



دانشکده ادبیات و علوم انسانی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته ی مدیریت بازرگانی

عنوان:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان

(مطالعه موردی : شعبات بانک ملت استان اردبیل)

از :

رفعت مختاری

استاد راهنما :

دکتر محمد دوستار

اسفند ۱۳۹۲

سلام افضل

دانشکده ادبیات و علوم انسانی

گروه مدیریت بازرگانی

بازاریابی

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان
(مطالعه موردی : شعبات بانک ملت استان اردبیل)

از :

رفعت مختاری

استاد راهنما :

دکتر محمد دوستار

استاد مشاور:

دکتر محسن اکبری

اسفند ۱۳۹۲

تقدیم به

پدر و مادر مهربانم

و برادران و خواهر همیشه همراهم

و به همه اساتید بزرگوار می که مرا علم آموختند.

تقدیر و تشکر

پس از حمد و سپاس بیکران از پروردگار متعال که فرصت انجام این پژوهش را به من عطا فرمود. بر خود لازم می دانم که از زحمات بی شائبه اساتید محترم دکتر محسن اکبری و دکتر محمد دستار که با مساعدت و ارشادات فراوان خود این جانب را بهره مند کرده اند و همچنین از اساتید محترم گروه مدیریت بازرگانی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه کیلان که در این کام مرابراهی نموده اند، کمال تشکر و سپاسگزاری را داشته باشم.

فهرست مطالب

صفحه

ح	چکیده :
خ	Abstract
۱	فصل اول
۱	کلیات تحقیق
۲	۱-۱ مقدمه
۲	۲-۱ - بیان مسئله
۳	۳-۱ - ضرورت و اهمیت انجام تحقیق
۴	۴-۱ - اهداف تحقیق
۵	۵-۱ - سؤالات تحقیق
۵	۶-۱ - قلمرو تحقیق
۵	۷-۱ - تعریف نظری متغیرهای تحقیق
۶	فصل دوم
۶	ادبیات تحقیق
۷	۱-۲ مقدمه
۷	۲-۲ - تعریف بانک
۸	۳-۲ - صنعت بانکداری
۹	۴-۲ - سیر تکامل بانکداری در جهان
۹	۵-۲ - سیر تکامل بانکداری در ایران
۱۳	۶-۲ - انواع بانکداری در نظامهای اقتصادی
۱۴	۷-۲ - بانکداری الکترونیک
۱۵	۸-۲ - چهار دوره تحول نظام بانکداری الکترونیک
۱۵	۹-۲ - وضعیت جهان در زمینه بانکداری الکترونیک
۱۶	۱۰-۲ - وضعیت ایران در زمینه بانکداری الکترونیک
۱۶	۱۱-۲ - سیر تحول سامانه‌های بانک ملت
۱۷	۱۲-۲ - زیر ساختهای بانکداری الکترونیک
۱۹	۱۳-۲ - ابزارهای بانکداری الکترونیکی
۲۰	۱۴-۲ - سطوح بانکداری الکترونیکی
۲۰	۱۵-۲ - مزایای بانکداری الکترونیکی

۲۱	۱۶-۲- بانکداری الکترونیک و پذیرش آن
۲۴	۱۷-۲- عوامل بازدارنده پیشرفت صنعت الکترونیک در مجموعه بانکی
۲۶	۱۸-۲- راه‌حله‌ها و راهکارهای افزایش استفاده از خدمات الکترونیکی در بانکها
۲۸	۱۹-۲- پیشینه تحقیق
۲۸	۱-۱۹-۲- تحقیقات داخلی
۲۹	۲-۱۹-۲- تحقیقات خارجی
۳۱	۲۰-۲- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۳۲	فصل سوم
۳۲	روش تحقیق
۳۳	۱-۳- مقدمه
۳۳	۲-۳- روش تحقیق
۳۳	۳-۳- جامعه آماری و روش نمونه‌گیری
۳۳	۱-۳-۳- جامعه آماری تحقیق
۳۴	۲-۳-۳- نمونه آماری تحقیق
۳۴	۴-۳- روش گردآوری اطلاعات
۳۴	۵-۳- ابزار گردآوری اطلاعات
۳۶	۶-۳- روائی و پایایی ابزار سنجش
۳۶	۱-۶-۳- روائی ابزار سنجش
۳۶	۲-۶-۳- پایایی ابزار سنجش
۳۷	۷-۳- روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها
۳۸	فصل چهارم
۳۸	تجزیه و تحلیل
۳۸	یافته‌های تحقیق
۳۹	۱-۴- مقدمه
۳۹	۲-۴- توصیف آماری متغیرهای جمعیت‌شناختی سؤالات پرسشنامه
۴۵	۳-۴- توصیف آماری شاخصهای مرکزی و پراکندگی عاملهای تحقیق
۵۱	۴-۴- تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌های آماری (آزمون فرضیه‌های تحقیق)
۵۱	۱-۴-۴- تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک با استفاده از الگوی معادلات ساختاری
۵۲	۲-۴-۴- تحلیل عاملی سؤالات مربوط به عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک

فصل پنجم	۵۸
نتیجه‌گیری و پیشنهادات	۵۸
۱-۵- مقدمه	۵۹
۵- ۲ نتیجه‌گیری	۵۹
۵- ۳ پیشنهادها	۶۰
۵-۳-۱ پیشنهادهای کاربردی	۶۰
۵-۳-۲ پیشنهاداتی برای محققان آتی	۶۱
۵- ۴ محدودیت‌های تحقیق	۶۲
منابع و مأخذ	۶۳
پرسشنامه	۶۶
خروجی نرم افزار	۷۳

- جدول: (۳-۲) پایایی پرسشنامه..... ۳۶
- جدول (۴-۱): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال میزان سن..... ۳۹
- جدول (۴-۲): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال جنسیت..... ۴۰
- جدول (۴-۳): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال میزان تحصیلات..... ۴۱
- جدول (۴-۴): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال نوع شغل..... ۴۲
- جدول (۴-۵): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال میزان درآمد..... ۴۳
- جدول (۴-۶): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال استفاده از عملیات بانکی..... ۴۴
- جدول (۴-۷): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به سؤال استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک بانک ملت..... ۴۵
- جدول (۴-۹): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به انتظار تلاش یا سهولت استفاده ادراک شده..... ۴۶
- جدول (۴-۸): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به انتظار عملکرد یا سودمندی ادراک شده..... ۴۶
- جدول (۴-۱۰): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به قصد رفتاری یا قصد استفاده..... ۴۷
- جدول (۴-۱۱): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به نفوذ اجتماعی..... ۴۸
- جدول (۴-۱۲): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به اعتماد..... ۴۹
- جدول (۴-۱۳): توزیع فراوانی و درصد پاسخ‌های نمونه آماری به استفاده واقعی..... ۵۰
- جدول (۴-۱۴): تحلیل عاملی مرتبه دوم برای عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک..... ۵۲
- جدول (۴-۱۵): ضرایب همبستگی میان عوامل شش‌گانه مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک..... ۵۴
- جدول (۴-۱۶): انحراف معیار و میانگین عوامل شش‌گانه مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک..... ۵۶
- جدول (۴-۱۷): رتبه‌بندی معنی‌دار بودن تفاوت در بین عوامل شش‌گانه مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک..... ۵۷

شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان
(مطالعه موردی : شعبات بانک ملت استان اردبیل)
رفعت مختاری

این تحقیق با هدف شناسایی عوامل پذیرش و استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک انجام پذیرفته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل کلیه مشتریان شعب بانک ملت استان اردبیل که دارای حساب سپرده‌ای بالای یک میلیون ریال (به تعداد ۱۲۶۹۱۵ نفر) می‌باشند که نمونه‌ای به حجم ۳۸۳ با استفاده از فرمول کوکران انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفت. ابزار گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه بوده و به منظور شناخت عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک در مجموعه سؤالات آن، تحلیل عاملی صورت گرفت. در تحلیل عاملی مرتبه اول سؤالات عوامل در مجموع ۱۳ عامل امنیت، انتظار عملکرد، انتظار تلاش، ریسک، تمایلات رفتاری، شرایط تسهیلگر، نگرش ذهنی، نفوذ اجتماعی، اعتماد، آزمون پذیری، استفاده واقعی، مزیت نسبی و سهولت استفاده شناسایی شدند که در این بین هفت عامل شرایط تسهیلگر، نگرش ذهنی، مزیت نسبی، سهولت استفاده، آزمون پذیری، ریسک، امنیت به علت نامناسب بودن ساختار عاملی از تحلیل حذف شدند. سایر سؤالات با توجه به بار عاملی روی هر کدام از عوامل و با توجه به منطق طراحی آنها عاملهای انتظار عملکرد، انتظار تلاش، تمایلات رفتاری، نفوذ اجتماعی، اعتماد، استفاده واقعی نامگذاری شدند. نتایج تحقیق نشان داد که تمامی عوامل هفت‌گانه بر پذیرش بانکداری الکترونیکی از سوی مشتریان شعب بانک ملت استان اردبیل مؤثر می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: بانکداری، بانکداری الکترونیک، مشتری، بانک ملت، پذیرش بانکداری الکترونیک .

Abstract

Acknowledgment & ranking of effective factors in electronic banking reception by clients

Ardabil melat bank branches

Rafat Mokhtari

Two goals were considered in this research . these goals were the acknowledgement of receptive factors & use of electronic banking services. Statistical universe of present research includes the whole clients with deposit account over one million rial that the clients numbers are (126915 people) in this case , sample size (383) by the way at koukran formula chosen & was studied . the tools of gathering information were by the means of questionnaire & factorial analysis in the total of questions for the recognition of effective factors on electronic banking reception was done . first at all in factorial analysis , factors questions have been acknowledged in the sum at 13 factors such as security , functional expectation , struggle expectation ,risk , behavioral trends , facilitating conditions , mental attitude , social influence , trust , testability , real using , proportional advantage & using easiness . among these thirteen factors , seven factors such as facilitating condition , mental attitude , proportional advantage , using easiness , testability , risk , security because of being un suited of factorial construction have been deleted from analysi The rest of questions regarding to the factorial meaning on each of the factors & their designing logic , the factors of function expectation , struggle expectation , behavioral trends ,social influence , trust , real using have been called . the result of research showed that all of the seven factors have taken effect on electronic banking reception by clients Ardabil melat bank branches.

Key words : banking , electronic banking , client , melat bank , electronic banking reception .

فصل اول

کلیات تحقیق

با گسترش استفاده از فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطاتی، جهان شاهد تحول عظیمی است که از آن تحت عنوان عصر اطلاعات یاد می‌شود. صنعت بانکداری نیز تحت تأثیر این تغییرات تحول شگرفی را تجربه می‌کند. به موازات گسترش استفاده از فناوریهای اطلاعاتی در صنعت بانکداری، بانکداری الکترونیک نیز به عنوان یکی از پیامدهای فناوریهای اطلاعات اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. زیرا با استفاده از سیستمهای ارتباط از راه دور و فناوری اطلاعات، یک بانک می‌تواند خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهد و امکان انجام مبادلات بانکی را به صورت تعاملی برای مشتریان فراهم نماید. مشتریان بانک با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی می‌توانند، عملیات بانکی خود را در زمان و مکان مورد علاقه خود به انجام رسانند و از سوی دیگر، بانکها نیز به دلیل کاهش تعداد کارکنان و کاهش تعداد شعبات، از هزینه‌های عملیاتی خود می‌کاهند و سود می‌برند. با توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات، و رشد روزافزون معاملات و تجارت الکترونیکی در سطح جهان، و نیاز تجارت به حضور بانکها برای نقل و انتقال منابع مالی، بانکداری الکترونیک به بخش تفکیک‌ناپذیر تجارت الکترونیک، دارای نقش اساسی در اجرای آن است به جرأت می‌توان گفت بدون بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک نیز محقق نخواهد شد در واقع بانکداری الکترونیک شامل کلیه کانالهای الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حسابهایشان و انتقال پول یا پرداخت صورت حسابهایشان از آن استفاده می‌کنند این کانالها عبارتند از: اینترنت، تلفن، موبایل و ... پذیرش بانکداری الکترونیک از جمله مقوله‌هایی است که طی دهه‌های اخیر، از سوی محققان بسیاری مورد توجه قرار گرفته است. از آنجایی که یکی از عوامل حیاتی تأثیرگذار بر استراتژیهای رقابتی بانکها، رفتار مشتری است، لذا بررسی عوامل مؤثر بر رفتار وی اهمیت بالایی دارد. چرا که توسعه فناوریهای جدید منوط به پذیرش آن از سوی مشتری است. تحقیق عواملی که بر پذیرش بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان تأثیر دارد را شناسایی، بررسی و رتبه‌بندی می‌نماید. جامعه مورد بررسی در این تحقیق مشتریان شعب بانک ملت استان اردبیل می‌باشند. به این ترتیب مسئله اصلی این تحقیق بررسی عوامل محرک و بازدارنده و تأثیر وجوه مختلف آنها بر پذیرش بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان شعب بانک ملت استان اردبیل است. از آنجا که لازم است تا در ابتدا، کلیاتی پیرامون طرح تحقیق مورد نظر ارائه شود. سعی شده است تا توضیحات مختصری در قالب بیان مسئله، ضرورت و اهمیت تحقیق و ... بیان شود. همچنین تعریف نظری و عملیاتی متغیرهای تحقیق نیز ارائه شده است.

۱-۲ - بیان مسئله

در سالهای اخیر، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات تغییرات اساسی در دنیای کسب و کار ایجاد کرده است. با گسترش فناوری اطلاعات، تمام ابعاد زندگی بشر دچار تحولی بنیادین شده، به طوری که دنیای کنونی در جریان یک دگردیسی کامل قرار گرفته است. در این میان، نهادهای مالی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و دستخوش تغییرات عمده‌ای در روشها و فرایندهای مدیریتی کسب و کارهای سیستم محور و مبتنی بر اطلاعات شده است (Liao and Cheung, 2002). در صنعت خدمات مالی و بانکداری، ارائه خدمات به مشتریان از طریق اینترنت پدیده در حال رشدی است از آنجا که مشتریان برای استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی بایستی الگوهای رفتاری خود را تغییر دهند. استفاده از این فناوری می‌تواند پیچیدگیهای زیادی داشته باشد. در سالهای اخیر پیشرفت فناوری اطلاعات در صنعت بانکداری، شیوه انجام عملیات بانکی را به شکل بنیادین تغییر داده و مشتریان می‌توانند به صورت شبانه‌روزی فعالیتهای بانکی خود را انجام دهند (محمودی میمند و دهکردی، ۱۳۸۸). بانکداری الکترونیک شامل کلیه کانالهای الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حسابهای خود و نقل و انتقال وجوه بین حسابها و یا پرداخت صورت حسابهای خود از آن استفاده می‌کنند. این کانالها شامل اینترنت، موبایل،

تلفن، تلویزیون دیجیتال و دستگاههای خودپرداز است (جوادین و یزدانی، ۱۳۸۴). مشتریان وفادار برای بقای یک کسب و کار از اهمیت زیادی برخوردارند. افق اینترنت به ویژه خدمات الکترونیکی در سراسر جهان برای کسب و کار گسترش یافته است (Misra, 2001). مزایای بانکداری الکترونیکی را می‌توان از جنبه مشتریان و مؤسسات مالی مورد توجه قرار داد. از دید مشتریان می‌توان مزایایی نظیر صرفه‌جویی در هزینه‌ها، صرفه‌جویی در زمان و دسترسی به کانالهای متعدد برای انجام عملیات بانکی نام برد. از منظر مؤسسات مالی نیز می‌توان به ویژگیهایی چون ایجاد و افزایش شهرت بانکها در ارائه نوآوری، حفظ مشتریان علیرغم تغییرات مکانی بانکها، ایجاد فرصت برای مشتریان جدید در بازارهای هدف گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت و برقراری شرایط رقابت کامل اشاره نمود. صنعت بانکداری نیز تحت تأثیر این تغییرات تحول شگرفی را تجربه می‌کند به موازات گسترش استفاده از فناوری اطلاعاتی در صنعت بانکداری، بانکداری الکترونیک نیز به عنوان یکی از پیامدهای فناوری اطلاعات اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است. زیرا با استفاده از سیستمهای ارتباط از راه دور و فناوری اطلاعات یک بانک می‌تواند خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهد و امکان انجام مبادلات بانکی را بصورت تعاملی برای مشتریان فراهم نماید (Compeau and Higgins, 1995). از طرفی پذیرش این نوآوریها و فناوریها وابسته به گرایشهای افراد به منظور استفاده آن و ایجاد تطابق بین فناوری و مسائل اقتصادی اجتماعی و ویژگیهای آن است (کهنزادی، ۱۳۸۰). به همین دلیل

مطالعات زیادی در حوزه پذیرش فناوری و بخصوص پذیرش بانکداری اینترنتی انجام شده است که به نمونه‌هایی از آنها اشاره می‌کنیم. مطالعه‌ای در کشور انگلستان و عربستان انجام شده و عاملی که موجب پذیرش بانکداری الکترونیکی می‌شوند را شناسایی کرده‌اند متغیرهای مستقل و وابسته این تحقیق کنترل رفتاری درک شده، هنجار ذهنی، سودمندی درک شده، اعتماد و نگرش ذهنی است. در مطالعه دیگری که توسط سو و هان^۱ (۲۰۰۵) انجام شده تأثیر اعتماد را بر پذیرش بانکداری اینترنتی توسط مشتریان بررسی کردند. متغیرهای مستقل و وابسته این تحقیق اعتماد، سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده ادراک شده، نگرش نسبت به استفاده، نیت رفتاری نسبت به استفاده، استفاده حقیقی (پذیرش) هستند (Suh and Han, 2005). همه مطالعاتی که انجام شده تأثیر متغیرهای محدودی را بر پذیرش بانکداری الکترونیکی بر اساس مدلی بررسی کردند ولی در این تحقیق ما سعی می‌کنیم بررسی کنیم که چه عواملی در پذیرش بانکداری الکترونیک مؤثر هستند. از اینرو با نظر سنجی از مسئولین و صاحبان شعب بانک ملت استان اردبیل عوامل را شناسایی و سپس برای این عوامل پرسشنامه‌ای تنظیم کرده‌ایم تا از کاربران این فناوری صحت این عوامل را نظرخواهی و اولویت‌بندی کنیم.

۱-۳- ضرورت و اهمیت انجام تحقیق

با مطرح شدن عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی^۲ و ورود رقبات خارجی به بازارهای مالی کشور، بانکهای ایرانی نیز نیازمند توسعه خدمات خود در راستای تغییرات تکنولوژی هستند. از طرفی قبل از ارائه هر گونه خدمات جدید باید تحقیقاتی در زمینه اقتصادی بودن خدمات یاد شده، منطبق بودن خدمات جدید با نیازهای جامعه و اینکه چه سیستمی می‌تواند این خدمات را به خوبی به مشتریان ارائه کند، صورت بگیرد در کشورهای در حال توسعه بانکها معمولاً با بررسی خدمات ارائه شده توسط سیستم بانکی کشورهای توسعه یافته اقدام به تقلید از آنها و ارائه خدمات می‌کنند و به دلیل عدم انجام تحقیقات و بررسیهای مورد نیاز این گونه خدمات را به صورت ناقص به مشتریان خود ارائه می‌کنند. بدیهی است در

¹ Suh and Han

² WTO

صورت عدم استقبال مشتریان از سیستمهای بانکداری الکترونیکی ارائه اینگونه خدمات با شکست مواجه خواهد شد (جوادین و یزدانی، ۱۳۸۴). با وجود اینکه در بسیاری از کشورها، میلیونها دلار در جهت ایجاد سیستمهای بانکداری الکترونیک هزینه شده است، گزارشها حاکی از آن است که علیرغم در دسترس بودن این سیستمها کاربران بالقوه از این خدمات استفاده نمیکنند (برادران و همکاران، ۱۳۸۸). بانکداری سنتی از طریق شعبه همچنان به عنوان روش اصلی برای انجام مبادلات و

عملیات بانکی در بسیاری کشورها باقی مانده است که این اتفاق موجب نگرانی بانکها شده است. علیرغم تمام مزایای بانکداری اینترنتی بسیاری از مشتریان شیوه بانکداری اینترنتی را بصورت کامل نپذیرفتهاند از آنجا که کسب و کارها، از جمله بانکها، سرمایهگذارهای کلانی را برای توسعه سیستمهای اطلاعاتی و بکارگیری فناوری اطلاعات جهت ارائه خدمات بهتر انجام می دهند، درک عواملی که موجب پذیرش این تکنولوژی می شود و ایجاد شرایطی که تحت آن فناوری اطلاعاتی مورد نظر مورد پذیرش واقع شود، از مهمترین عوامل در زمینه تحقیقات فناوری اطلاعات است (محمودی میمند و دهکردی، ۱۳۸۸). در کشور ایران نیز بانک ملت که پیشرو بانکهای دیگر در عرصه بانکداری الکترونیکی است هزینههای کلانی را در این زمینه سرمایه گذاری کرده است. ولی متأسفانه این فناوری آنطور که باید در شعب بانکهای ملت استان اردبیل اثربخشی و کارایی نداشته است. چون از سوی مشتریان مورد پذیرش قرار نگرفته و اکثر مشتریان به جای استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی با مراجعه حضوری به شعبات و بصورت حضوری کارهای خود را انجام می دهند در این تحقیق عواملی که موجب شده تا بانکداری الکترونیکی در شعب بانکهای ملت استان اردبیل مورد پذیرش مشتریان قرار گیرد را جستجو کنیم و این عوامل را اولویت بندی و رتبه بندی کنیم تا بتوانیم از نتایج تحقیق برای ترغیب کردن کاربران این بانک برای استفاده و پذیرش این فناوری استفاده کنیم.

۱-۴- اهداف تحقیق

این تحقیق دارای یک هدف کلی و دو هدف جزئی است.

هدف کلی:

شناسایی عواملی که بر پذیرش و استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

اهداف جزئی:

- ۱) تعیین میزان تأثیر هر یک از عوامل شناسایی شده.
- ۲) رتبه بندی و اولویت بندی عوامل تأثیرگذار.

۵-۱- سؤالات تحقیق

- ۱) چه عواملی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی (از سوی مشتریان) مؤثر است؟
- ۲) میزان تأثیر هر یک از عوامل چگونه است؟
- ۳) این عوامل از چه رتبه‌بندی برخوردارند؟

۶-۱- قلمرو تحقیق

قلمرو این تحقیق در سه مبحث موضوعی، مکانی و زمانی به شرح زیر می‌باشد:

قلمرو موضوعی؛ حوزه نگرش این تحقیق مربوط به بانکداری و شناسایی عواملی است که موجب پذیرش بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان می‌شود.

قلمرو مکانی؛ قلمرو مکانی این تحقیق شعب بانک ملت استان اردبیل می‌باشد.

قلمرو زمانی تحقیق؛ این تحقیق از تیرماه ۱۳۹۲ تا بهمن ۱۳۹۲ انجام گردیده است.

۷-۱- تعریف نظری متغیرهای تحقیق

متغیرهای یک تحقیق باید قابلیت سنجش و اندازه‌گیری را پیدا کنند، یعنی باید به شاخصها و مفاهیم عینی‌تری تبدیل شوند که بتوان آنها را مشخص و اندازه‌گیری نمود در غیر این صورت، امکان سنجش و اندازه‌گیری آنها وجود نداشته و محقق نمی‌تواند فرضیه‌های تحقیق خود را ارزیابی نماید (حافظ‌نیا، ۱۳۸۹). ولی چون در این تحقیق هدفمان شناسایی متغیرهای تأثیرگذار است و هنوز این عوامل شناسایی نشده است و در ادامه تحقیق مشخص خواهد شد فقط تعریف مختصری از بانکداری الکترونیک ارائه می‌کنیم. بانکداری الکترونیک نوع خاصی از بانکداری است که جهت ارائه خدمات به مشتریان خود از یک محیط الکترونیکی استفاده می‌کند. در این نوع شیوه بانکداری همه عملیات بانکی اعم از دریافت یا واریز کردن پول، تأیید امضا، مشاهده موجودی و دیگر عملیات بانکی به صورت الکترونیکی انجام می‌شود (خورشید و قانع، ۱۳۸۸). به عبارتی بانکداری الکترونیک شامل کلیه فرایندهایی است که طی آن مشتریان بانک از طریق سیستم‌های الکترونیک و فضای مجازی جریانات مالی خود را انجام می‌دهند (دانایی، ۱۳۹۲).

فصل دوم

ادبیات تحقیق

با توجه به اینکه بانکداری الکترونیک تنها توسط حمایت دولت و بانکها حاصل نمی‌شود، بلکه به پذیرش مشتریان نیز نیازمند است. از این رو می‌توان بیان کرد که مشتریان نقش مهمی در موفقیت بانکداری الکترونیک دارند. چرا که تلاشهای صورت گرفته در گسترش و توسعه خدمات بانکداری الکترونیک بدون پذیرش این خدمات از سوی مشتریان به موفقیت نخواهد انجامید. از این رو مسأله اصلی این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک از بین متغیرهای موجود در تحقیقات پیشین است. این فصل به بخشهایی از تئوریه‌ها و ادبیات بانکداری و بانکداری الکترونیک تمرکز می‌کند و پس از ارائه مطالبی در حوزه بانکداری و بانکداری الکترونیک و مفاهیم مرتبط با آن، پیشینه‌ای از تحقیقات صورت گرفته پیرامون موضوع مورد بحث ارائه گردید.

۲-۲- تعریف بانک

بانکها یکی از انواع نهادهایی هستند که معمولاً در شهرها به ارائه خدمات مالی می‌پردازند و بیشتر شهروندان، به نحوی از خدمات این مؤسسات استفاده می‌کنند. همچنین یکی از مؤسسات خدماتی هستند که با نبض حیاتی اجتماع، یعنی اقتصاد سروکار دارند و اغلب افراد جامعه به صورت مستقیم یا غیر مستقیم با خدمات بانکها در ارتباط هستند. بانکها قادرند با تصمیمات و سیاستهای اعتباری خود، موجبات توسعه و رشد اقتصادی و یا توقف و رکود اقتصادی را نمایند. آنها می‌توانند با اعطای وامهای تولیدی، صنعتی و بازرگانی موجبات توسعه صنعتی را فراهم کنند و یا از طریق عدم اعطای اعتبارات و محدودیت تسهیلات اعتباری، وقفه و ورشکستگی مؤسسات صنعتی و بازرگانی و اقتصادی را باعث گردند. بانک، به عنوان یکی از ارکان مهم اقتصادی در دنیای امروزی از قدمت بسیار طولانی در زندگی اقتصادی بشر برخوردار است. زمان پیدایش آن به دوران اولیه زندگی بشر، یعنی در دوران انتقال نظام اقتصادی پایاپای به نظام اقتصادی پولی بازمی‌گردد. به عبارت دیگر، از دورانی که پول فلزی به عنوان وسیله‌ای برای تسهیل در مبادلات جامعه بشری مرسوم گشت بانک نیز به مفهوم اولیه جایگاه خود را در سیستم مبادلات اقتصادی باز نمود (نیکخواه، ۱۳۹۰).

واژه بانک مشتق از بانکا است که واژه‌ای لاتینی و به معنای پیشخوان و نیمکتی است که صرافان ایتالیایی قرون وسطی در پشت آن به معامله و مبادله پول می‌پرداختند. برخی نیز معتقدند که بانک از واژه آلمانی آن به معنای شرکت اخذ شده است. امروزه، بانک به معنای مکانی برای عملیات پولی و اعتباری است که در آن به نقل و انتقال وجوه، صدور برات، نگاهداری سرمایه اشخاص و مؤسسه‌ها می‌پردازند، و این سرمایه‌ها با اعطای وام و اعتبار، در امور اقتصادی، به جریان می‌افتد (ریبعی، ۱۳۸۴). واژه بانک از زمانی که کشور ایتالیای کنونی (رم) در شهرهای فلورانس، ونیز و لمباردی مراکز مهم بانکداری را ایجاد کرد، رواج یافت. زیرا بانکداران لمباردی و ونیزی روزهای ویژه‌ای در میدان‌های عمومی روی نیمکتهای کوچکی می‌نشستند و خدمات بانکی به مردم عرضه می‌کردند و چون در زبان ایتالیایی نیمکت (بانکو) نامیده می‌شود و مردم همیشه این افراد را نشسته بر روی این نیمکتهای یا پیشخوان‌ها می‌دیدند به تدریج آنها را نیز بانکو و بانگیری نام نهادند و به این ترتیب در سایر زبانها واژه بان برای این صنعت به کار برده شد (هاشمی دیزج، ۱۳۸۵).

۲-۳- صنعت بانکداری

بانکداری در جهان تقریباً از زمانی شروع شد که داد و ستد و مبادله کالا بین مردم آغاز گردید. در حقیقت بانکداری و تجارت قبل از اینکه حتی پول به مفهوم امروزی مورد استفاده قرار گیرد، عملاً وجود داشته است. بدین معنا از زمانی که بشر به تولید کالا به منظور تجارت مبادرت ورزید، احتیاج به خدمات اختصاصی مؤسسات مالی پیدا شد. وصول مطالبات خریداران دور و نزدیک و خطرات ناشی از نقل و انتقال فلزات قیمتی، نخستین علل، ایجاد بانک و بانکداری در جهان به شمار می‌آیند. لذا انجام وظایف و عملیات نظیر نگهداری و حفاظت از اشیاء قیمتی، مسکوکات فلزی، اسناد و بالاخره ایجاد اعتبار و قرض دادن میان افراد، بعدها به وسیله سازمان مخصوص، به نام بانک، توسعه و تحقق یافت (ختایی و یوسفی حاجی‌آباد، ۱۳۸۸). معابد بابلی در حدود دو هزار سال قبل از میلاد مسیح به عملیات بانکی محدودی مشغول بوده‌اند. سازمانهای برادران مروا شواز نیپ‌پور و بانک «اجی بی» از نخستین بانکهایی هستند که در امپراطوری هخامنشی تأسیس شده بودند. بر اساس متون تاریخی مربوط به این دوران روشن است که در بابل، در زمان داریوش اول هخامنشی، «اجی بی» بانک معتبری بوده است. در قانون مشهور حمورابی، نیز که به ۱۹۳۰ سال قبل از میلاد بر می‌گردد مواردی درباره سپرده‌ها و چگونگی وام‌های مختلف وجود دارد و در آن مقرراتی درباره حق‌العمر کاری پیش‌بینی شده است. متصدیان معابد مزبور طلا و نقره و سایر اشیاء گرانبها را که به امانت به منظور حفاظت و نگهداری به آنها سپرده می‌شد، در مقابل وثیقه اموال غیرمنقول، قرض می‌دادند. نرخ بهره

این قرضه‌ها طبق مقررات زمان ۲۰٪ بوده است که صورت طلا و نقره پرداخت می‌شد. فنقیها نیز که به کار تجارت و دریانوردی مشغول بودند بخاطر داشتن روابط تجاری با امپراطوری ایران به تدریج اصول بانکداری را فرا گرفتند و آن را به یونانی‌ها آموختند و بدین سان بانکداری در یونان هم رواج یافت. با وضع قوانین بازرگانی و حمایت‌های خاص از سیستم بانکی عملیات بانکها در رم توسعه بیشتری یافت. با تصرف تدریجی کشورهای اطراف دریای مدیترانه در حدود قرن سوم و دوم قبل از میلاد مسیح توسط حکومت رم و برقراری رژیم قانون، در سراسر امپراطوری شرایط پیشرفت تجارت و مؤسسات مالی به تعداد قابل ملاحظه‌ای تسهیل گردید و عملیات بانکی توسعه بیشتری پیدا کرد، بطوری که عملیات بانکداری رم قدیم از بیشتر جهات شبیه عملیات بانکی کنونی است و عملیاتی همچون افتتاح حساب جاری مدت‌دار و پرداخت بهره به سپرده‌های مدت‌دار، صدور پروانه تجاری، عملیات بین بانکی، رهن و حتی صدور اعتبارنامه تجاری رونق گرفت. از حدود قرن ششم قبل از میلاد جریان عملیات بانک در چین نیز رونق داشته و با ایجاد وسایل اعتباری نقل و انتقال وجوه و صدور گواهی سپرده به نفع افراد، سهم به سزایی در تکامل بانکداری داشته‌اند. اختراع کاغذ در قرن دوم میلادی در این سرزمین از نقطه نظر بانکداری دارای ارزش فراوان است. چندین دهه است که کشورهای قاره‌های اروپا، آمریکا و آسیای شرقی و حتی بعضی از کشورهای آفریقایی و کشورهای حوزه خلیج فارس، سیستم بانکی خود را مجهز به تشکیلات الکترونیکی نموده‌اند و با پیشرفت و تغییرات روز این امکانات حرکت می‌نمایند به شکلی که کشور ایران تا چندی پیش، تجهیزات الکترونیکی خود را از کشورهای حوزه خلیج فارس خریداری می‌نمود. البته باید گفت کشور ما نیز در صنعت بانکداری الکترونیکی حدود یک دهه است که حرکت‌هایی داشته ولی این حرکتها در بسیاری از مقاطع لاک‌پستی و یا خوش‌بینانه آن حرکت یک لنگه پا بوده و تغییرات و تجهیزات ایجاد شده با ساختار آن همخوانی نداشته است. برای بحث پیرامون این موضوع بهتر است از ابتدا به عوامل عقب ماندگی صنعت الکترونیک در کشور پرداخته تا در آخر به نحوه ایجاد این صنعت مفید با سرعت بیشتر در کشور برسیم (محمودی، ۱۳۹۰).

۲-۴- سیر تکامل بانکداری در جهان

پس از پایان گرفتن دوران اقتصاد پایاپای، پول نقش کالای واسطه را پیدا کرد و از آن پس تجارت از سطح معاملات محلی فرا رفت و سرزمینهای وسیع تری را پوشش داد. ارتقای داد و ستد به منطقه و سپس به سرزمینهای گوناگون، پولهای گوناگون را در تبادلات بازرگانی سبب شد و به تدریج تبدیل پولهای گوناگون در کار تجارت رواج یافت و در مراکز عمده تجارت در دنیای قدیم صرافی‌ها که مرکز مبادله پول بودند به وجود آمد و به مرور زمان حرفه اختصاصی بعضی از تجار، تبدیل و معامله پول شد و صنف جدیدی به نام صراف بر صنف‌های دیگر افزوده شد. نخستین کشورهایی که حرفه صرافی در آنها به وجود آمد کشورهای بودند که مرکز تبادلات تجاری جهان قدیم محسوب می‌شدند. بنا بر قوانین حمورابی امپراتوری بابل نخستین کشوری است که در آن صرافی وجود داشت، زیرا این کشور در منطقه بین‌النهرین و بر سر راههای بازرگانی جهان قدیم قرار داشت و مرکز تبادلات شرق و غرب بود صرافی در بابل بر عهده یهودیان بود که بخت‌النصر آنها را از وطنشان به بین‌النهرین آورده بود این حرفه از بابل به دیگر کشورهای متمدن آن زمان همچون ایران، یونان و روم منتقل شد. پس از دوران باستان، به مرور زمان مراکز تجاری جهان دچار تغییراتی شد و با سقوط امپراتوری روم، شهرهای ساحل شمالی مدیترانه چون ژن، ونیز، فلورانس، به مراکز عمده بازرگانی تبدیل و مراکز صرافی نیز به این مناطق منتقل شدند. اما پایان قرون وسطی که سقوط قسطنطنیه و بسته شدن راه تجارت قدیم را در پی داشت از رونق تجارت و صرافی، در شهرهای شمال مدیترانه، کاست. انقلاب صنعتی در اروپا، کشف آمریکا، کشف راههای جدید بازرگانی با دور زدن دماغه امید نیک، برای رسیدن به شرق، اقتصاد کشورهای اروپایی را رونق بخشید و مراکز عمده بازرگانی به کشورهای ساحل اقیانوس اطلس، چون پرتغال، اسپانیا، انگلیس و... منتقل شد (دانایی، ۱۳۹۲). با آغاز عصر جدید صنعتی که استعمار را به همراه داشت، رقم مبادلات در مقایسه با گذشته، رشد وصف‌ناپذیری یافت که به طور طبیعی در نتیجه افزایش حجم تبدیل و صرف پول بود و این همه سبب شد تا صرافی‌ها توان پاسخگویی معاملات تجاری و رقم بالای معاملات پولی را نداشته باشند، از این رو، به تدریج از درون صرافی‌ها، نهادهای تازه‌ای سر برآورد که ظرفیت و کارایی بسیاری داشتند و جانشین صرافی‌ها شدند و با نام بانک، مبادلات مالی و پولی را بر عهده گرفتند (ربیعی ۱۳۸۴).

۲-۵- سیر تکامل بانکداری در ایران

در سابق عملیات نقل و انتقال پول، ضرب سکه تغییر و تبدیل انواع پول به وسیله صرافها صورت می‌گرفت و در واقع نظام صرافی، نظام قدیم بانکداری ایران را تشکیل می‌داده است. عملیات پولی و بانکی توسط صرافان ایرانی در سطح کشور و کشورهای خارج از ایران به ویژه کشورهای همجوار انجام می‌شد. روش کار صرافان، صدور حواله، به جریان انداختن «بیجک» به عنوان وسیله پرداخت، تنزیل و خرید و فروش برات‌های داخلی و خارجی و اعطای اعتبارات بود. از اواخر قرن نوزدهم هجری به بعد به تدریج از تعداد صرافان کاسته شد و فکر ایجاد بانک به روش جدید مطرح گردید. در آن موقع بانک جدید شرق که یک مؤسسه انگلیسی بود و مرکز فعالیت آن در لندن و هندوستان قرار داشت. بدون اخذ مجوز از دولت وقت ایران در سال ۱۲۶۶ هجری شمسی اقدام به تأسیس چند شعبه در چندین شهر ایران (تهران، تبریز، مشهد، اصفهان، شیراز، بوشهر، رشت) نمود. پس از تأسیس بانک شاهنشاهی در سال ۱۲۶۹ امتیاز تأسیس بانک جدیدی به نام بانک استقراضی ایران به یکی از اتباع روسیه به نام ژاک پولیاکوف داده شد مدت امتیاز بانک ۷۵ سال بود. در سال ۱۳۰۴ بانک سپه با مبلغی سرمایه که از محل صندوق بازنشستگی درجه‌داران ارتش تأمین شده بود، تأسیس گردید (ختایی و یوسفی حاجی‌آباد، ۱۳۸۸).