تحقیق معادل پنج درصد در نظر گرفته شد.

#### یافته های تحقیق

۱- بین اثربخشی خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری..... ۱۳۷

جدول شماره ی چهار - میانگین و رتبه‌ی مؤلفه های اثربخشی خدمات بانکی

بانکداری خصوصی			اثر بخشی خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه در بعد	رتبه ی کل
۱	۱	۴/۴۹	۱- برخورد مؤدبانه ی کارکنان	۲/۷۱	۶	۲۳
۱۰	۳	۳/۹۹	۲- اهمیت قائل شدن برای مشتریان	۲/۴۲	۸	۳۳
۱۳	۵	۳/۹۱	۳- عدم تأخیر در ارائه ی خدمات بانکی	۲/۵۲	۷	۳۱
۹	۲	۳/۹۹	۴- اطلاع رسانی دقیق به مشتریان	۲/۷۷	۵	۲۲
۱۴	۶	۳/۸۹	۵- ارائه ی خدمات متناسب با نیازهای مشتریان	۳/۱۱	۴	۱۴
۱۲	۴	۳/۹۳	۶- داشتن کارکنان ماهر	۳/۳۴	۱	۱۰
۳۲	۷	۳/۵۶	۷- عدم تناقض میان تصمیمات مدیریت و کارکنان	۳/۱۹	۳	۱۲
۳۶	۸	۳/۳۴	۸- شناخت مشتریان توسط کارکنان	۳/۲۸	۲	۱۱

آماره ی «آزمون مقایسه ی زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است ( $1/96 < 18/862$ ) و با توجه به این که میانگین بعد اثربخشی کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی  $3/8866$  و برای بانکداری دولتی  $2/9205$  است می توان نتیجه گرفت که اثربخشی خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از اثربخشی خدمات بانکداری دولتی است. در جدول شماره ی چهار بیشترین تفاوت در مؤلفه های «برخورد مؤدبانه ی کارکنان» و «اهمیت قائل شدن برای مشتریان» مشاهده می شود.

۲- بین تضمین خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ی پنج - میانگین و رتبه مؤلفه های تضمین خدمات بانکی

بانکداری خصوصی			تضمین خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه در بعد	رتبه کل
۱۱	۱	۳/۹۹	۱- تمایل کارکنان برای کمک به مشتریان	۲/۵۷	۷	۲۹
۱۹	۳	۳/۷۵	۲- تمایل کارکنان برای حل مشکل مشتریان	۲/۵۷	۶	۲۸
۱۵	۲	۳/۸۵	۳- ارائه ی اطلاعات صحیح به مشتریان	۳/۰۵	۵	۱۶
۲۷	۶	۳/۶۳	۴- محرمانه ماندن اطلاعات هر یک از مشتریان	۳/۵۵	۴	۵
۲۰	۴	۳/۷۵	۵- برخورداری بانک از شهرتی مناسب	۳/۸۰	۲	۲
۲۹	۷	۳/۶۱	۶- ایجاد احساس امنیت در مشتریان	۳/۷۳	۳	۳
۲۶	۵	۳/۶۵	۷- مورد اعتماد بودن بانک	۴/۱۰	۱	۱

آماره ی «آزمون مقایسه ی زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است ( $۱/۹۶ < ۸/۸۷۱$ ). با در نظر گرفتن این که میانگین بعد تضمین کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی ۳/۷۴۵۳ و برای بانکداری دولتی ۳/۳۳۹۳ است می توان نتیجه گرفت که تضمین خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از تضمین خدمات بانکداری دولتی است. در جدول شماره ی پنج بیشترین تفاوت در مؤلفه ی «تمایل کارکنان برای کمک به مشتریان» مشاهده می شود. اما مؤلفه های «مورد اعتماد بودن»، «ایجاد احساس امنیت در مشتریان» و «برخورداری از شهرت مناسب» به نفع بانکداری دولتی است.

۳- بین قابلیت دسترسی خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری..... ۱۳۹

جدول شماره ی شش - میانگین و رتبه ی مؤلفه های قابلیت دسترسی خدمات بانکی

بانکداری خصوصی			قابلیت دسترسی خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه در بعد	رتبه ی کل
۳	۱	۴/۳۳	۱- برخورداری از تجهیزات مدرن بانکی	۲/۷۰	۳	۲۴
۱۸	۲	۳/۸۱	۲- صرف زمان کافی برای پاسخ گویی به مشتریان	۲/۴۱	۵	۳۵
۲۲	۳	۳/۷۱	۳- تعداد مناسب تحویل داران در هر شعبه	۲/۴۵	۴	۳۲
۳۴	۱	۳/۵۰	۴- جابه جایی سریع مشتریان در صف ها	۲/۳۹	۶	۳۶
۳۷	۷	۳/۲۱	۵- عدم انتظار طولانی مدت برای دریافت خدمات	۲/۲۲	۷	۳۹
۲۵	۴	۳/۶۶	۶- مناسب بودن ساعات کاری بانک	۲/۷۸	۲	۲۱
۳۰	۵	۳/۶۰	۷- داشتن ماشین های خودپرداز به تعداد کافی	۳/۰۵	۱	۱۷

آماره ی «آزمون مقایسه زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است ( $1/96 < 14/427$ ). با توجه به این که میانگین بعد قابلیت دسترسی کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی  $3/69.2$  و برای بانکداری دولتی  $2/57.21$  است می توان نتیجه گرفت که کیفیت این بعد از خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از بانکداری دولتی است. در جدول شماره ی شش بیشترین تفاوت در مؤلفه های «صرف زمان کافی برای پاسخ گویی به مشتریان» و «تعداد مناسب تحویلداران در هر شعبه» مشاهده می شود.

۴- بین بهای خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود ندارد. آماره ی «آزمون مقایسه ی زوج ها» کوچک تر از مقدار بحرانی است ( $1/96 > 0/67$ ).

جدول شماره ی هفت - میانگین و رتبه مؤلفه های بهای خدمات بانکی

بانکداری خصوصی			بهای خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه در بعد	رتبه ی کل
۳۹	۳	۲/۹۲	۱- متناسب بودن نرخ بهره بانکی	۲/۶۹	۳	۲۵
۲۳	۱	۳/۷۱	۲- منطقی بودن هزینه های افتتاح حساب بانکی	۳/۶۷	۱	۴
۳۸	۲	۲/۹۸	۳- مناسب بودن کارمزد خدمات بانکی	۳/۱۵	۲	۱۳

میانگین بعد بهای کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی ۳/۲۰۴۰ و برای بانکداری دولتی ۳/۱۷۰۷ است که نشان دهنده ی عدم اختلاف قابل اعتنای میانگین ها است. در جدول شماره ی هفت میانگین مؤلفه های بعد بهای خدمات مشاهده می شود.

۵- بین ابعاد فیزیکی خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد. آماره ی «آزمون مقایسه ی زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است ( $۱۸/۵۲۶ < ۱/۹۶$ ). از آن جا که میانگین بعد ابعاد فیزیکی کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی ۴/۱۲۸ و برای بانکداری دولتی ۲/۴۷۶ است می توان نتیجه گرفت که کیفیت ابعاد فیزیکی خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از بانکداری دولتی است. با توجه به جدول شماره ی هشت بیشترین اختلاف کیفیت خدمات بانک ها در این بعد مشاهده می شود و مؤلفه ی «زیبایی دکوراسیون شعبه ها» بالاترین تفاوت را نشان می دهد.

Archive SID



بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی.....۱۴۱

جدول شماره ی هشت - میانگین و رتبه ی مؤلفه های ابعاد فیزیکی خدمات بانکی

بانکداری خصوصی			ابعاد فیزیکی خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه در بعد	رتبه ی کل
۲	۱	۴/۳۵	۱- زیبایی دکوراسیون شعبه ها	۲/۳۹	۴	۳۷
۷	۴	۴/۱۵	۲- پاکیزه بودن تجهیزات بانک	۲/۳۴	۵	۳۸
۶	۳	۴/۱۶	۳- منظم بودن محیط کاری	۲/۴۲	۳	۳۴
۲۴	۵	۳/۷۱	۴- استفاده از فرم هایی با ظاهری جذاب	۲/۵۷	۲	۳۰
۴	۲	۴/۲۷	۵- آراستگی ظاهری کارکنان	۲/۶۵	۱	۲۶

۶- بین تنوع خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

جدول شماره ی نه - میانگین و رتبه ی مؤلفه های تنوع خدمات بانکی

بانکداری خصوصی			تنوع خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه در بعد	رتبه ی کل
۵	۱	۴/۱۷	۱- صدور انواع کارت های اعتباری	۲/۸۴	۳	۱۹
۲۸	۲	۳/۶۳	۲- ارائه ی مناسب خدمات اینترنتی	۲/۶۵	۴	۲۷
۳۵	۴	۳/۳۷	۳- متنوع بودن تسهیلات بانکی	۳/۰۹	۲	۱۵
۳۱	۳	۳/۵۷	۴- متنوع بودن حساب های بانکی	۳/۳۸	۱	۹

آماره «آزمون مقایسه ی زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است (۱/۹۶ < ۹/۵۸۱). با توجه به این که میانگین بعد تنوع کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی ۳/۶۸۵ و برای بانکداری دولتی ۲/۹۹ است می توان نتیجه گرفت که تنوع خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از تنوع خدمات بانکداری دولتی است. در جدول شماره ی نه بیشترین اختلاف در مؤلفه های «صدور انواع کارت های اعتباری» و «ارائه ی مناسب خدمات اینترنتی» مشاهده

می شود.

۷- بین قابلیت اطمینان خدمات بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی تفاوت معناداری وجود دارد.

**جدول شماره ی ده - میانگین و رتبه ی مؤلفه های قابلیت اطمینان خدمات بانکی**

بانکداری خصوصی			قابلیت اطمینان خدمات بانکی	بانکداری دولتی		
رتبه ی کل	رتبه در بعد	میانگین		میانگین	رتبه ی کل	رتبه در بعد
۲۱	۴	۳/۷۳	۱- ارائه ی خدمات در زمان وعده داده شده	۲/۹۷	۴	۱۸
۳۳	۵	۳/۵۱	۲- کارا بودن سیستم های خودپرداز	۲/۸۳	۵	۲۰
۸	۱	۴/۱۳	۳- دقیق بودن صورت حساب های بانکی	۳/۵۱	۱	۶
۱۷	۳	۳/۸۳	۴- عدم اشتباه در ارائه ی خدمات بانکی	۳/۳۹	۳	۸
۱۶	۲	۳/۸۵	۵- دقیق بودن سوابق بایگانی شده ی حساب ها	۳/۴۷	۲	۷

آماره ی «آزمون مقایسه ی زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است ( $1/96 < 8/091$ ). با توجه به این که میانگین بعد قابلیت اطمینان کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی  $3/8107$  و برای بانکداری دولتی  $3/2347$  است می توان گفت که در این بعد کیفیت خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از بانکداری دولتی است. در جدول شماره ی ده بیشترین تفاوت در مؤلفه های «ارائه ی خدمات در زمان وعده داده» و «کارا بودن سیستم های خود پرداز» مشاهده می شود.

۸- بدین ترتیب می توان به سهولت دریافت که بین کیفیت خدمات بانکداری خصوصی و بانکداری دولتی تفاوت معناداری وجود دارد. آماره ی «آزمون مقایسه ی زوج ها» بزرگ تر از مقدار بحرانی است ( $1/96 < 15/285$ ). با توجه به این که میانگین ابعاد کیفیت خدمات برای بانکداری خصوصی  $3/7399$  و برای بانکداری دولتی  $2/9574$  است می توان نتیجه گرفت که کیفیت خدمات بانکداری خصوصی بیشتر از کیفیت خدمات بانکداری دولتی است.

بررسی میانگین امتیاز ابعاد کیفیت خدمات بانکداری خصوصی نشان می دهد که ابعاد فیزیکی و اثربخشی دارای بیشترین امتیاز می باشند. ترتیب امتیازات ابعاد کیفیت خدمات

بررسی تطبیقی کیفیت خدمات بانکداری دولتی و بانکداری..... ۱۴۳

در بانکداری خصوصی در جدول شماره‌ی یازده آمده است :

جدول شماره‌ی یازده - رتبه بندی ابعاد کیفیت خدمات بانکداری خصوصی

انحراف معیار	میانگین	ماکزیمم	مینیمم	کیفیت خدمات بانکداری خصوصی	
۰/۶۲۱۴۴	۴/۱۲۸۰	۵/۰۰	۲/۲۰	ابعاد فیزیکی	۱
۰/۳۰۳۶۳	۳/۸۸۸۶	۴/۵۰	۳/۲۵	اثربخشی	۲
۰/۴۹۴۶۹	۳/۸۱۰۷	۴/۶۰	۲/۶۰	قابلیت اطمینان	۳
۰/۳۹۴۵۴	۳/۷۴۵۳	۴/۵۷	۳/۰۰	تضمین	۴
۰/۶۰۰۵۲	۳/۶۹۰۲	۴/۵۷	۲/۲۹	قابلیت دسترسی	۵
۰/۶۱۴۰۳	۳/۶۸۵۰	۵/۰۰	۲/۵۰	تنوع خدمات	۶
۰/۷۰۱۰۵	۳/۲۰۴۰	۴/۳۳	۲/۰۰	بهای خدمات	۷

هم‌چنین بررسی میانگین امتیاز ابعاد کیفیت خدمات بانکداری دولتی نشان می دهد که تضمین و قابلیت اطمینان بیشترین امتیاز را دارا هستند. ترتیب امتیازات ابعاد کیفیت خدمات در بانکداری دولتی در جدول شماره‌ی دوازده مشاهده می شود.

جدول شماره‌ی دوازده - رتبه بندی ابعاد کیفیت خدمات بانکداری دولتی

انحراف معیار	میانگین	ماکزیمم	مینیمم	کیفیت خدمات بانکداری دولتی	
۰/۳۷۸۴۵	۳/۳۳۹۳	۴/۲۹	۲/۵۷	تضمین	۱
۰/۶۹۵۰۴	۳/۲۳۴۷	۴/۸۰	۱/۰۰	قابلیت اطمینان	۲
۰/۶۰۶۰۱	۳/۱۷۰۷	۴/۳۳	۲/۰۰	بهای خدمات	۳
۰/۶۶۷۳۶	۲/۹۹	۴/۷۵	۱/۲۵	تنوع خدمات	۴
۰/۵۱۳۲۴	۲/۹۲۰۵	۴/۳۸	۱/۸۸	اثربخشی	۵
۰/۶۹۷۸۸	۲/۵۷۲۱	۴/۲۹	۱/۲۹	قابلیت دسترسی	۶
۰/۸۵۱۵۸	۲/۴۷۶۰	۴/۴۰	۱/۰۰	ابعاد فیزیکی	۷

تمامی میانگین‌های ابعاد کیفیت خدمات بانکداری خصوصی بزرگ‌تر از بانکداری دولتی می باشند. بیشترین تفاوت میانگین در ابعاد فیزیکی و قابلیت دسترسی خدمات است. ترتیب تفاوت میانگین‌های کیفیت خدمات در جدول شماره‌ی سیزده مشاهده می شود.

جدول شماره ی سیزده - مقایسه میانگین امتیازات هر یک از ابعاد در بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی

ابعاد کیفیت خدمات		بانکداری خصوصی	بانکداری دولتی	اختلاف میانگین
۱	ابعاد فیزیکی	۴/۱۲۸	۲/۴۷۶	۱/۶۵۲
۲	قابلیت دسترسی	۳/۶۹۰۲	۲/۵۷۲۱	۱/۱۱۸۱
۳	اثربخشی	۳/۸۸۸۶	۲/۹۲۰۵	۰/۹۶۸۱
۴	تنوع خدمات	۳/۶۸۵	۲/۹۹	۰/۶۹۵
۵	قابلیت اطمینان	۳/۸۱۰۷	۳/۲۳۴۷	۰/۵۷۶
۶	تضمین	۳/۷۴۵۳	۳/۳۳۹۳	۰/۴۰۶
۷	بهای خدمات	۳/۲۰۴	۳/۱۷۰۷	۰/۰۳۳۳

### نتیجه گیری

همان گونه که مشاهده شد کیفیت خدمات بانکداری دولتی در مقایسه با بانکداری خصوصی وضعیت نامطلوبی دارد. بانکداری دولتی برای ارتقای خدمات خود ضروری است به مواردی چون به بهبود کیفی محیط های کاری، به کارگیری تجهیزات مدرن، به کارگماری تعداد متناسب کارکنان در هر شعبه با توجه به حجم مراجعات، دقت و صرف زمان کافی برای هر مشتری، کاهش کاغذبازی و فرایندهای زاید بوروکراتیک، افزایش مهارت های ارتباطی و فنی کارکنان و توجه به رضایت مندی آنها، عدم تناقض میان تصمیمات مدیریت و کارکنان در قبال درخواست های مشتریان، ارائه ی خدمات متنوع با توجه به نیازهای متفاوت مشتریان، اطلاع رسانی به موقع در مورد خدمات نوین و تشویق به استفاده از آنها، کاهش اشتباهات، اطمینان بخشی به مشتریان درباره ی انجام کارای امور بانکی توجه کافی مبذول دارد. بانک های خصوصی نیز برای حفظ نگرش مثبت مشتریان باید در به روزآوری و گسترش قابلیت ها، کوششی دوچندان داشته باشند. قابل انکار نیست که در شرایطی برابر و با اعتلای فرهنگ مشتری مداری و کیفیت گرایی، آن که اصول را پاس بدارد باقی می ماند.

منابع و مأخذ :

1. Bahia Kamilia & Nantel Jacques(2000) «A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks», *International Journal of Bank Marketing*, Vol 18, No 2.
2. Buttle, Francis (1996) «SERVQUAL: review, critique, research agenda», *European Journal of Marketing*, Vol. 30, No. 1.
3. Cdlir, D.A(1987) *Service Management*, 3<sup>th</sup> ed, London, Prentice Hall.
4. Glaveli, Niki, Petridou, Eugenia, Liassides, Chris & Spathis Charalambos (2006)«Bank service quality: evidence from five Balkan countries», *Managing Service Quality*, Vol 16, No 4.
5. Lovelock, Christopher(1991) *Services Marketing*, 2<sup>th</sup> ed, London, Prentice Hall.
6. Mohamadi, Valiollah (1977), *Bank & Banking Operations*, 2<sup>th</sup> ed, Tehran: Institute of Acconnting. (in Persian)
7. Newman, K(2001) «Interrogating SERVQUAL: A critical assessment of service quality measurement in a high street retail bank», *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, No. 3.
8. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L.(1985) «A conceptual model of service quality and its implications for future research», *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 3.
9. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L.(1988) «SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perception of service quality», *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.
10. Roberts, K, Varki, S and Brodie, R(2003) «Measuring quality of relationships in consumer services: an empirical study», *European Journal of Marketing*, Vol. 37, No. 1-2.
11. Roosta, Ahmad, Venouss, Davar & Ebrahimi Abdolhamid (2007), *Marketing Management*, 11<sup>th</sup>ed, Tehran: Samt. (in Persian)
12. Venouss, Davar & Safaian, Mitra (2002) , *Aplication Methods of Bank Service Marketing for Persian's Banks*, 1<sup>th</sup>ed, Tehran:

Negahe Danesh. (in Persian)

13. [www.parsianbank.org](http://www.parsianbank.org)

Archive of SID