

سلامة الاضلاع



دانشگاه پیام‌نور

مرکز تهران

دانشکده فنی و مهندسی

گروه علمی مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات

پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته مدیریت فناوری اطلاعات

عنوان پایان‌نامه:

ارائه چارچوبی برای سنجش بانکداری سیار به کمک فاکتورهای

موثر

(مورد مطالعه: مشتریان بانک سپه استان کرمان)

استاد راهنما:

دکتر سیدسپهر قاضی نوری

استاد مشاور:

دکتر داود کریم‌زادگان مقدم

نگارش:

شمیم السادات معین‌زاده میرحسینی

شهریور ۹۱



دانشگاه پیام نور

تصویب نامه

پایان نامه تحت عنوان:

تهیه و به هیات داوران ارائه گردیده است مورد تأیید

که در مرکز

می باشد.

درجه ارزشیابی:

نمره:

تاریخ دفاع:

اعضای هیات داوران:

امضاء	مرتبہ علمی	هیات داوران	نام و نام خانوادگی
		استاد راهنما	۱ -
		استاد مشاور	۲ -
		استاد داور	۳ -
		نماینده گروه علمی	۴ -
		نماینده تحصیلات تکمیلی	۵ -

تقدیم به:

پیشگاه دو گوهر تابناک و جاودان زندگی پدر و مادر عزیزم
دوفرشته مقدس ملکوتی که یکی واژه بلندعشق و دیگری کلمه فداکاری
رادر اعمال خویش تشریح می کنند.

تقدیم به:

خواهر و برادرم، به پاس همکاریها و محبتهای بی دریغشان

و تقدیم به:

استادان گرانقدرم که متواضعانه مرا یاری کرده اند.

سپاس

خداوند عزوجل را بسیار شاکرم که در پرتوی عنایات و الطاف بی‌کرانش این بنده حقیر را قادر نمود تا با استفاده از زحمات و کمک‌های بی‌دریغ اساتید ارجمند، پایان‌نامه خود را به اتمام برسانم.

از میان استادان گرامی جناب آقای دکتر سیدسپهر قاضی‌نوری، استاد گرانمایه و بزرگوارم که سمت استاد راهنمایم را عهده‌دار بوده‌اند به پاس راهنمایی‌های ارزنده‌شان نهایت تشکر و قدردانی را دارم و از خداوند برای ایشان طلب سلامتی و سعادت می‌نمایم.

از استادان ارجمند جناب آقای دکتر داود کریم‌زادگان مقدم استاد مشاور محترم و آقای مهندس داود وحدت که از ارشادهای ارزنده‌شان مستفیض گشته‌ام، کمال سپاس و تشکر را دارم و توفیق روزافزون برای این اساتید بزرگوار را در تمام مراحل زندگی از خداوند منان خواهانم.

شمیم‌السادات معین‌زاده میرحسینی

شهریور ۹۱

چکیده

با توجه به اینکه محوریت تحقیق در این پایان نامه انتخاب یک مدل مفهومی برای سنجش بانکداری سیار است، لذا عنوان مناسب برای پایان نامه "انتخاب مدل مفهومی برای سنجش بانکداری سیار به کمک فاکتورهای موثر" می باشد، که در جلسه دفاعیه تذکر داده شد.

پذیرش فناوری، خصوصاً در بانکها که فناوری محور به شمار می روند و فناوری نقش مهمی در رقابت پذیری آنها دارد. عموماً، یکی از مهم ترین اجزای موفقیت و جهت گیری بانکها به شمار می رود. اما از سوی دیگر در صورت عدم اعتماد در سازمان و همچنین عدم اعتماد مشتریان به سازمان، پذیرش فناوری با روندی کند صورت می پذیرد. لذا پژوهشگران به ارتباط میان پذیرش فناوری و اعتماد سازمانی و اثری که این ارتباط بر عملکرد سازمانها می گذارد توجه نموده اند. در این تحقیق براساس داده های پیمایشی و در چارچوب نظریه پذیرش فناوری راجرز و نظریه اعتماد سازمانی مایر به بررسی ارتباط میان این دو عامل و تأثیر آنها بر عملکرد پذیرش بانکداری همراه از سوی مشتریان پرداخته شده است. برای بررسی رابطه بین متغیرهای مدل از رگرسیون استفاده شده است که در این راستا از مدل معادلات ساختاری و به طور مشخص از مدل های ساختاری تحلیل مسیر استفاده شده است. لازم به ذکر است برای تأیید یا رد فرضیه ها علاوه بر آماره آزمون و p -value متناظر با آن، از ضریب استاندارد استفاده و همچنین برای کلیه مسیرها ضریب اطمینان ۹۵ درصد و سطح خطای ۵ درصد می باشد. نتایج حاصل نشان داده است، که خصوصاً در مورد پذیرش خدمات بانکداری همراه، اعتماد از نقش بسیار مهمی برخوردار است که اگر این اعتماد براساس آگاهی نباشد، پذیرش بانکداری سیار به کندی صورت می پذیرد.

کلید واژه ها:

پذیرش فناوری، اعتماد سازمانی، اعتماد مبتنی بر دانش، بانکداری سیار، نظریه انتشار نوآوری

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات تحقیق
۱	۱-۱- مقدمه
۲	۱-۲- بیان مسأله
۳	۱-۳- اهداف تحقیق
۳	۱-۳-۱- اهداف کلی
۴	۱-۳-۲- اهداف جزئی
۴	۱-۴- سوالات تحقیق
۴	۱-۴-۱- سوالات اصلی
۴	۱-۴-۲- سوالات فرعی
۵	۱-۵- فرضیه‌های تحقیق
۵	۱-۵-۱- فرضیه‌های اصلی
۵	۱-۵-۲- فرضیه‌های فرعی
۵	۱-۶- مدل مفهومی تحقیق
۷	۱-۷- مواد و روش انجام تحقیق
۷	۱-۷-۱- روش تحقیق
۸	۱-۷-۲- روش گردآوری داده‌های تحقیق
۸	۱-۷-۳- روش تحلیل داده‌ها
۸	۱-۷-۴- جامعه و نمونه آماری
۸	۱-۸- قلمرو تحقیق

- ۸-۱-۱- قلمرو مکانی تحقیق..... ۸
- ۸-۱-۲- قلمرو زمانی تحقیق..... ۸
- ۸-۱-۳- قلمرو موضوعی تحقیق..... ۹
- ۹-۱- محدودیتهای تحقیق..... ۹
- ۱۰-۱- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات..... ۱۰

فصل دوم: مرور ادبیات

- ۱-۲-۱- مقدمه..... ۱۲
- ۲-۲- پیشینه بانکداری..... ۱۳

- ۱-۲-۲- پیدایش اولین بانک ایرانی..... ۱۵
- ۲-۲-۲- بانکداری الکترونیک..... ۱۸
- ۳-۲-۲- انواع بانکداری سیار..... ۲۰
- ۴-۲-۲- مزایا و معایب موبایل بانک..... ۲۳
- ۴-۲-۲- مزایای موبایل بانک..... ۲۳
- ۴-۲-۲- معایب موبایل بانک..... ۲۳
- ۵-۲-۲- وضعیت بانکداری سیار در ایران..... ۲۴
- ۶-۲-۲- خدمات و مزایا..... ۲۷
- ۶-۲-۲- شرایط استفاده..... ۲۷
- ۶-۲-۲- مراحل فعالسازی همراه بانک سپه..... ۲۸
- ۳-۲-۳- اعتماد چیست؟..... ۳۰

- ۱-۳-۲- انواع اعتماد در سازمان..... ۳۲
- ۱-۳-۲- اعتماد مبتنی بر بازدارندگی..... ۳۲
- ۲-۳-۲- اعتماد مبتنی بر آگاهی..... ۳۳
- ۳-۳-۲- اعتماد مبتنی بر شناسایی..... ۳۳
- ۲-۳-۲- چرا باید در سازمانها، اعتماد برقرار گردد؟..... ۳۳
- ۳-۳-۲- نقش اعتماد در توسعه خلاقیت و نوآوری..... ۳۶
- ۴-۳-۲- مدل‌های اعتماد..... ۳۸
- ۴-۳-۲- مدل توسعه اعتماد، نفوذ و انتظارات..... ۳۹
- ۲-۴-۳-۲- مدل یکپارچگی اعتماد سازمانی..... ۴۰
- ۳-۴-۳-۲- مدل حلزونی اعتماد..... ۴۱
- ۴-۴-۳-۲- مدل تجربه و تکامل اعتماد..... ۴۲

- ۴۲-۳-۴-۵- الگوی اعتماد بر مبنای نظر بایرد و آماند.....
- ۴۳-۲- رفتار مصرف‌کنندگان خدمات بانکی.....
- ۴۴-۲-۱- واکنش مصرف‌کنندگان نسبت به نوآوریهای مبتنی بر فناوری.....
- ۴۵-۲-۲- فرآیندهای تصمیم‌نواوری.....
- ۴۶-۲-۵- مدل‌های پذیرش فناوری.....
- ۴۶-۲-۱-۵- نظریه عملکرد منطقی (TRA).....
- ۴۷-۲-۲-۵- نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده (TPB).....
- ۴۸-۲-۳-۵- نظریه ادراک اجتماعی.....
- ۴۹-۲-۴-۵- مدل پذیرش تکنولوژی (TAM).....
- ۵۰-۲-۵-۵- مدل پذیرش تکنولوژی ۲ (TAM۲).....
- ۵۲-۲-۶-۵- نظریه انتشار نوآوری.....
- ۵۲-۲-۱-۶-۵- فرایند انتخاب نوآوری.....
- ۵۳-۲-۲-۶-۵- ویژگی‌های نوآوری.....
- ۵۴-۲-۷-۵- نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی‌شده.....
- ۶۲-۲-۶- بررسی فاکتورهای مدل پیشنهادی.....
- ۶۳-۲-۱-۶- مزیت نسبی.....
- ۶۳-۲-۲-۶- سهولت استفاده ادراک‌شده.....
- ۶۴-۲-۳-۶- تطبیق‌پذیری.....
- ۶۴-۲-۴-۶- صلاحیت و شایستگی.....
- ۶۴-۲-۵-۶- خیرخواهی و نوع‌دوستی.....
- ۶۵-۲-۶-۶- یکپارچگی و درستی.....
- ۶۶-۲-۷- جمع‌بندی.....
- فصل سوم: روش تحقیق
- ۶۸-۳-۱- مقدمه.....
- ۷۰-۳-۲- طبقه‌بندی و رویکرد تحقیق.....
- ۷۰-۳-۳- روش تحقیق.....
- ۷۳-۳-۱-۶- منابع ثانویه.....
- ۷۴-۳-۲-۶- منابع اولیه: پرسشنامه.....

- ۷۵-۳-۷- طراحی معیارها و مقیاس‌ها ۷۵
- ۷۵-۳-۸- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها ۷۵
- ۷۵-۳-۹- روایی پرسشنامه ۷۵
- ۷۶-۳-۱- آزمون پرسشها ۷۶
- ۷۶-۳-۲- آزمون پرسشنامه ۷۶
- ۷۷-۳-۳- ویرایش نهایی پرسشنامه ۷۷
- ۷۷-۳-۱۰- پایایی پرسشنامه ۷۷
- ۷۸-۳-۱۱- موارد کاربرد نرم‌افزار لیزرل ۷۸
- ۷۸-۳-۱۱-۱- معادلات ساختاری ۷۸
- ۷۹-۳-۱۱-۲- تحلیل عاملی ۷۹
- ۸۰-۳-۱۱-۳- مدلسازی معادله ساختاری ۸۰
- ۸۰-۳-۱۱-۳-۱- تحلیل مسیر ۸۰
- ۸۱-۳-۱۲- جمع‌بندی ۸۱

فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

- ۸۳-۴-۱- مقدمه ۸۳
- ۸۴-۴-۲-۱: توزیع فراوانی جنسیت ۸۴
- ۸۵-۴-۲-۲: توزیع فراوانی سن ۸۵
- ۸۶-۴-۲-۳: توزیع فراوانی میزان تحصیلات ۸۶
- ۸۷-۴-۲-۴: توزیع فراوانی شغل پاسخگویان ۸۷
- ۸۸-۴-۲-۵: توزیع فراوانی استفاده یا عدم استفاده از خدمات بانکداری سیار ۸۸
- ۸۹-۴-۳- آمار توصیفی پاسخهای دریافتی مربوط به متغیرها ۸۹
- ۸۹-۴-۳-۱: سوالها و پاسخهای مربوط به متغیر مستقل مزیت نسبی ۸۹
- ۹۰-۴-۳-۲: سوالها و پاسخهای مربوط به متغیر مستقل سهولت استفاده ۹۰
- ۹۱-۴-۳-۳: سوالها و پاسخهای مربوط به متغیر مستقل تطبیق پذیری ۹۱
- ۹۲-۴-۳-۴: سوالها و پاسخهای مربوط به متغیر مستقل صلاحیت و شایستگی درک شده ۹۲
- ۹۳-۴-۳-۵: سوالها و پاسخهای مربوط به متغیر مستقل خیرخواهی و نوع دوستی ۹۳
- ۹۴-۴-۳-۶: سوالها و پاسخهای مربوط به متغیر مستقل یکپارچگی و درستی درک شده ۹۴
- ۹۵-۴-۴- بررسی روایی و پایایی پرسشنامه ۹۵

۹۷-۵-۴-آماراستنباط.....

۹۷-۱-۵-۴-بررسی فرضیه‌های تحقیق.....

۱۰۰-۲-۵-۴-بررسی رابطه بین استفاده یا عدم استفاده پاسخگویان از خدمات بانکداری سیار و نظر آنها در مورد هریک

از متغیرها.....

۱۰۴-۲-۴-۴-بررسی رابطه بین متغیرهای تحقیق (آزمون فرضیات براساس مقادیر همبستگی).....

۱۰۴-۳-۵-۴-بررسی فرضیه‌ها باکمک نرم‌افزار لیزرل.....

۱۰۴-۱-۳-۵-۴-تحلیل عاملی (آنالیز فاکتورها).....

۱۰۷-۲-۳-۵-۴-مدل مفهومی تحقیق (قبل از برآور).....

۱۰۹-۳-۳-۵-۴-نمودار تحلیل مسیر.....

۱۱۴-۶-۴-الویت‌بندی متغیرها و شاخص‌های تحقیق.....

۱۱۶-۷-۴-جمع‌بندی.....

فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱۱۸-۱-۵-مقدمه.....

۱۱۸-۲-۵-خلاصه‌فصل‌های پیشین.....

۱۱۸-۳-۵-یافته‌های تحقیق.....

۱۲۳-۴-۵-پیشنهاد‌های تحقیق.....

۱۲۳-۱-۴-۵-پیشنهاد‌های مرتبط با این پژوهش.....

۱۲۴-۲-۴-۵-پیشنهاد برای تحقیقات آتی.....

۱۲۶-منابع.....

۱۳۰-پیوست‌ها:.....

۱۳۰-پیوست الف: پرسشنامه تحقیق.....

۱۳۳-پیوست ب: خروجی SPSS:آزمون‌های ناپارامتری.....

۱۳۷-پیوست پ: خروجی SPSS، نتایج مربوط به تحلیل رگرسیون.....

۱۴۳-پیوست ج: خروجی SPSS نتایج مربوط به پایایی.....

فهرست جداول

عنوان جدول	صفحه
جدول (۱-۲) تعاریف اعتماد.....	۳۲
جدول (۲-۲) نقد و بررسی مدل‌های پذیرش فناوری.....	۵۶
جدول (۳-۲) عوامل کلیدی تئوری‌های پذیرش فناوری.....	۵۸
جدول (۴-۲) مقایسه نتایج بدست آمده از پژوهشهای مورد مطالعه.....	۵۸
جدول (۱-۳) تعداد مشتریان در شهرستانهای کرمان.....	۷۲
جدول (۱-۴) توزیع فراوانی و فراوانی درصدی جنسیت.....	۸۴
جدول (۲-۴) توزیع فراوانی و فراوانی درصدی سن.....	۸۵
جدول (۳-۴) توزیع فراوانی و فراوانی درصدی تحصیلات.....	۸۶
جدول (۴-۴) توزیع فراوانی و فراوانی درصدی شغل.....	۸۷
جدول (۵-۴) توزیع فراوانی و فراوانی درصدی استفاده و عدم استفاده.....	۸۸
جدول (۶-۴) فراوانی و درصد فراوانی مربوط به متغیر مستقل مزیت نسبی.....	۸۹
جدول (۷-۴) فراوانی و درصد فراوانی مربوط به متغیر مستقل سهولت استفاده.....	۹۰
جدول (۸-۴) فراوانی و درصد فراوانی مربوط به متغیر مستقل تطبیق پذیری.....	۹۱
جدول (۹-۴) فراوانی و درصد فراوانی مربوط به متغیر مستقل صلاحیت.....	۹۲
جدول (۱۰-۴) فراوانی و درصد فراوانی مربوط به متغیر مستقل خیرخواهی.....	۹۳
جدول (۱۱-۴) فراوانی و درصد فراوانی مربوط به متغیر مستقل یکپارچگی.....	۹۴
جدول (۱۲-۴) سنجشهای مزایای پذیرش فناوری.....	۹۵
جدول (۱۳-۴) سنجشهای اعتماد مبتنی بر دانش.....	۹۶
جدول (۱۴-۴) آزمون فرضیه‌های اصلی (آزمون کای_دو پیرسن).....	۹۸
جدول (۱۵-۴) آزمون فرضیه‌های فرعی (آزمون کندال و اسپیرمن).....	۹۹
جدول (۱۶-۴) بررسی رابطه نظر افرادی که از خدمات بانکداری سیار استفاده کرده‌اند یا استفاده نکرده‌اند در مورد متغیرها (آزمون من_ویننی).....	۱۰۰
جدول (۱۷-۴) رابطه بین میزان تحصیلات مشتریان با متغیرهای مستقل (آزمون کای_دو).....	۱۰۲
جدول (۱۸-۴) رابطه بین مشتریان در گروه‌های سنی مختلف با متغیرهای مستقل (آزمون کای_دو).....	۱۰۳
جدول (۱۹-۴) خلاصه نتایج آزمون فرضیات (ضریب همبستگی اسپیرمن).....	۱۰۴
جدول (۲۰-۴) آنالیز فاکتورسوالات تحقیق.....	۱۰۵
جدول (۲۱-۴) ضریب استاندارد حاصل از تحلیل مسیر.....	۱۱۴
جدول (۲۲-۴) سهم متغیرهای مستقل در تبیین متغیر وابسته نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار به ترتیب اولویت.....	۱۱۴
جدول (۲۳-۴) اولویت‌بندی شاخص‌های هر متغیر.....	۱۱۵

فهرست نمودار و اشکال

صفحه	عنوان نمودار یا شکل
۱۸	شکل (۱-۲) اجزای تجارت الکترونیک
۲۱	شکل (۲-۲) چگونگی عملکرد خدمات بانکداری سیار
۳۴	شکل (۳-۲) ضرورت اعتماد در سازمان
۳۵	شکل (۴-۲) انواع سرمایه ازدیدگاه بانک جهانی
۳۷	شکل (۵-۲) دوردینی تفکر خلاق رانگو و چاند
۴۱	شکل (۶-۲) مدل پیشنهادی اعتماد ماير
۴۳	شکل (۷-۲) الگوی اعتماد بر مبنای نظر بايرد و آماند
۶۵	شکل (۸-۲) ابعاد یکپارچگی در اعتماد
۷	نمودار (۱-۱) مدل مفهومی تحقیق
۲۰	نمودار (۱-۲) مدل توسعه بانکداری الکترونیکی
۳۹	نمودار (۲-۲) مدل مفهومی عوامل موثر بر اعتماد در سازمان
۴۴	نمودار (۳-۲) گروه بندی پذیرندگان بر اساس نوگرایی
۴۷	نمودار (۴-۲) نظریه عملکرد منطقی
۴۸	نمودار (۵-۲) مدل رفتار برنامه ریزی شده
۴۹	نمودار (۶-۲) مدل کمپئو و هینگینز
۵۰	نمودار (۷-۲) مدل پذیرش تکنولوژی
۵۲	نمودار (۸-۲) مدل پذیرش تکنولوژی ۲
۵۳	نمودار (۹-۲) فرآیند انتخاب
۵۵	نمودار (۱۰-۲) نظریه تجزیه رفتار برنامه ریزی شده
۶۹	نمودار (۱-۳) خلاصه فصل سوم
۸۴	نمودار (۱-۴) فراوانی جنسیت
۸۵	نمودار (۲-۴) فراوانی سن
۸۶	نمودار (۳-۴) فراوانی تحصیلات
۸۷	نمودار (۴-۴) فراوانی شغل
۸۸	نمودار (۵-۴) فراوانی استفاده و عدم استفاده
۱۰۸	نمودار (۶-۴) مدل مفهومی تحقیق (قبل از برآورد)
۱۱۰	نمودار (۷-۴) مدل نهایی تحقیق (بعد از برآورد)

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

۱-۲- بیان مساله

۱-۳- اهداف تحقیق

۱-۴- سوالات تحقیق

۱-۵- فرضیه‌های تحقیق

۱-۶- مدل مفهومی تحقیق

۱-۷- مواد و روش انجام تحقیق

۱-۸- قلمرو تحقیق

۱-۹- محدودیت‌های تحقیق

۱-۱۰- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات

۱-۱- مقدمه

توسعه دسترسی به شبکه گسترده جهانی (اینترنت)، انقلابی را در زمینه ارتباط در همه نقاط دنیا ایجاد کرده است. به جرأت می‌توان گفت که جهان هیچگاه شاهد چنین شتابی برای استفاده از یک پدیده علمی نبوده است. دسترسی تعداد زیادی از مردم به شبکه جهانی اینترنت و گسترش ارتباط الکترونیک بین افراد و سازمانهای مختلف از طریق دنیای مجازی بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است و تجارت بانکداری الکترونیک را می‌توان از تبعات گسترش و نفوذ آن دانست. یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیک وجود سیستم بانکداری الکترونیک است که همگام با سیستم‌های مالی و پولی عمل و فعالیت‌های مربوط به تجارت الکترونیک را تسهیل می‌نماید. در حقیقت می‌توان گفت پیاده‌سازی تجارت الکترونیک نیازمند تحقق بانکداری الکترونیک می‌باشد. در سال‌های اخیر، پیشرفت در فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و به خصوص تغییرات سریع در فناوری‌های همراه، در معرفی کاربردهای این فناوری‌ها و خدمات آن‌ها دخیل بوده است. از طرفی امکان ارائه و دریافت خدمات از طریق دستگاه‌های همراه، کاربردهای متداول آن را با تغییر مواجه خواهد کرد.

بانکداری موبایل زیر مجموعه‌ای از بانکداری الکترونیک است که جزء نخستین و با ارزش افزوده‌ترین خدمات تجاری موبایل محسوب می‌شود. نتایج تحقیقات انجام شده بیانگر این مطلب هستند که روشهای پرداخت وجه بوسیله موبایل برای خریدهای جزئی مقرون به صرفه می‌باشند. که خود به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد بانکداری موبایل نظیر سهولت و راحتی، امنیت، هزینه پایین و سرعت بالای انتقال داده است که سبب شده تا مشتریان تمایل خود را برای استفاده از موبایل جهت انجام امور بانکی نشان دهند. به‌زودی تعداد کاربرانی که با تلفن همراه با کامپیوتر دستی و قابل حمل به اینترنت وصل می‌شوند بیشتر از کسانی خواهد بود که با کامپیوتر شخصی به اینترنت وصل می‌شوند. بنابراین تمام مؤسسات مالی از جمله بانک‌ها بایستی در راهبرد آینده خود این روش جدید ارائه خدمات بانکی را مدنظر قرار دهند.

بانکداری موبایل را می‌توان به صورت کانالی تعریف کرد که در آن مشتریان از طریق یک دستگاه موبایل با بانک تعامل داشته و خدمات مالی مورد نیاز خود را دریافت می‌کنند. بنابراین تعیین میزان پذیرش این امر از سوی کاربران از اهمیت بالایی برخوردار است. به این منظور، باید عواملی که از سوی کاربران بر پذیرش خدمات بانکداری سیار تأثیر دارند، شناسایی و اهمیت هر یک از این عوامل مشخص شود. شناسایی فاکتورهای کلیدی در پذیرش بانکداری سیار توسط

مشتریان گامی مهم در جهت تعیین عوامل تأثیرگذار در این زمینه و توجه بیشتر به آنها برای توسعه هر چه بیشتر این سیستم می‌باشد.

۱-۲- بیان مسأله

در چند سال اخیر با رشد و توسعه نقش فناوری اطلاعات (IT) در کشور ما و با توجهی که به آماده کردن بسترهای لازم برای توسعه آن شده است، روشهای سنتی ارائه خدمات بانکی زیرسوال رفته و ضروریات بازمینی و طرح‌ریزی مجدد فرآیندهای کاری در صنعت بانکداری بیش‌ازپیش احساس می‌شود. کشور ما نیز به دلیل تعاملی که با محیط پیرامون خود دارد، از تحولات جهانی بی‌نصیب نیست و با توجه به رویکرد جهانی تردیدی نیست که یکی از ضروریات ورود به بازارهای جهانی و عضویت در سازمان‌هایی نظیر سازمان تجارت جهانی، داشتن نظام بانکی کارآمدی است که بتواند با دقت، سرعت و با در اختیار داشتن فناوری هم سطح با بانک‌های پیشرفته، در این بازارها وارد شود و زمینه تجارت کارآمد را برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان داخلی فراهم سازد.

امکانات حاصل از فناوری اطلاعات نه تنها موجب پیدایش دیدگاه‌های جدید در خصوص نحوه مناسب تامین خدمات مورد نیاز مشتریان گردیده، بلکه افق‌های تازه‌ای را نیز در زمینه ارائه خدمات نوین بانکی و بکارگیری شیوه‌های جدید در ارائه خدمات سنتی بانک‌ها گشوده است. با توسعه سیستم‌های الکترونیکی برخوردار از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری، تحولی در انجام فعالیت‌های بانکی رخ داده که طبیعتاً افزایش سرعت، دقت و کاهش هزینه‌ها را به دنبال دارد. اگرچه در سال‌های اخیر پژوهش‌های بسیاری در خصوص خدمات بانکداری الکترونیک همانند ماشین‌های خودپرداز و کارت‌های الکترونیکی و.... توسط محققین انجام شده است، اما در این جا به بانکداری سیار می‌پردازیم. تعداد کاربران موبایل روزبه‌روز در حال افزایش است و به‌زودی افرادی که با موبایل به اینترنت متصل می‌شوند بیشتر از کسانی خواهد بود که با کامپیوتر شخصی با اینترنت ارتباط برقرار می‌کنند. یکی از نخستین خدمات تجاری موبایل، بانکداری موبایل می‌باشد. بانکداری موبایل توسعه کانال‌های قبلی مانند بانکداری تلفنی و اینترنتی است. در واقع، انجام خدمات مالی از طریق موبایل از زمانیکه اینترنت بی‌سیم پا به عرصه وجود نهاده است امکان‌پذیر شده و مفهوم بانکداری اینترنتی را به دنیای موبایل توسعه داده است.

به طور کلی بانکداری سیار یا بانکداری موبایل به مفهوم گسترده‌تر به صورت نوعی از خدمات مالی تعریف می‌شود که در مسیر خود مشتریان از فنون ارتباطات با موبایل برای انجام

تراکنش‌های مالی استفاده می‌نماید و همچنین سرویسی که مشتریان اطلاعاتی مانند مانده حساب، گردش حساب و غیره را از طریق گوشی تلفن همراه خود دریافت می‌کنند. مالت و روسی در سال (۲۰۰۴) مدعی هستند که خدمات بانکداری سیار تامین‌گر خلق ارزش و مشتری به دلیل مستقل بودن از زمان و مکان می‌باشند. از این‌رو در کشور ما بانکداری سیار پدیده‌ای نو تلقی می‌شود. لذا لازم است در جهت شناساندن آن به مردم، تلاش‌های وسیعی صورت پذیرد. در نتیجه بسیار لازم است که ابتدا پرسنل بانک‌ها این پدیده نو را فراگرفته و سپس به جهت آموزش به مشتریان گام بعدی برداشته شود. وقتی که یک نوع از خدمات جدیدی چون بانکداری سیار معرفی شود، مشتریان ممکن است در مورد استفاده از آن در تعاملات بانکداری احساس ترس و نگرانی کنند.

با توجه به نظریه انتشار نوآوری و ادبیات اعتماد مبتنی‌بردانش و همچنین مدل یکپارچگی اعتماد سازمانی مایرو همکارانش؛ هدف ما تأمین مدلی است که ما را به درک عوامل تعیین‌کننده، در مورد پذیرش بانکداری سیار، از سوی مشتری قادر سازد. در واقع نظریه انتشار بیان‌گر این امر است که، مزایا و صفات درک شده از تصنع IT روی کاربرد مجزا آن نوآوری اثر می‌گذارند. در این پژوهش تمرکز ما روی صفات و ویژگی‌های قابل‌درک نوآوری و اعتماد مبتنی‌بردانش می‌باشد، که به عنوان متغیرهای قابل پیش‌بینی بر روی نگرش و رفتار مشتری درمورد پذیرش و استفاده از بانکداری سیار اثر می‌گذارند. هدف ما از کاربرد این مدل این است که کل متغیرها را در این پژوهش مدنظر قرار دهیم. در ادامه روابط متغیرها با یکدیگر و تاثیر آنها، بر نگرش و رفتار مشتری نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۱-۳- اهداف تحقیق

۱-۳-۱- اهداف کلی

هدف کلی از انجام این تحقیق پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز بانکداری سیار در ایران می‌باشد؛ به نحوی که کاربران سیستم بانکی به‌طور گسترده از سیستم‌های بانکداری سیار یا همان موبایل بانک استفاده کنند و از صفوف طولانی بانک‌ها و میزان مراجعه حضوری مردم به بانک کاسته شود.

۱-۳-۲-اهداف جزئی

هدف تحقیق شناسایی فاکتورهای اصلی پذیرش بانکداری سیار در استان کرمان می‌باشد. عواملی که می‌توانند به بانک‌ها کمک کنند تا با توجه به آنها بتوانند سیستم بانکداری سیار خود را بیشتر گسترش دهند. به طور خلاصه می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

- بررسی و تحلیل سیستم بانکداری سیار در ایران
- شناسایی عوامل موثر در پذیرش بانکداری سیار
- بررسی و تحلیل اثر اعتماد مبتنی بر دانش در پذیرش بانکداری سیار
- بررسی ارتباط بین متغیرهای سیستم براساس نظریه انتشار

۱-۴-سوالات تحقیق

۱-۴-۱-سوالات اصلی

- ۱- آیا اعتماد مبتنی بر دانش در نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار از سوی مشتریان تاثیرگذار است؟
- ۲- آیا درک مشتریان از صفات و مزایای بانکداری سیار در نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار از سوی مشتریان تاثیرگذار است؟
- ۳- آیا درک مشتریان از صفات و مزایای بانکداری سیار و همچنین اعتماد مبتنی بر دانش بر روی نگرش و نیت رفتاری مشتریان در مورد پذیرش بانکداری سیار اثر می‌گذارد؟

۱-۴-۲-سوالات فرعی

- ۱- آیا مزیت نسبی درک شده، از اثر مثبتی بر روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار برخوردار است؟
- ۲- آیا سهولت استفاده درک شده، اثر مثبتی روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار دارد؟
- ۳- آیا تطبیق پذیری درک شده، از اثر مثبتی بر روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار برخوردار است؟
- ۴- آیا صلاحیت درک شده، روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار، اثر مثبتی می‌گذارد؟

۵ - آیا صفت خیرخواهانه بودن، از اثر مثبتی روی نگرش به سوی بانکداری سیار برخوردار است؟

۶ - آیا یکپارچگی ادراک شده، از اثر مثبتی روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار برخوردار است؟

۱-۵-۵- فرضیه‌های تحقیق

۱-۵-۱- فرضیه‌های اصلی

۱ - اعتماد مبتنی بر دانش در نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار از سوی مشتریان تاثیرگذار است.

۲ - درک مشتریان از صفات و مزایای بانکداری سیار در نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار از سوی مشتریان تاثیرگذار است.

۳ - درک مشتریان از صفات و مزایای بانکداری سیار و همچنین اعتماد مبتنی بر دانش بر روی نگرش و نیت رفتاری مشتریان در مورد پذیرش بانکداری سیار اثر می‌گذارد.

۱-۵-۲- فرضیه‌های فرعی

۱ - مزیت نسبی درک شده، از اثر مثبتی بر روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار برخوردار است.

۲ - سهولت استفاده درک شده، اثر مثبتی روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار دارد.

۳ - تطبیق پذیری درک شده، از اثر مثبتی بر روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار برخوردار است.

۴ - صلاحیت درک شده، روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار، اثر مثبتی می‌گذارد.

۵ - صفت خیرخواهانه بودن از اثر مثبتی روی نگرش به سوی بانکداری سیار برخوردار است.

۶ - یکپارچگی ادراک شده، از اثر مثبتی روی نگرش به سوی پذیرش بانکداری سیار برخوردار است.

۱-۶-۱- مدل مفهومی تحقیق

بانکداری سیار را می‌توان به عنوان نوآوری تکنولوژیکی دید، زیرا به مشتریان این امکان را می‌دهد تا تعاملات بانکداری را بدون محدودیت زمانی و مکانی انجام دهند و حتی به خدمات

بانکداری به طرزی آسان و سریع متصل شوند. نظریه انتشار نوآوری تأمین‌گر مجموعه‌ای از صفاتی است که ممکن است روی تصمیمات مشتریان اثر گذارند. راجرز در سال (۱۹۹۵) پنج فاکتور از مشخصه‌های محصول یا خدمت را به عنوان عوامل موثر بر فرآیند پذیرش و انتخاب نوآوری ذکر می‌کند. این پنج فاکتور عبارتند از مزیت نسبی، قابلیت انطباق، قابلیت مشاهده، قابلیت آزیس و پیچیدگی؛ که در بین این صفات، مزیت نسبی، سهولت استفاده و تطبیق‌پذیری بارزترین و مطرح‌ترین عوامل تعیین‌شده برای پذیرش و پخش تکنولوژی‌های نو ظهور اینترنتی هستند. از آنجایی که بانکداری سیار به عنوان کانال‌های جدید الکترونیکی پیشنهاد شده توسط بانک‌ها است، مردم ممکن است این نوع از بانکداری را به دلیل مسائل امنیتی و خصوصی بودن آن نپذیرند. عدم‌اعتماد یکی از دلایل ذکر شده برای مشتریانی است که این نوع از بانکداری را مدنظر قرار نمی‌دهند. تحقیقات نشان داد که اعتماد یکی از چالش‌های اصلی تعاملات بانکداری آنلاین است، زیرا چنین تعاملاتی فاقد حضور فیزیکی هستند برای بررسی عدم قطعیت در چنین محیطی، اعتماد به کاهش ترس و خطر بالقوه و افزایش احتمال اینکه مشتریان این نوع از بانکداری را بپذیرند، کمک می‌کند. در تحقیقاتی که توسط چاترودی و گاردنر سال (۲۰۰۲) در زمینه اعتماد انجام شد اعتماد مبتنی‌بر دانش یک عقیده است و به عنوان عقیده فردی در قابلیت اعتماد دیگران تعریف شده است. این نوع اعتماد، جزء الزامی برای شکل‌دهی رفتارهای کاربران آنلاین است. همچنین مایر و همکارانش در سال (۱۹۹۵) سه مولفه اصلی این نوع از اعتماد را معین کردند: صلاحیت و شایستگی، خیرخواهی، یکپارچگی و درستی که به عنوان عوامل موثر بر پذیرش نوآوری افزوده شد. در حیطه بانکداری سیار صلاحیت و شایستگی به تصورات فردی اشاره دارد، اینکه بانک‌ها از توانایی و مهارت لازم در درک نیازهای مربوط به مسائل مالی مشتریان برخوردار باشند. خیرخواهی به تصوراتی اشاره دارد که بانک‌های ارائه‌کننده خدمات بانکداری سیار بدان توجه دارد و به نفع مشتریان کار می‌کنند. یکپارچگی و درستی نیز به تصوراتی اشاره دارد که این نوع از بانک‌ها یک مجموعه از اصولی را دنبال می‌کنند. به همین دلیل ما در این مدل با توجه به تحقیقات صورت گرفته ترکیبی از این فاکتورها را در مدل پژوهشی حاضر بکار برده‌ایم.