



مجتمع مدیریت و حسابداری

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته

مدیریت بازرگانی بین الملل

عنوان پایان نامه :

بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی

(مطالعه موردی مشتریان بانک ملت شهر تهران)

استاد راهنما : جناب آقای دکتر علی اکبر جوکار

استاد مشاور : جناب آقای دکتر دانایی

نگارش : جواد غریبی

آذرماه ۱۳۹۱

چکیده

تحقیق حاضر برای بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در میان مشتریان بانک ملت شهر تهران انجام پذیرفته است ، از آنجائیکه بانکداری اینترنتی در کشور ما برخلاف سایر کشورهای پیشرفته تازه در اول راه بوده و هنوز به صورت کامل و همه جانبه بکار گرفته نشده است ، لیکن در بانک ملت ، امکانات و تجهیزات الکترونیکی تا حد قابل قبولی وجود دارد و می توان تاثیر پذیرش بانکداری اینترنتی را در میان مشتریان این بانک تا حد قابل قبولی مشاهده کرد .

به همین دلیل ، در این مقاله به بررسی تجربی این عوامل می پردازیم ، به عنوان مدل پایه ، ما با استفاده از مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) و تئوری رفتار برنامه ریزی شده (TPB) ، مدل امنیت و حفظ حریم خصوصی ، خودکارآمدی ، حمایت دولت و فن آوری ، علاوه بر سودمندی درک شده ، سهولت استفاده درک شده ، نگرش ، هنجار اجتماعی ، کنترل رفتاری درک شده و قصد استفاده از بانکداری اینترنتی ، عوامل موثر بر پذیرش هستند که به تحقیق در رابطه با تاثیرات آنها بر استفاده نهایی از بانکداری اینترنتی می پردازیم .

برای انجام تحقیق ۱۴۵ نفر از مشتریان بانک ملت شهر تهران در شعب مختلف به صورت تصادفی انتخاب شده و با استفاده از پرسشنامه اطلاعات تحقیق گردآوری شد . پرسشنامه قبل از اجرا بر روی نمونه اعتبار سنجی شده و با تائید اعتبار آن ، بر روی نمونه نهایی اجرا شده است . تحقیق با روش توصیفی - پیمایشی انجام شده و با استفاده از فنون آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است . پرسشنامه مورد استفاده با مقیاس پنج تایی لیکرت در دو بخش که بخش اول آن سوالات جمعیت شناختی و در بخش دوم سوالات اصلی تحقیق در ده بخش و ۲۹ سوال طرح شد .

نتایج حاصله نشان می دهد که کارشناسان و مدیران بانکی باید توجه ویژه به بحث امنیت و حریم خصوصی داشته باشند ، همچنین دولت می تواند با تصویب قوانینی شفاف در خصوص فعالیت های مجرمانه اینترنتی نقش حمایتی خود را ایفا کند . اطمینان از زیر ساخت های اینترنتی کمک می کند که مشتریان با اعتماد بیشتری به فعالیت های اینترنتی بپردازند .

صفحه	عنوان
۲-۱۳	فصل اول : کلیات تحقیق
۲	بیان مساله تحقیق
۴	ضرورت انجام تحقیق
۶	پیشینه تحقیق
۷	فرضیه های تحقیق
۷	اهداف اصلی تحقیق
۸	اهداف فرعی تحقیق
۸	جامعه آماری
۸	نمونه آماری
۹	روش تحقیق
۹	ابزار تحقیق
۹	روش گردآوری
۱۰	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۰	محدودیت های تحقیق
۱۱	استفاده کنندگان از تحقیق
۱۱	شرح واژه های بکار رفته در تحقیق
۱۵-۵۹	فصل دوم : مروری بر ادبیات تحقیق
۱۵	مقدمه
	بخش اول

۱۵	تعریف بانکداری اینترنتی
۱۵	تاریخچه بانکداری اینترنتی در ایران
۱۶	سطوح سیستم بانکداری اینترنتی
۱۶	انواع بانکداری اینترنتی
۲۰-۲۱	مشکلات موجود بر سر راه بانکداری اینترنتی در ایران
۲۹-۳۲	مزایای بانکداری اینترنتی
۳۲	طرح جامع اتوماسیون بانکی
	بخش دوم
۳۷	کیفیت خدمات و بازاریابی بانکی
۳۹	ابعاد رضایت مشتریان از کیفیت خدمات
۴۰	معیارها و شاخص های کیفیت خدمات
۴۳	مدل بلوغ بانکداری
	بخش سوم : مروری بر تئوری های قصد
۴۸	تئوری قصد
۴۹	تئوری عمل منطقی
۵۰	مدل پذیرش فناوری
۵۱	تئوری رفتار برنامه ریزی شده
۵۲	تئوری تجزیه شده رفتار برنامه ریزی شده
۵۴-۵۹	بخش چهارم : پیشینه تحقیقات صورت گرفته در رابطه با تحقیق حاضر
	فصل سوم : روش شناسی تحقیق

۶۰	مقدمه
۶۱	روش تحقیق
۶۲	مدل مفهومی تحقیق
۶۳	تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق
۶۵	جامعه آماری
۶۵	تعیین حجم نمونه
۶۷	روش جمع آوری داده ها
۶۷	طراحی پرسشنامه
۶۸	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
۶۹	اعتبار درونی پژوهش
۷۰	پایایی
۷۱	روایی
۷۲	مراحل تحلیل عاملی
۷۲	آزمون کفایت نمونه گیری
۷۳	آزمون بار تلت
۷۴-۱۰۲	فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها
۷۶	مقدمه
۷۷	آمار توصیفی
۷۸	روش های آماری
۸۰	آزمون فرضیه اول

۸۲	آزمون فرضیه دوم
۸۳	آزمون فرضیه سوم
۸۴	آزمون فرضیه چهارم
۸۵	آزمون فرضیه پنجم
۸۶	آزمون فرضیه ششم
۸۷	آزمون فرضیه هفتم
۸۸	آزمون فرضیه هشتم
۹۰	آزمون فرضیه نهم
۹۱	آزمون فرضیه دهم
۹۲	آزمون فرضیه یازدهم
۹۳	بررسی تاثیر متغیرهای مستقل بر قصد نهایی
۹۴	آزمون t
۹۶	آزمون رگرسیون لجستیک برای بررسی تاثیر ویژگی های جمعیت شناختی بر متغیر نهایی
	تجزیه و تحلیل مدل با استفاده از LISREL
۹۹	خلاصه آزمون های برازندگی مدل
۱۰۰	آزمون کای
۱۰۰	GFI – AGFI
۱۰۰	RMSEA
۱۰۱	RMR
۱۰۱	CFI - NFI

۱۰۲-۱۱۳	فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات
۱۰۲	مقدمه
۱۰۳	مروری بر اهمیت موضوع و فرضیات تحقیق
	تحلیل نتایج
۱۰۲	تحلیل آماری توصیفی
۱۰۵	تحلیل آمار استنباطی : فرضیه اول تا فرضیه یازدهم
۱۰۹	مقایسه نتایج تحقیق با تحقیقات قبلی صورت گرفته
۱۱۰	مفاهیم بکارگرفته شده در تحقیق
۱۱۱	پیامدهای تحقیق برای تحقیقات بعدی
۱۱۲	محدودیت ها
۱۱۳	پیشنهادات
۱۱۴-۱۱۸	فهرست منابع
	پیوست ها
۱۱۹	پرسشنامه

فصل اول

کلیات پژوهش

مطالب ارائه شده در این فصل در راستای بیان کلیات تحقیق بوده و مختصری از چرایی و چگونگی انجام تحقیق ارائه می گردد لذا در این فصل از تحقیق ، محقق با توجه به موضوع ، به بیان مساله اصلی پژوهش و تشریح و بیان موضوع ، ضرورت انجام تحقیق و سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته می پردازد و سپس فرضیه های تحقیق ، اهداف اساسی از انجام تحقیق ، روش تحقیق ، روش های گردآوری اطلاعات ، نمونه و جامعه آماری ، روش نمونه گیری و روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات بطور خلاصه بیان می شود و در پایان اصطلاحات و واژه های تخصصی مطرح می گردد .

بیان مساله تحقیق

این امر مسلمی است که پژوهش های کاربردی ، مساله مدار هستند ، بدین معنی که تمام فرآیند پژوهش ، از اولین گام تا گام آخر مراحل ، می باید حول یک یا چند مساله یا مشکل درو بزند و بنابراین روشن کردن مشکل یا مساله در یک تحقیق علمی یکی از ضروری ترین گام هاست ، اگر مساله به درستی ، روشن یا تبیین نشود ، تمام مراحل بعدی فرآیند تحقیق از قبیل : جمع آوری اطلاعات ، نتیجه گیری ، و.. دچار مشکلات و نواقصی خواهد شد که ناشی از خود آن مراحل نیست ، بلکه ناشی از روشن نبودن و بیان نادرست مساله است .

یکی از بزرگ ترین فرصت ها و چالش هایی که سازمان های امروزی با آن مواجه هستند استفاده از تکنولوژی های مبتنی بر وب است ، اینترنت به عنوان یک کانال جدید برای مبادلات اقتصادی منابع جدیدی برای ایجاد درآمد و فرصت در اختیار سازمان قرار داده است ، میزان مبادلات از طریق اینترنت روز به روز افزایش یافته و شرکت های که از این فن آوری استفاده نکنند ظرف مدت کوتاهی از صحنه بازار محو خواهند شد .

با توسعه سیستم های الکترونیکی مانند اینترنت موسسات مالی و بانک ها نیز تحت تاثیر قرار گرفته اند ، شبکه جهانی وب به طور اساسی انتظارات مشتریان را در مورد سرعت ، دقت ، قیمت و خدمات تغییر داده است ، فاصله جغرافیایی معنای خود را از دست داده است و در دسترس بودن خدمات ، سهولت ، سرعت توزیع خدمات باعث ایجاد مزیت رقابتی برای سازمان ها از جمله بانکها شده است ، برای رقابت در این محیط پیچیده، کسب و کار ها مجبور هستند جدید ترین و جذاب ترین خدماتی را که مشتریان خواستار آن هستند در اختیارشان قرار دهند .

در این راستا بانکهای بسیاری در سطح جهان به ارائه خدمات الکترونیکی پرداخته اند ، زیرا می دانند ک اصل بقای آنها سرعت در ارائه خدمات و اطلاع رسانی به مشتریان است . در حال حاضر بخش در حال رشدی از مشتریانی که تمایل دارند عملیات بانکی خود را با استفاده از سیستمهای الکترونیک و بدون مراجعه به شعبه انجام دهند در حال شکل گیری است ، مشتریان بانک با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک می توانند عملیات بانکی خود را در زمان و مکان مورد علاقه خود به انجام رسانند و از سوی دیگر بانک ها نیز به دلیل کاهش تعداد کارکنان و کاهش تعداد شعب از هزینه های عملیاتی خود کاسته و سود می برند .

با توسعه فن آوری ارتباطات و اطلاعات و رشد روز افزون معاملات و تجارت الکترونیک در سطح جهان و نیاز تجارت به حضور بانک جهت نقل و انتقال منابع مالی ، بانکداری الکترونیک به عنوان بخش تفکیک ناپذیر تجارت الکترونیک دارای نقش اساسی در اجرای آن است به جرات می توان گفت ، بدون بانکداری الکترونیکی ، تجارت الکترونیک نیز محقق نخواهد شد (ونوس ، ۱۳۸۱: ۱۲۰-۱۲۱)

در واقع بانکداری الکترونیکی شامل کلیه کانال های الکترونیکی است که مشتریان برای دسترسی به حساب هایشان و انتقال پول یا پرداخت صورت حسابهایشان از آن استفاده می کنند ، این کانال ها عبارتند از تلفن ، موبایل و تلویزیون دیجیتال (کارجالتیو، کوئیو ماکی و سالو ، ۲۰۰۳)

بانکداری الکترونیک ، فرصت ها و چالش هایی را ارائه می دهد. این نوع بانکداری موجب توسعه حیطه دسترسی جغرافیایی بانک می شود . سهولت کار را برای مشتری افزایش داده و موجب کاهش هزینه مبادلات می شود . بانکداری الکترونیک از بسیاری از جهات مشابه روش پرداخت سنتی است . اما تفاوت مهم آن با سیستم های سنتی در این است که به مشتریان اجازه می دهد که به اطلاعات دسترسی داشته باشند و عملیات و مبادلات بانکی خود را بدون توجه به مکان و با استفاده از رایانه های شخصی خود انجام دهند .

اما گذر از بانکداری به شیوه سنتی به سمت ارائه خدمات مالی اینترنتی مستلزم سرمایه گذاری و پذیرش تغییرات فراوانی در بانک هاست . متأسفانه تحقیقات نشان می دهد که همواره سرمایه گذاری در فن آوری اطلاعاتی منجر به افزایش بهره وری نشده و در اکثر مواقع سرمایه گذاری شرکت ها و موسسات در فن آوری اطلاعاتی بازده اقتصادی مطلوبی به همراه نداشته است ، بر این اساس لازم است قبل از سرمایه گذاری برای کاربرد فن آوری اطلاعات در ارائه خدمات بانکی ، تحقیقات مختلفی در مورد اقتصادی بودن خدمات مزبور ، منطبق بودن خدمات جدید با نیازهای جامعه و این که چه سیستمی می تواند این خدمات را به خوبی به مشتریان ارائه نماید و نیز میزان استقبال و استفاده واقعی مشتریان از این گونه خدمات انجام گیرد ، تا زمینه اطلاعاتی و علمی مناسب برای برنامه ریزی گسترش بانکداری اینترنتی در کشور فراهم شود .

ضرورت انجام تحقیق

افزایش رقابت ، تغییر محیط های کسب و کاری ، جهانی سازی و پیشرفت فن آوری های ارتباطی واطلاعاتی از جمله تغییرات مهمی هستند که صنعت خدمات مالی و بانکداری را نیز وادار به تغییر نموده اند . تقاضا برای خدمات مالی به سرعت در حال تغییر است و رفتار مشتریان این گونه خدمات

نیز به سرعت در حال تغییر است. با گذر مشتریان از مرحله بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیکی ، استراتژی های جدیدی برای جذب مشتری و حفظ مشتریان کنونی ضروری می نماید .

علی رغم فشارهای فراوان برای تغییر و نیز سرمایه گذاری های فراوان در زمینه فن آوری اطلاعاتی در حوزه بانکداری الکترونیک ، در صورتی که این سرمایه گذاری ها منطبق بر اصول سرمایه گذاری در این زمینه نباشد ، با شکست مواجه خواهد شد . امروزه بسیاری از بانک ها در سطح جهان خدمات خود را به صورت الکترونیک ارائه می دهند و با یکپارچه شدن اقتصاد جهانی ، کشور ما نیز تحت تاثیر قرار خواهد گرفت ، لذا در بلند مدت چاره ای جز الکترونیکی شدن بانک ها وجود ندارد .

از سویی بخش در حال رشدی از مشتریانی که فهم تکنولوژیکی دارند بوجود آمده اند که سیستم های توزیع خدمت مبتنی بر فن آوری اطلاعاتی را به دریافت این خدمات از طریق کارکنان بانک ترجیح می دهند ، پاسخگویی به نیاز این مشتریان با بافت سنتی بانک های کشور آسان نیست و ایجاد زمینه و در اختیار گرفتن فن آوری مناسب الزامی است . در نتیجه نادیده گرفتن این بازار فضای مناسبی برای شرکت ها و موسسات غیر بانکی ایجاد می کند تا با ارائه خدمات خود در حد توان سهم بزرگی از فعالیت های مالی را از آن خود کنند .

بدیهی است که یکی از شاخص های موفقیت سرمایه گذاری بانک ملت در زمینه فن آوری اطلاعاتی و بانکداری الکترونیکی ، پذیرش این خدمات از سوی مشتریان این بانک و استفاده واقعی آنها از این خدمات است . با توجه به اینکه علی رغم ارائه خدمات بانکداری الکترونیک از سوی بانک ملت ، هنوز تحقیقات دقیقی برای بررسی عوامل مرتبط با پذیرش این خدمات از سوی مشتریان بانک انجام نشده است ، بر این اساس لزوم انجام چنین تحقیقی کاملاً آشکار و روشن است .

پیشینه تحقیق

گان و کلمز در سال ۱۹۹۳ به بررسی دلایل انتخاب یا عدم انتخاب سیستم های بانکداری اینترنتی در بانکهای نیوزلند پرداختند، فاکتورهای شناسایی شده توسط آنها عبارت بودند از : ابعاد کیفی خدمات فاکتورهای شخصی ، فاکتورهای عرضه ، فاکتورهای هزینه ، فاکتورهای ریسک ، فاکتورهای درونی کاربر ، خصوصیات ارائه خدمات و مشخصات جمعیت شناختی مشتریان

(loundon&bitta,1993)

همچنین اوکیران در سال ۱۹۹۴ تحقیقات مشابهی را در برخی بانکهای استرالیا و با در نظر گرفتن چهار فاکتور رفتار کارکنان ، اعتبار ، ارتباطات و میزان دسترسی به دستگاه های خودپرداز انجام داد. لی و لین در سال ۲۰۰۵ به این نتیجه رسیدند که استفاده از تکنولوژیها ، خدمات به روز و کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری ، رضایت مشتریان را افزایش داده و هزینه ها را کاهش می دهد .

اکین و پولاتوگلو در سال ۲۰۰۱، دو فاکتور مهم سرعت انجام تراکنشها و دسترسی آسان را به عنوان دو ویژگی مهم دیگر خدمات بانکداری اینترنتی در جلب رضایت مشتریان مورد بررسی قرار دادند (polatoglu&ekin,2001).

ساتیه در سال ۱۹۹۹ در زمینه تاثیر فاکتور قابلیت استفاده و میزان آگاهی مشتریان از بانکداری اینترنتی به این نتیجه رسید که حتی زمانیکه مشتریان از قابلیت های خدمات بانکداری اینترنتی آگاه هستند، برخی از مشتریان به علت عدم آشنایی با طرز استفاده از این دستگاهها ، تاکنون از این خدمات بهره نبرده اند .

پژوهش های دیگری در بانک های انگلیس ، درک مشتریان ، انعطاف پذیری سازمانی ، وجود منافع ، امنیت سیستمها ، نام و نشان تجاری ، حمایت مدیران رده بالا ، خدمت رسانی خوب و.. را از عوامل حیاتی موفقیت بانکداری اینترنتی دانسته و بر ادغام بانکداری اینترنتی با سایر کانال های ارائه خدمات بانکداری تاکید کرده است

فرضیه های تحقیق

- H1 - سودمندی درک شده از خدمات اینترنتی بر قصد نهایی از استفاده از خدمات بانکداری تاثیر مثبت دارد.
- H2 - نگرش مشتریان بر قصد استفاده از خدمات اینترنتی تاثیر مثبت دارد .
- H3- سود مندی درک شده بر نگرش مشتریان تاثیر مثبت دارد .
- H4- سهولت درک شده از خدمات اینترنتی بر نگرش مشتریان تاثیر مثبت دارد .
- H6 - امنیت و حفظ حریم خصوصی بر نگرش مشتریان تاثیر مثبت دارد .
- H7 - هنجار ذهنی مشتریان بر قصد استفاده نهایی تاثیر مثبت دارد .
- H8 - کنترل رفتاری درک شده بر قصد استفاده نهایی از خدمات اینترنتی تاثیر مثبت دارد .
- H9 - خود کارآمدی مشتریان بر کنترل رفتاری آنها تاثیر مثبت دارد .
- H10 - حمایت دولت بر کنترل رفتاری درک شده تاثیر مثبت دارد.
- H11 - حمایت فنی بر کنترل رفتاری درک شده تاثیر مثبت دارد .

اهداف اصلی تحقیق :

- ۱-هدف اصلی از تحقیق فوق بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی مشتریان بانک ملت شهر تهران می باشد .
- ۲- هدف بعدی این است که آیا ادغام TAM&TPB یک مبنای نظری منسجم برای بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در ایران ارائه می کند .
- ۳- هدف بعدی روشن شدن عوامل موثر بر قصد استفاده از بانکداری اینترنتی در میان مشتریان بانک ملت است .

اهداف فرعی

اهداف کلی فوق به اهداف فرعی زیر قابل تفکیک می باشد :

- ۱- بررسی سودمندی درک شده و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۲- بررسی سهولت درک شده و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۳- بررسی امنیت و حفظ حریم خصوصی و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۴- بررسی حمایت دولت و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۵- بررسی حمایت فنی و تکنولوژیکی و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۶- بررسی خودکارآمدی و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۷- بررسی هنجار اجتماعی و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.
- ۸- بررسی نگرش افراد و تاثیر آن بر پذیرش بانکداری اینترنتی.

جامعه آماری

جامعه آماری تحقیق فوق شامل کلیه مشتریان بانک ملت شهر تهران می شود که حداقل از یکی از خدمات بانکداری اینترنتی بانک ملت استفاده کرده اند .

نمونه آماری

برای اینکه بتوان نتایج حاصل شده از نمونه آماری را به کل جامعه تعمیم داد بایستی ، ملاحظه های نظری مشخصی را در این رابطه مورد توجه قرار داد که عبارتند از :

الف (نماینده واقعی جامعه ب) تصادفی بودن

در این تحقیق تعداد ۱۴۵ نفر از مشتریان بانک ملت شهر تهران به تصادف انتخاب شدند که آزمون مربوط به کفایت نمونه ، تعداد فوق را مقبول در نظر گرفته است .

روش تحقیق

در این تحقیق از روش نمونه گیری طبقه بندی شده استفاده شده است ، بدین ترتیب که ابتدا از بین شعب بانک ملت ، تعدادی از شعب به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب و سپس از بین مشتریان شعب منتخب ، نمونه مورد نظر انتخاب گردید..

ابزار تحقیق

در طراحی پرسشنامه فوق و برای سنجش سازه های مدل پذیرش فناوری از پرسشنامه استاندارد دیویس و دیگران (۱۹۸۹) استفاده شده است ، و پرسش های بکار رفته به منظور سنجش سازه های تئوری عمل مستدل و تئوری رفتار برنامه ریزی شده ، با توجه به فناوری مورد مطالعه و کاربران مورد نظر ، از پرسشنامه های استاندارد مرتبط (سو و هان ، ۲۰۰۳؛ ونکاش و دیگران ، تیلور و تاد) استخراج شده است ، پرسشنامه فوق شامل دوا بخش است که بخش اول مربوط به مسائل جمعیت شناختی و بخش دوم مربوط به سنجش سازه های اصلی است . که برای این کار از طیف پنج گزینه ای لیکرت استفاده شده است . درگام اول نیز قبل از توزیع پرسشنامه بین مشتریان، روایی پرسشنامه فوق توسط خبرگان تأیید گردید و تعدادی از سوالات نیز حذف شد . البته دو سوال نیز به دلیل اهمیت در پرسشنامه فوق باقی ماند که بنا به نتایج باید حذف می شدند .

روش گردآوری داده ها

اطلاعات لازم جهت تهیه و تکمیل تحقیق حاضر از دو روش کتابخانه ای و میدانی جمع آوری شده است که در بخش کتابخانه ای ، اطلاعاتی از کتب ، مقالات و مجلات علمی استخراج گردیده است و در طرف دیگر از روش میدانی جهت جمع آوری اطلاعات از طریق توزیع پرسشنامه فعالیت صورت گرفته است .

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده های مورد نیاز در پژوهش حاضر در دو بخش از هم متمایز می گردد :

الف : بخش توصیفی : در این بخش با استفاده از آمارهای توصیفی فراوانی ، نمودارهایی در جهت تشریح اطلاعات بخش اول پرسشنامه ارائه می گردد .

ب : بخش استنباطی : در این بخش از تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از آزمونهای رگرسیون خطی و مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شده است .

محدودیت های تحقیق :

۱- عوامل انتخاب شده در این مدل ممکن است تمام عواملی که می تواند ضریب استفاده از خدمات

بانکداری اینترنتی را بیان کند ، را پوشش ندهد ، بنابراین بهتر است در آینده عوامل دیگری هم به مدل اضافه شوند .

۲- این تحقیق بیشتر بر روی افرادی صورت گرفت که قبلا از خدمات بانکداری اینترنتی بانک ملت

استفاده کرده بودند ، بهتر است در آینده از میان تمامی افرادی که مشتری بانک ملت هستند تحقیق کرد تا دلایل عدم استفاده یا استفاده مشخص شود .

۳- بی رغبتی تعدادی از آزمودنی ها در تکمیل پرسشنامه که باعث عدم برگشت تعدادی از پرسشنامه ها گردید .

۴- محدودیت های زمانی با توجه به نوع تحقیق ، گستردگی جامعه ، پراکندگی نمونه آماری و .. که جمع آوری اطلاعات مورد نیاز به زمان و وقت و هزینه بیشتری نیاز داشت .

قلمرو زمانی و مکانی

این تحقیق در بهار و تابستان سال ۱۳۹۱ و در شهر تهران صورت گرفته است .

استفاده کنندگان از این تحقیق

مدیران ، کارشناسان ، برنامه ریزان و شاغلین در بانک ملت و همچنین مدیران سایر بانکها و مسئولین بانک مرکزی در جهت تدوین قوانین و راهکارهای مناسب جابجایی وجوه از طریق الکترونیکی .

شرح واژه ها و اصطلاحات بکار رفته در تحقیق (تعریف مفهومی متغیرها)

بانکداری اینترنتی :

عبارت است از دریافت ، پرداخت ، انتقال وجه ، انجام خدمات و... از طریق الکترونیکی بوسیله ابزاری مثل خودپرداز ، پایانه فروشگاهی ، سایت های اختصاصی ، وب کیوسک ، تلفن همراه و..... که امکان استفاده از این خدمات در همه جای کشور برای کاربران مهیا باشد (ماجدی ، ۱۳۷۷)

قصد استفاده از بانکداری اینترنتی

تمایل رفتاری یا قصد استفاده کننده ، میزان احتمال به کارگیری سیستم توسط یک فرد می باشد که در این تحقیق توسط سازه های استفاده مستمر از بانکداری اینترنتی بانک ملت در آینده ، اضافه کردن آن به لیست کارهای مورد علاقه و قصد استفاده از آن در صورت دسترسی به اینترنت سنجیده میشود

نگرش

به عنوان احساس مثبت یا منفی درباره انجام رفتار هدف تعریف شده است که توسط سازه هایی مثل خوب یا بد بودن ، عاقلانه یا احمقانه بودن و یا دوست داشتن یا نداشتن استفاده از سیستم سنجیده خواهد شد.

سودمندی درک شده

درجه ای که شخص باور دارد استفاده از یک سیستم خاص ، عملکرد شغلی او را بهبود می بخشد ، که توسط سازه های سرعت در انجام کارها ، افزایش کارایی و بهره وری ، آسان تر شدن انجام کارها و مفید بودن برای سیستم فرد سنجیده می شود .

سهولت درک شده

میزانی که کاربر انتظار دارد استفاده از سیستم مورد نظر ، نیازی به تلاش نخواهد داشت ، بر اساس مدل پذیرش فناوری ، درک شخص از سودمندی سیستم ، تحت تاثیر این واقعیت است که وی درک کند استفاده از سیستم آسان است ، که توسط سازه های آسان بودن یادگیری ، تعامل واضح وقابل درک با سیستم ، انعطاف پذیری سیستم سنجیده می شود

هنجار ذهنی

به فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام یا عدم انجام رفتار هدف اشاره دارد ، افراد غالبا " بر مبنای ادراکاتشان از آنچه که دیگران (دوستان ، خانواده ،...) فکر می کنند باید انجام دهند عمل می کنند و قصد آنها جهت پذیرش رفتار به صورت بالقوه ، متاثر از افرادی است که ارتباطات نزدیکی با آنها دارند و توسط سازه های تاثیر افراد خانواده و یا اطرافیان و یا افرادی که برای وی مهم هستند در جهت استفاده از سیستم سنجیده خواهند شد .

کنترل رفتاری درک شده

کنترل رفتاری درک شده در تئوری رفتار برنامه ریزی شده ، ادراک از محدودیت های بیرونی و درونی انجام رفتار را انعکاس می دهد ، که توسط سازه های کنترل سیستم ، وجود منابع ودانش لازم جهت استفاده از سیستم سنجیده خواهد شد .

حفظ حریم شخصی

حفظ امنیت به عنوان توانایی کنترل و مدیریت اطلاعات مربوط به خود تعریف شده است ، یعنی مصرف کننده ، اطلاعاتی که شامل داده های اعلام شده از قبیل : نام ، جنسیت ، آدرس ، و همچنین داده های

مربوط به داده های رفتاری آن لاین است می شود ، تمام این اطلاعات می تواند کمک زیادی به بازاریابان داشته باشد تا تصویر بهتری از هریک از مشتریان داشته باشند و بتوانند استراتژی های بازاریابی خوبی جهت استفاده موثر و فزاینده از بانکداری اینترنتی فراهم کنند.

خودکارآمدی

خودکارآمدی یا خود اثربخشی را احساس توانایی فرد در انجام رفتار موفق در موقعیت تعریف کرده اند ، فردی که نسبت به مهارتش در استفاده از رایانه و اینترنت مطمئن است ، با احتمال بیشتری بانکداری اینترنتی را مورد پذیرش قرار می دهد. این عامل به راحتی در استفاده از نوآوری ، نیز اشاره شده است . به طوریکه تحقیقات قبلی نشان داده است که رابطه مثبت بین تجربه کار با تکنولوژی و محاسبات کامپیوتری و خودکارآمدی به عنوان قضاوت و توانایی فرد در استفاده از تکنولوژی های مبتنی بر کامپیوتر وجود دارد .چهار حوزه ای که منبع اطلاعاتی افراد در هنگام قضاوت و توانایی آنها محسوب می شود عبارتند از : دستاوردها ، تجارب قبلی ، ترغیب کلامی و حالت فیزیولوژیکی است .

با توجه به نتایج تحقیقات (Schwoerer,1989) خودکارآمدی متغیر انگیزشی مهمی است که بر تداوم تلاش و انگیزه تاثیر دارد ، چرا که افرادی که احساس کمتری دارند تا یک موقعیت جدید را تجربه کنند ، بیشتر به خاطر احساس بی کفایتی یا ناراحتی از عواقب این کار مقاومت می کنند ، اما در مقابل افرادی که خودکارآمدی دارند ، با استفاده از تجارب خود به درجه از تلاش و پشتکار رسیده اند که مقاومت کمتری در برابر تغییرات داشته و موقعیت های جدید را به راحتی تجربه می کنند .