

چکیده

رقابت برای بهبود کیفیت محصولات و خدمات، سرنوشت همه صنایع و مؤسسات خدماتی را رقم می‌زند. تاکنون مطالعات متعددی در ارتباط با بهبود کیفیت و تنوع محصولات و عوامل مؤثر بر آن صورت گرفته، اما کمتر به مؤسسات خدماتی پرداخته شده است. نظام بانکی دولتی ایران با بیش از 17000 شعبه و 000.160 نفر نیروی انسانی شاغل، به عنوان مراکز مالی که اکثریت مردم با آنها سروکار دارند، امروزه با چالش‌های بی‌شماری مواجه شده است. حضور بانک‌های خصوصی، زمزمه فعالیت بانک‌های خارجی و همچنین پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی، نیاز به تغییر نگرش در نحوه ارائه خدمات را به یک الزام تبدیل نموده است. الزامی که خود نیازمند راهبردهای متنوعی است تا بتوان به وسیله آن‌ها بر چالش‌های مذکور فائق آمد. استراتژی بهبود و تنوع خدمات یکی از این راهبردهاست. این دو استراتژی در بطن خود نیازمند چرخش‌های استراتژیک در فن‌آوری ارائه خدمات و ارزش آفرینی برای مشتریان است. به موازات تحول در فن‌آوری و ساختار اجتماعی جامعه، چرخش از بانکداری متعارف به بانکداری الکترونیک، یک بستر گریز ناپذیر برای بهبود و تنوع خدمات خواهد بود. همچنین توجه به سرمایه‌های انسانی بانک‌ها به عنوان یک گام بنیادین در جهت بهبود کیفیت خدمات و ارزش آفرینی برای مشتریان است. مدیریت ریسک، لزوم تنوع در درآمدها و همچنین دامنه گسترده خدمات مطابق با استانداردهای بانک‌های جهانی می‌طلبند تا بانک‌ها همزمان با اتخاذ استراتژی خصوصی سازی، در جهت ایجاد مؤسسه مادر تخصصی (هولدینگ) به امور سرمایه‌گذاری، بیمه‌گری و سایر فعالیت‌های تخصصی بپردازند. و مهم‌تر از همه، افزایش سطح انتظارات مشتریان از بانک‌ها، راه حلی جز بهبود کیفیت خدمات و به کار بستن راهبردهای ارزش آفرینی برای مشتریان نخواهد داشت. این مقاله بر آن است تا با کالبدشکافی فضای فعالیت نظام بانکی و معرفی چالش‌های مختلف، راهبردهای بهبود و تنوع سازی خدمات را در قالب تجارب بانک کشاورزی به شکلی نظام‌مند معرفی کند.

کلمات کلیدی: بانک کشاورزی، زنجیره ارزش خدمات، مهندسی خدمت، استراتژی متنوع‌سازی، استراتژی بهبود خدمات، فرصت‌ها.