



**پایان نامه کارشناسی ارشد**  
**گروه مدیریت بازاریابی (MBA)**

بررسی رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی  
مطالعه موردی: شعب بانک صادرات در منطقه ۱۱ تهران

**دانشجو:**

فرشید ناظریان

**استاد راهنما:**

دکتر محمدجواد محمودی

**استاد مشاور:**

دکتر محمود رضا مستقیمی

تابستان ۱۳۹۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقدیرم به:

همه مرهم بر بازم به پاس همز حرمت با مجرب منو حمایت های بی نیکش همیشه در طو

احال تحصیل مشوق این جانب بوده است. و فرزندم مدعشریا

با تشکر از:

مای دکتروم مدجواد محمد ودی و آقای دکتروم محمد و درضا مرتضی و آقای دکتروم

محمد و د. مثنیٰ آقای دکتروم مدد و سید باران نماینده هیئت وزانه و در نه شانصرا در

انجام این تحقیق یاری نمودند.

بسمه تعالی

در تاریخ:

دانشجوی کارشناسی ارشد آقای فرید ناظریان از پایان نامه خود دفاع نموده و با

نمره... ۱۹.۴... به حروف... بنویزید... کجا... و با درجه... عالی...

مورد تصویب قرار گرفت.

محمد  
عضء هیئت اراستگان

## فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۰	فصل اول: کلیات تحقیق .....
۱	۱-۱. مقدمه .....
۲	۲-۱. بیان مساله تحقیق .....
۳	۳-۱. ضرورت و اهمیت تحقیق .....
۶	۴-۱. اهداف تحقیق .....
۶	فصل دوم: مبانی نظری و تجربی تحقیق.....
۷	۱-۲. مقدمه .....
۷	۲-۲. بانکداری الکترونیکی .....
۷	۱-۲-۲. کسب و کار الکترونیک .....
۷	۲-۲-۲. تجارت الکترونیک .....
۷	۱-۲-۲-۲. جایگاه بانکداری الکترونیکی در تجارت الکترونیکی.....
۸	۲-۲-۲-۲. تعریف بانکداری الکترونیک .....
۷	۳-۲-۲-۲. تاریخچه بانکداری الکترونیکی .....
۸	۳-۲-۲-۲. مزایای بانکداری الکترونیکی .....
۹	۴-۲-۲. یک فرصت، یک تهدید.....
۹	۵-۲-۲. توسعه تجارت و بانکداری الکترونیکی.....
۹	۶-۲-۲. عملیات بانکداری الکترونیک در سیستم بانکی کشور.....
۱۰	۷-۲-۲. اجزای بانکداری الکترونیک در ایران.....
۱۱	۸-۲-۲. رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری .....
۱۲	۳-۲. پرداخت الکترونیکی.....
۱۴	۴-۲. مدل‌های پرداخت الکترونیک.....
۱۴	۵-۲. رویکردهای بانکداری الکترونیکی.....
۱۵	۶-۲. سوئیت.....
۱۶	۷-۲. سیستم‌های بانکداری الکترونیکی.....
۱۷	۱-۷-۲. زیر ساخت‌ها و بسترهای مورد نیاز برای توسعه بانکداری الکترونیکی.....
۱۷	۲-۷-۲. مشتری مداری اصل اول استفاده از سیستم بانکداری .....
۱۸	۳-۷-۲. اصل ایجاد تنوع در ابزارهای خدمات رسانی سیستم‌های بانکداری الکترونیکی.....
۱۸	۸-۲. وضعیت خودپرداز، پوز و کارت بانکی تا انتهای سال ۸۶.....
۲۰	۹-۲. ضرورت توسعه بانکداری الکترونیک در ایران.....
۲۱	۱۰-۲. حرکت به سمت بانکداری الکترونیک.....
۲۲	۱۱-۲. روند اتوماسیون سیستم بانکی.....
۲۳	۱۲-۲. نصب پایانه فروش و سبقت بانک‌های خصوصی.....
۲۴	۱۳-۲. بانکداری الکترونیکی و اینترنتی در ایران.....
۲۵	۱۴-۲. تاثیرات گسترش بانکداری الکترونیکی.....
۲۵	۱۵-۲. تاریخچه بانک صادرات.....
۲۷	۱-۱۵-۲. وضعیت کنونی.....

۲۸	..... ۲-۱۵-۲. عضویت در بورس اوراق بهادار.....
۲۹	..... ۳-۱۵-۲. عناوین فعالیت‌های بانک صادرات ایران.....
۲۹	..... ۴-۱۵-۲. مشاوره و اطلاع رسانی.....
۳۰	..... ۵-۱۵-۲. فناوری بانکداری الکترونیکی.....
۳۱	..... ۶-۱۵-۲. خدمات ارزی.....
۳۲	..... ۷-۱۵-۲. مبادلات ارزی بین‌المللی.....
۳۳	..... ۸-۱۵-۲. گشایش اعتبارات اسنادی وارداتی.....
۳۴	..... ۹-۱۵-۲. خدمات و محصولات ویژه.....
۳۴	..... ۱۰-۱۵-۲. اهداف و مأموریت‌ها.....
۳۶	..... ۱۱-۱۵-۲. انواع کارتهای بانک صادرات.....
۳۶	..... ۱۶-۲. چهارچوب نظری.....
۳۷	..... ۱۷-۲. پیشینه تحقیق.....
۳۷	..... ۱-۱۷-۲. تحقیقات داخلی.....
۳۸	..... ۲-۱۷-۲. تحقیقات خارجی.....
۳۹	..... ۱۸-۲. مدل تحقیق.....
۴۰	..... ۱۹-۲. فرضیات تحقیق.....
۴۱	..... ۲۰-۲. قلمرو تحقیق.....
۵۲	..... ۱-۲۰-۲. قلمرو زمانی.....
۵۳	..... ۲-۲۰-۲. قلمرو موضوعی.....
۵۳	..... ۳-۲۰-۲. قلمرو مکانی.....
۶۰	..... ۲۱-۲. تعاریف مفهومی و عملیاتی.....
۶۶	..... فصل سوم: روش اجرای تحقیق.....
۶۷	..... ۱-۳. مقدمه.....
۶۷	..... ۲-۳. روش تحقیق.....
۶۷	..... ۳-۳. جامعه آماری.....
۶۷	..... ۴-۳. نمونه آماری و روش نمونه‌گیری.....
۶۸	..... ۵-۳. ابزار و روش جمع‌آوری اطلاعات.....
۶۸	..... ۶-۳. روش آزمون فرضیه‌های تحقیق.....
۷۱	..... فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌های آماری.....
۷۲	..... ۱-۴. مقدمه.....
۷۳	..... ۲-۴. آمار توصیفی.....
۹۲	..... ۳-۴. آمار استنباطی.....
۱۱۲	..... ۴-۴. رگرسیون چند متغیره.....
۱۱۴	..... فصل پنجم: بحث و نتیجه‌گیری.....
۱۱۵	..... ۱-۵. خلاصه و نتیجه‌گیری.....
۱۲۰	..... ۲-۵. بحث.....
۱۲۱	..... ۳-۵. محدودیت‌های پژوهش.....
۱۲۱	..... ۴-۵. پیشنهادات.....
۱۲۴	..... فهرست منابع.....





## فهرست جدول‌ها، نمودارها و شکل‌ها

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۲۲	جدول شماره ۱-۲. تعداد پیامها در سال‌های مختلف.....
۲۶	جدول شماره ۲-۲. فهرست بانک‌های دارای خودپرداز به ترتیب تعداد بهره‌برداری شده.....
۳۷	جدول شماره ۳-۲ ترکیب شعبه‌های بانک صادرات بنا به گزارش هیئت مدیره.....
۶۸	جدول شماره ۱-۳. جدول گرجسی و مورگان.....
۷۳	جدول ۱-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس.....
۷۴	جدول ۲-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل.....
۷۵	جدول ۳-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدرک تحصیلی.....
۷۶	جدول ۴-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۷۷	جدول ۵-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن.....
۷۸	جدول ۶-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سطح درآمد.....
۷۹	جدول ۷-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۸۰	جدول ۸-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کسب و کار در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۸۲	جدول ۹-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۸۳	جدول ۱۰-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۸۵	جدول ۱۱-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد دفعات استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی در طول یک هفته.....
۸۶	جدول ۱۲-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب بیشترین مانع استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۸۷	جدول ۱۳-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده بیشتر از نوع خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۸۸	جدول ۱۴-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عوامل تعدیل کننده در پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۰	جدول ۱۵-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نحوه اطلاع رسانی توسط بانک، راجع به خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۹۱	جدول ۱۶-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ترجیح شیوه های اطلاع رسانی راجع به خدمات بانکداری الکترونیکی.....
۹۲	جدول ۱-۳-۴. نتایج توافقی بین سن و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۳	جدول ۲-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین سن و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۳	جدول ۳-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین سن و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۴	جدول ۴-۳-۴. نتایج توافقی بین نوع شغل و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۵	جدول ۵-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین نوع شغل و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۵	جدول ۶-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی کرامر بین نوع شغل و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۶	جدول ۷-۳-۴. نتایج توافقی بین سطح تحصیلات و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۷	جدول ۸-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین سطح تحصیلات و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۷	جدول ۹-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین سطح تحصیلات و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۸	جدول ۱۰-۳-۴. نتایج توافقی بین نوع کسب و کار و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۹	جدول ۱۱-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین نوع کسب و کار و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۹۹	جدول ۱۲-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین نوع کسب و کار و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی.....
۱۰۰	جدول ۱۳-۳-۴. نتایج توافقی بین جنس و پذیرش بانکداری الکترونیکی.....

- جدول ۱۴-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین جنس و پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۱
- جدول ۱۵-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی کرامر بین جنس و پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۱
- جدول ۱۶-۳-۴. نتایج توافقی بین درآمد مشتریان و پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۲
- جدول ۱۷-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین درآمد مشتریان و پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۳
- جدول ۱۸-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین درآمد و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۳
- جدول ۱۹-۳-۴. نتایج توافقی بین میزان پذیرش تغییرات جدید توسط مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۴
- جدول ۲۰-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین میزان پذیرش تغییرات جدید توسط مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۵
- جدول ۲۱-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین میزان پذیرش تغییرات جدید توسط مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۵
- جدول ۲۲-۳-۴. نتایج توافقی بین میزان نیاز به انجام خدمات بانکی مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۶
- جدول ۲۳-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین میزان نیاز به انجام خدمات بانکی مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۷
- جدول ۲۴-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین میزان نیاز به انجام خدمات بانکی مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۷
- جدول ۲۵-۳-۴. نتایج توافقی بین میزان مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی.. ..... ۱۰۸
- جدول ۲۶-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین میزان مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۹
- جدول ۲۷-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین میزان مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۰۹
- جدول ۲۸-۳-۴. نتایج توافقی بین میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار و پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۱۰
- جدول ۲۹-۳-۴. نتایج آزمون کای دو بین میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار و پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۱۱
- جدول ۳۰-۳-۴. نتایج آزمون همبستگی گاما بین میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی ..... ۱۱۱
- جدول ۱-۴-۴. متغیرهای که در معادله رگرسیون به روش گام به گام وارد شده‌اند. .... ۱۱۳
- نمودار ۱-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس. .... ۷۳
- نمودار ۲-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل. .... ۷۴
- نمودار ۳-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدرک تحصیلی. .... ۷۵
- نمودار ۴-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت زمان استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی. .... ۷۶
- نمودار ۵-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن. .... ۷۷
- نمودار ۶-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سطح درآمد. .... ۷۸
- نمودار ۷-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی. .... ۷۹
- نمودار ۸-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نوع کسب و کار در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی. .... ۸۱
- نمودار ۹-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی. .... ۸۲
- نمودار ۱۰-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده و پذیرش بانکداری الکترونیکی. .... ۸۴
- نمودار ۱۱-۲-۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تعداد دفعات استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی در طول یک ..... ۸۵

.....هفته	
۸۶	.....نمودار ۴-۲-۱۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب بیشترین مانع استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی
۸۷	.....نمودار ۴-۲-۱۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده بیشتر از نوع خدمات بانکداری الکترونیکی
۸۹	.....نمودار ۴-۲-۱۴. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب عوامل تعدیل کننده در پذیرش بانکداری الکترونیکی
۹۰	.....نمودار ۴-۲-۱۵. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نحوه اطلاع رسانی توسط بانک، راجع به خدمات بانکداری الکترونیکی
۹۱	.....نمودار ۴-۲-۱۶. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ترجیح شیوه‌های اطلاع رسانی راجع به خدمات بانکداری الکترونیکی
۹۲	.....نمودار ۴-۳-۱. نتایج توافقی بین سن و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۹۴	.....نمودار ۴-۳-۲. نتایج توافقی بین نوع شغل و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۹۶	.....نمودار ۴-۳-۳. نتایج توافقی بین سطح تحصیلات و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۹۸	.....نمودار ۴-۳-۴. نتایج توافقی بین نوع کسب و کار و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۱۰۰	.....نمودار ۴-۳-۵. نتایج توافقی بین جنس و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۱۰۲	.....نمودار ۴-۳-۶. نتایج توافقی بین درآمد و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۱۰۴	.....نمودار ۴-۳-۷. نتایج توافقی بین میزان پذیرش تغییرات جدید توسط مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی
۱۰۶	.....نمودار ۴-۳-۸. نتایج توافقی بین میزان نیاز به انجام خدمات بانکی مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی
۱۰۸	.....نمودار ۴-۳-۹. نتایج توافقی بین میزان مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی
۱۱۰	.....نمودار ۴-۳-۱۰. نتایج توافقی بین میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار و پذیرش بانکداری الکترونیکی
۳۳	.....شکل ۱، لوگوی بانک صادرات ایران
۴۲	.....شکل ۲، برات کارت تضمینی

بررسی رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی  
(مطالعه موردی: شعب بانک صادرات در منطقه ۱۱ تهران)

## فرشید ناظریان

### چکیده

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی در شعب بانک صادرات منطقه ۱۱ تهران است. روش تحقیق در این مطالعه پیمایشی بوده و از ۳۰۰ نفر از مراجعه کنندگان به شعب این بانک، اطلاعات مورد نیاز گردآوری شده است. اطلاعات جمع آوری شده، با استفاده از آماره آزمون کای دو و تابع ضریب همبستگی گاما و آزمون همبستگی کرامر و همچنین رگرسیون چند متغیره مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد ۴۲/۳ درصد پاسخگویان مرد و مابقی زن، ۲۹/۶ درصد شاغل در بخش دولتی، ۲۳/۵ درصد شاغل در بخش خصوصی، ۲۰/۱ درصد خانه دار، ۱۸/۴ درصد دانشجو و ۸/۵ درصد بیکار، ۵۴/۹ درصد دارای مدرک تحصیلی لیسانس، ۱۷/۵ درصد دارای فوق لیسانس و بالاتر، ۱۶/۲ درصد دارای دیپلم و پایین‌تر است. مدت زمان استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی، برای ۶۷/۷ درصد از پاسخگویان بیشتر از دو سال بوده، ۴۸/۱ درصد از پاسخگویان با بیشترین فراوانی در رده سنی بین ۲۰ تا ۳۰ سال قرار دارند. بیشترین درصد پاسخگویان دارای درآمدی پایین‌تر از ۱ میلیون تومان و کمترین درصد دارای درآمدی بالاتر از ۵ میلیون تومان بوده‌اند. ۹۸ درصد از پاسخگویان از خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده می‌کنند. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که بین ویژگی‌های مشتریان (سن، جنس، درآمد، سطح تحصیلات و نوع شغل)، نوع کسب و کار، میزان پذیرش تغییرات جدید توسط مشتریان، میزان نیاز به انجام خدمات بانکی مشتریان، میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار و مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت با متغیر وابسته (میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی) رابطه معناداری وجود دارد و همه فرضیات این پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین نتایج آزمون رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد که چهار متغیر، میزان ایجاد انگیزه توسط عوامل و شرایط اثر گذار، مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت، نوع کسب و کار و شغل در معادله باقی ماندند و مابقی متغیرها از معادله خارج شده‌اند. این چهار متغیر با هم توانسته‌اند ۶۲/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

**واژگان کلیدی:** پذیرش بانکداری الکترونیکی، ویژگی‌های مشتریان، بانک صادرات

# فصل اول

## کلیات تحقیق

توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی آثار بسیار مثبتی در عرصه‌های مختلف علمی، اجتماعی و اقتصادی جوامعی که از این فناوری‌ها بهره مناسب را برده‌اند گذاشته است. کارشناسان مسائل توسعه امروزه در بررسی شاخص‌های توسعه هرگز موارد خاص را مورد توجه قرار نمی‌دهند بلکه تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم هر یک از ویژگی‌های تاثیرگذار را در ترکیب با سایر روابط مورد ارزیابی قرار می‌دهند.

پیشرفت در فن‌آوری، اطلاع‌رسانی و ارتباطات شبکه‌های اطلاعاتی جهت افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات، بانکداری را نیز تحت تاثیر خود قرار داده است. از نیمه قرن بیستم به بعد بانکداری دچار تحول عظیمی گشت و امروزه بانکها به مراکز پردازش اطلاعات تبدیل شده‌اند. با توسعه دو مفهوم پول الکترونیک و انتقال الکترونیکی منابع، مفهوم جدیدی تحت عنوان بانکداری الکترونیک مطرح شد. امروزه شیوه عرضه خدمات در بانکها با گسترش شبکه اینترنت و قابل دسترس بودن آن برای همگان متحول شده است. سیستم انتقال الکترونیکی وجوه از طریق ابزاری همچون کارت‌ها یا کدها راه اندازی می‌شود که امکان دسترسی آسان به حساب‌های شخصی را فراهم می‌کند.

با توجه به اینکه مبادلات مالی جز لاینفک مبادلات تجاری است. از این رو همگام با گسترش حجم تجارت الکترونیکی جهانی، نهادهای پولی و مالی نیز به منظور پشتیبانی و تسهیل تجارت الکترونیک به طور گسترده ای به استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات روی آورده‌اند در نتیجه طی چند دهه اخیر سیستم‌های پرداخت سنتی به تدریج در حال جایگزینی با سیستم‌های پرداخت الکترونیکی می‌باشند (دهدشتی شاهرخ، ۱۳۸۸: ۹۲).

در نتیجه ما بر آن شده‌ایم تا رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی را مورد بررسی و تحلیل قرار دهیم. در این فصل به بیان کلیاتی از جمله بیان مسئله تحقیق و موضوع تحقیق ما که شامل مدل تحقیق نیز می‌باشد و ضرورت و اهمیت انجام این تحقیق برای ما و هدفمان از این تحقیق که شامل یافتن بررسی رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش این تکنولوژی در کشورمان و پیدا کردن راه حلی برای بهتر شدن آن می‌باشد و فرضیه‌ها یا سئوالات تحقیق که با جستجو در تحقیقات گذشته و یافتن تحقیقاتی در زمینه پذیرش بانکداری الکترونیکی به فرضیه‌هایی در این زمینه رسیده‌ایم و قلمرو تحقیق خود چه از جهت زمانی و چه مکانی و موضوعی و تعاریف عملیاتی از کلید واژه‌های خود همچون بانکداری الکترونیکی، نوع مشتری، نوع کسب و کار و انگیزه خواهیم پرداخت.

## ۱-۲. بیان مسئله تحقیق

بانکداری الکترونیک عبارت است از ارائه خدمات مالی و بانکی از طریق شبکه الکترونیک و اینترنت که به عنوان یکی از مهمترین زیر ساخت‌های تجارت الکترونیک توجه بسیاری را به خود معطوف داشته و بسیاری از پژوهشگران وقت خود را صرف مبانی توسعه بانکداری الکترونیک نموده اند. بانکداری الکترونیک در سالهای اخیر دارای جهشی بی سابقه بوده است و تردیدی نیست که برای ورود به بازارهای جهانی داشتن نظام بانکی کار آمد که بتواند با دقت، سرعت و تکنولوژی هم سطح با بانکهای دنیا رقابت نماید، ضروری است (دهدشتی شاهرخ، ۱۳۸۸: ۹۲).

همانطور که می‌دانیم، عمر بانکداری الکترونیکی در ایران به بیش از ۱۰ سال نمی‌رسد و با توجه به این نکته که سطح سواد افراد جامعه با هم تفاوت دارد و حتی سلاقی و علایق افراد جوان و مسن با هم فرق دارد، لذا ورود و سرعت پذیرش فناوری‌های نو و جدید از جمله بانکداری الکترونیکی و خدمات آن از طرف افراد جامعه به ویژه مشتریان بانکها ممکن است متفاوت باشد و در مواقعی حتی با کندی صورت گیرد. از طرفی با توجه به افزایش جمعیت و مهم بودن زمان برای شهروندان و مشتریان بانکها به ویژه در شهرهای بزرگ و من جمله تهران، خدمات بانکداری الکترونیکی می‌تواند به عنوان یک عامل مهم برای صرفه‌جویی در وقت و پول مشتری و حتی ایمنی بیشتر برای او تلقی گردد.

مزایای بانکداری الکترونیک را می‌توان از دو جنبه مشتریان و مؤسسات مالی مورد توجه قرار داد. از دید مشتریان می‌توان به صرفه‌جویی در هزینه‌ها، صرفه‌جویی در زمان و دسترسی به کانال‌های متعدد برای انجام عملیات بانکی اشاره کرد. از دید مؤسسات مالی می‌توان به ویژگی‌هایی چون ایجاد و افزایش شهرت بانکها در ارائه نوآوری، حفظ مشتریان علی‌رغم تغییرات مکانی آنها، ایجاد فرصت برای جست‌وجوی مشتریان جدید در بازارهای هدف، گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت و برقراری شرایط رقابت کامل را نام برد.

بر اساس آمار بانک مرکزی بیش از ۷ میلیارد و ۱۱۰ میلیون قطعه اسکناس در ایران مورد استفاده قرار می‌گیرد که از این نظر ایران جایگاه اول را در دنیا در اختیار دارد. از سویی عمر متوسط هر اسکناس در صورتی که به خوبی نگهداری شود ۵/۳ سال می‌باشد. اگر بخواهیم اسکناس‌های فرسوده را به موقع امحا کنیم، باید هر ساله یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون قطعه اسکناس از رده خارج شود که در حال حاضر تنها ظرفیت تولید ۷۰۰ میلیون قطعه وجود دارد. از سوی دیگر استقرار بانکداری الکترونیک و به طور خاص بانکداری اینترنتی، علاوه بر ارتقاء سطح کیفی خدمات، ۶۰ تا ۷۰ درصد هزینه‌های بانکها را کاهش می‌دهد (آماده و جعفرپور، ۲۰۰۷).

در سال‌های آتی شکل و شمایل اغلب معاملات پرداخت مشتریان دگرگون خواهد شد و شیوه‌های نوین الکترونیکی جایگزین استفاده از پول نقد خواهد گشت. امروزه راه دستیابی به پرداخت‌های الکترونیکی و انبوه کثیر مشتریان متصل شده به اینترنت، بینش بانکها را به سمت بازارهای الکترونیکی سوق داده و به پیشرفت بانک الکترونیکی با حذف محدودیت‌های جغرافیایی و زمانی سرعت بخشیده است. با توجه به این توضیحات ارایه راهکارهایی برای موفقیت بانکداری الکترونیکی در ایران ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به ورود فناوری جدید در پردازش داده‌ها نیاز جدیدی برای نحوه ارایه خدمات بانکی مطرح شده است با نگاهی به تجارب کشورهای پیشرفته و رشد خدمات بانکداری الکترونیک می‌توان نیازهای در حال شکل‌گیری و روند فزاینده آن را در زمینه خدمات بانکی در ایران تا حد مناسبی را پیش‌بینی نمود ولی قبل از اجرای کامل بانکداری در کشور باید این موضوع را در نظر داشت که مشتریان به خدمات سنتی هر چند ناکاراً خو گرفته‌اند و از همه مهم‌تر به آن اطمینان بیشتری دارند. بنابراین این تحقیق به بررسی رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی می‌پردازد. در این تحقیق به دنبال پاسخ به سئوالات زیر هستیم:

آیا میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی بر اساس ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و جمعیتی مشتریان شامل سن، جنس، شغل، تحصیلات و ... متفاوت است؟

آیا میزان پذیرش بانکداری برای نوع کسب و کار مشتریان متفاوت است؟

آیا میزان پذیرش بانکداری براساس مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت مشتریان متفاوت است؟

آیا میزان پذیرش بانکداری براساس میزان عوامل ایجاد انگیزه مشتریان متفاوت است؟

با توجه به تحقیقات پیشین و مؤثر بودن این مسائل، پذیرش بانکداری الکترونیکی در بانک صادرات و رابطه آن در رضایت مشتری را بررسی خواهیم کرد.

### ۱-۳. ضرورت و اهمیت تحقیق

در اینجا لازم است که برای شناخت بیشتر از بانکداری الکترونیکی تعریف روشنی ارائه و اینکه بانکداری الکترونیکی در بانک صادرات چه مزایایی برای مشتریان دارد، پردازیم. بانکداری الکترونیکی اکثراً شامل خدمات ذیل می‌باشد که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.



دستگاه کارتخوان<sup>۱</sup> یا پایانه فروش، دستگاهی است که به شما امکان می‌دهد تنها با استفاده از کارت بانکی خود بتوانید وجه مورد نیاز خرید کالا و خدمات را به فروشنده پرداخت کنید.

این دستگاه همچنین به شما امکان اخذ موجودی حساب شخصی‌تان را نیز می‌دهد. که مزایای زیر را شامل می‌شود: جلوگیری از انتقال آلودگی و بیماری در نتیجه عدم ارتباط مستقیم با اسکناس - مشکل پول خرد برای برگشت مابقی وجود ندارد - حذف هزینه‌های حمل و نقل فیزیکی پول و رفع خطرات انتقال آن به بانک - واریز پول به حساب بانکی پذیرنده در حداکثر دو روز کاری. لازم به توضیح است که تراکنش‌های انجام شده توسط کارت‌های صادرات در پایانه‌های فروش صادرات حداکثر تا ۲۴ ساعت و کارت‌های عضو شتاب حداکثر تا ۴۸ ساعت به حساب فروشنده واریز خواهند شد.

اینترنت بانک سرویسی است که به مشتری امکان می‌دهد از طریق برقراری ارتباط توسط اینترنت بتواند امور بانکی خود را انجام دهد. پس تنها با داشتن یک ارتباط اینترنتی در هر جای دنیا می‌توانید از خدمات اینترنت بانک استفاده کنید. کفایت ارتباط اینترنتی رایانه خود را برقرار کرده سپس با مراجعه به سایت بانک و وارد کردن شماره مشتری خود و رمزی که توسط بانک به شما ارائه می‌شود از خدماتی که در ادامه به آن اشاره می‌شود بهره‌مند شوید. در حال حاضر خدمات بانکداری اینترنتی فعال و آماده ارائه به مشتریان بانک است. خدمات اینترنت بانک صادرات عبارتند از: اعلام موجودی، صورت حساب، انتقال موجودی بین حساب‌های مشتری، انتقال موجودی از حساب خود به حساب سایرین، اعلام مفقودی کارت، ارائه لیست حساب‌ها، ثبت مبلغ چک‌های صادره قبل از وصول، پشتیبانی از حساب‌های ارزی، گزارش چک‌های صادر شده، وصول شده، گزارش چک‌های عهده‌ی بانک‌های دیگر و مشاهده وضعیت چک‌ها.

یکی از مسائل مهم در عرصه کنونی دسترسی آسان به خدمات بانکی می‌باشد. در این راستا بانک صادرات خدمات ارزنده‌ای را به مشتریان ارائه می‌دهد؛ از جمله این خدمات با توجه به گستردگی استفاده از شبکه‌های ارتباطی همانند تلفن‌های همراه می‌باشد. که با توجه به این مهم بانک صادرات خدمات اس ام اس بانک را همراه با دیگر خدمات نوین بانکی خود ارائه می‌دهد. مشتریان با در دست داشتن یک خط تلفن همراه می‌توانند در تمام مدت شبانه روز از خدمات اس ام اس بانک استفاده کنند؛ از جمله این خدمات: اعلام موجودی، مسدود کردن کارت، گزارش گردش سپرده، ارائه لیست کارت‌ها، ارائه لیست وام‌ها و ارائه لیست حساب می‌باشد.

در بانکداری نوین یکی از مسائل پر اهمیت دسترسی سریع به خدمات بانکی می‌باشد. که در این راستا بانک صادرات با ایجاد خدماتی مانند تلفن بانک باعث سهولت در این امر گشته است؛ با توجه به گستردگی زیاد خطوط تلفن در سطح کشور نسبت به

---

<sup>۱</sup> - pos

سایر خدمات نوین بانکی مانند بانکداری اینترنتی و موبایل، اهمیت ارائه این سرویس بیش از پیش خواهد شد. در این سرویس مشتری بانک با در اختیار داشتن یک خط تلفن در تمام مدت شبانه روز می‌تواند برخی عملیات بانکی از جمله اطلاع از موجودی، اطلاع از گردش حساب، فکس گردش حساب، انتقال وجه بین حساب‌های شخصی، مسدود کردن کارت بدهی، آگاهی از وضعیت چک‌های صادر شده و واگذار شده، ثبت مبلغ چک‌های صادر شده و ثبت مسدود کردن یک برگ چک را کنترل نماید (حسنی و دیگران، ۱۳۸۷).

سیستم موبایل بانک صادرات مبتنی بر بانکداری اینترنتی از طریق GPRS<sup>۱</sup> با قابلیت‌های ذیل می‌باشد: آگاهی از موجودی کلیه سپرده‌ها، دریافت چند گردش آخر سپرده‌ها، آگاهی از نرخ ارزهای بانک و آگاهی از نرخ سود سپرده‌های مختلف بانک. بانک صادرات در راستای تحقق خواسته‌های مشتریان با هدف بهبود خدمات بانکی به راه‌اندازی ایمیل بانک اقدام نموده است، مشتری می‌تواند با داشتن یک ارتباط اینترنتی اقدام به انجام امور بانکی خود نماید. از جمله خدمات ایمیل بانک می‌توان به اعلام موجودی، صورتحساب، انتقال موجودی بین حساب‌های یک مشتری، انتقال وجه از حساب خود به چندین حساب، اشاره نمود. کارت اعتباری از ابزار بسیار مؤثر اقتصادی، امنیتی و بانکی بوده، فراگیر شدن آن موجب سهولت در روابط تجاری و کاهش قابل توجه بار مالی ناشی از فرسودگی اسکناس و تقلیل خطرات پول خواهد بود. مشتری به وسیله آن می‌تواند برای خرید کالا از کلیه پایانه‌های فروشگاهی متصل به شبکه شتاب یا پایانه‌های صادرات بدون پرداخت وجه، استفاده نماید. از مزایای کارت اعتباری می‌توان به مسدود نمودن کارت اعتباری از طریق سیستم تلفن بانک و اینترنت بانک در صورت مفقود شدن کارت، عدم پرداخت سود و جریمه در مدت زمان ارسال صورتحساب و مهلت تعریف شده، ارائه تخفیف ویژه جهت خرید و امکان شرکت در قرعه‌کشی، خرید سریع و آسان از کلیه فروشگاههای کشور که مجهز به اتصال به شبکه بانکی هستند، افزایش قدرت خرید و امکان بهره‌گیری از فرصت‌های مالی به لحاظ در اختیار داشتن تمام موجودی مالی در حساب بانکی به صورت همزمان، ایجاد نظم مالی با تعیین سقف مشخص جهت خرید کالا و خدمات، از بین رفتن امکان جعل و سرقت پول فیزیکی، امکان تقسیط پرداخت اعتبار اختصاص داده شده به مشتریان، امکاناتی نظیر ارسال پیامک در زمان صدور صورتحساب برای مشتری، اعلام مهلت پرداخت بدهی از طریق پیامک و قابلیت پرداخت اقساط در کلیه شعبه‌های بانک اشاره کرد.

با توجه به این توضیحات آرایه راهکارهایی برای موفقیت بانکداری الکترونیکی در ایران ضروری به نظر می‌رسد. حال با توجه به این مزایا ما بر آن شدیم که رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان جذب و پذیرش بانکداری الکترونیکی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

---

<sup>۱</sup> - General Packet Radio Service

#### ۱-۴. اهداف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق رابطه بین ویژگی‌های مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیک (مطالعه موردی: شعب بانک صادرات در منطقه ۱۱ تهران) است.

از جمله اهداف دیگری که ما با انجام این تحقیق به دنبال آن هستیم این است که:

- بین ویژگی‌های جمعیتی مشتریان و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی رابطه وجود دارد.
- بین نوع کسب و کار و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی رابطه وجود دارد.
- بین مهارت استفاده از کامپیوتر و اینترنت و میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی رابطه وجود دارد.
- تعیین اینکه کدام یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی می‌تواند بیشترین رابطه مثبت را داشته باشد.

همچنین رابطه‌ای که ما بر اساس بررسی تحقیقات گذشته راجع به تحقیق خود، به آنها دست یافته‌ایم شامل چند مورد می‌شود، که به بعضی از آنها اشاره می‌شود. یکی از این رابطه‌ها، نوع یا ویژگی مشتری مثل جنس، سن، سطح تحصیلات، درآمد و رابطه از این موارد که بسته به آن ویژگی با میزان پذیرش بانکداری الکترونیکی تغییر می‌کند. رابطه دیگر انواع مشاغل کسب و کار می‌باشد که نوع مشاغل مشتریان می‌تواند تعیین کند که چقدر نیاز به بانکداری الکترونیکی دارند مثلاً تجار چون با پرداخت پول و مهم بودن وقت برای آنها، تمایل‌شان به بانکداری الکترونیکی نسبت به دانشجویان ممکن است بیشتر باشد. مورد دیگری شامل انگیزه مشتری است که افراد بنا به میزان نیاز و انگیزه‌شان، به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی اقدام می‌کنند (وبگاه رسمی بانک صادرات ایران).

## فصل دوم

### مبانی نظری و تجربی تحقیق