

بررسی تاثیر عوامل داخلی و اجتماعی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی با نقش تعدیلگر تحصیلات مشتریان (مطالعه موردی: بانک سپه)

حجت‌اله دهدشتی

گروه مدیریت، واحد زرقان دانشگاه آزاد اسلامی، زرقان، ایران

امان‌اله راهیما

استادیار گروه مدیریت، واحد زرقان دانشگاه آزاد اسلامی، زرقان، ایران

چکیده- هدف پژوهش بررسی تاثیر عوامل داخلی و اجتماعی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی با نقش تعدیلگر تحصیلات مشتریان می‌باشد. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مشتریان بانک سپه استان فارس می‌باشد که نمونه آماری ۳۸۴ نفر جهت شرکت در این پژوهش انتخاب شده است. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه بوده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه از آزمون‌های روایی واگرا، روایی همگرا در نرم افزار لیزرل استفاده شده است. همچنین از آزمون آلفای کرونباخ برای تعیین پایایی پرسشنامه استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که بررسی تاثیر عوامل داخلی و اجتماعی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی با نقش تعدیلگر تحصیلات مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارد. با توجه به اینکه متغیرهای یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است بررسی تاثیر عوامل داخلی و اجتماعی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی با نقش تعدیلگر تحصیلات مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارند، می‌توان با استفاده از شیوه‌های مختلف که در قسمت پیشنهادات ارائه شده است، این تاثیرات را افزایش داد.

کلید واژه‌ها: عوامل داخلی، عوامل اجتماعی، پذیرش بانکداری الکترونیکی

مقدمه

بانک‌ها از جمله موسسات مالی بسیار مهم در تمامی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه می‌باشند. در واقع ضعف یا قوت عملکرد نظام بانکی هر کشوری می‌تواند بر عملکرد اقتصادی آن تاثیرات مهمی بر جای بگذارد

یانگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). به صورتی که بسیاری از محققین حوزه اقتصاد ضعف عملکردی نظام بانکی را عامل اصلی در ایجاد بحران مالی دانسته‌اند (سافینا و کمانی^۲، ۲۰۱۸). در کشور ایران نیز سیستم اقتصادی به شدت تحت تاثیر نظام بانکی قرار دارد. از سویی نظام بانکی ایران از نظر تعداد بانک‌ها در حال گسترش می‌باشد، به طوری که هر سال یک بانک به نظام مالی کشور وارد می‌شود؛ و این امر سودآوری بانک‌های دیگر را با چالش روبرو نموده است. چراکه این امر امکان انتخاب را برای مشتریان افزایش داده و وفاداری مشتریان را به بانک‌ها تحت تاثیر قرارداده است، از این رو بانک‌ها و موسسات مالی راهبردهای جدیدی مانند بانکداری الکترونیک را برای حفظ مشتریان خود در دستور کار قرار داده‌اند (اسدی، ۱۳۹۸). طی سال‌های گذشته، شیوه‌های بانکداری الکترونیک باعث شده که بانک‌ها رشد اقتصادی خود را افزایش دهند، کارایی و اثربخشی خود را بهبود دهند و هزینه‌های خود را نیز کاهش دهند (تکا و شارما^۳، ۲۰۲۰). متأسفانه در حال حاضر برخلاف انتظار، استفاده از شیوه‌های بانکداری نوین الکترونیکی منجر به از دست دادن سهم بازار برخی از بانک‌ها شده است. که این امر ناشی از ناتوانی مشتریان در پیدا کردن آنچه که می‌خواهند و کاهش اعتماد آنان است. تحقیقات بانک مرکزی (گزارش سالیانه، شهریورماه ۱۳۹۸)، نشان داده است که میزان استفاده مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک در بانک‌های دولتی سیر نزولی داشته است. با توجه به کاهش اعتماد مشتریان نسبت به زیرساخت‌ها، افزایش اخبار کلاهبرداری‌های متعدد اینترنتی از حساب‌های بانکی مشتریان، مشکلات عدیده در استفاده از عملیات بانکی و مشتریان را بر آن داشته است که میزان فعالیت‌های بانکی الکترونیکی خود را کاهش داده و به سمت روش‌های سنتی پیش بروند. (شیما و نورمحمدی^۴، ۲۰۲۰). در حال حاضر بیشترین قشری که بدون ترس و واهمه از خدمات اینترنتی و الکترونیکی بانک‌ها استفاده می‌کنند، جوانان و دانشجویان هستند (عشرت‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). تحقیقات اخیر نشان داده است کارمندان دولت با این که مشغله‌های خاص خود را دارند و اکثراً با کمبود وقت مواجه هستند ترجیح می‌دهند از خدمات بانکداری سنتی استفاده کنند و حضوری به بانک‌ها مراجعه نمایند (برنامه هشت و سی، ۲۱ آذرماه ۱۳۹۸). بنابراین در تحقیق حاضر محقق بر آن است که با استفاده از مدل پذیرش و نکاتش، و با در نظر داشتن میزان تحصیلات افراد، عوامل موثر بر تمایل آنان به استفاده از بانکداری الکترونیک را در دو بانک سپه بررسی نماید.

¹ Yang, S., Li, Z., Ma, Y., & Chen, X

² Safeena, R., & Kammani

³ Tekka, B. M., & Sharma

⁴ Shima, N., & Mohamadali

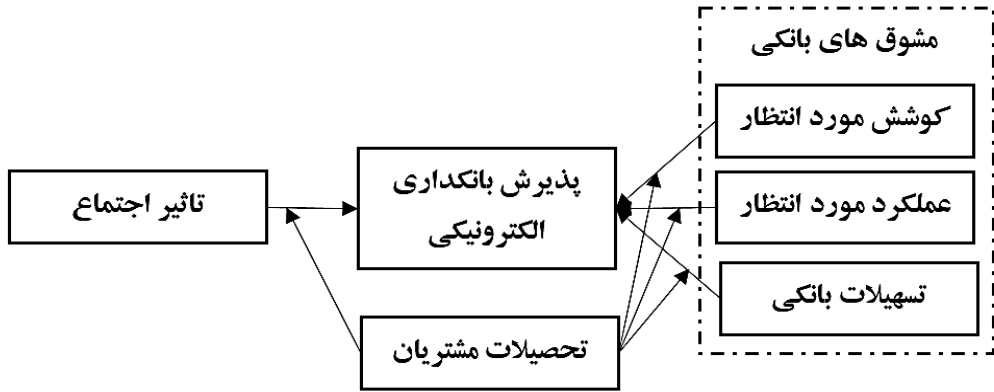
اهمیت و ضرورت تحقیق

تجربیات گوناگون نشان داده که خدمات الکترونیکی می‌توانند موجب جذب بهتر و سریع‌تر سرمایه مردم و تاثیرگذاری آن بر رضایت مشتریان گردد؛ که از اهداف مهم و حیاتی بانک‌ها بوده است. با توجه به تأکید برنامه سوم و چهارم توسعه و خصوصاً برنامه پنجم توسعه مبنی بر ایجاد دولت الکترونیک در سازمان‌های دولتی و وابسته به دولت این امر به‌طور جد در دستور کار مدیران قرار گرفته است و حساسیت این موضوع در بانک‌ها و وقتی بیشتر ملموس و احساس می‌شود که برای به‌دست آوردن مزیت رقابتی باید برای بقاء پیوسته نسبت به ماندگاری مشتریان فعلی و جذب مشتریان بالقوه تمهیدات لازم از جمله توسعه خدمات بانکداری الکترونیک را در دستور کار قرار داد. استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، علاوه بر کاهش هزینه‌های اقتصادی و مالی مزایای زیر را نیز به دنبال دارد:

- جذب و نگهداری مشتریان
- افزایش بهره‌وری نیروی انسانی
- هدایت مشتریان به سمت کانال‌های مناسب برای انجام امور
- امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی بدون حضور فیزیکی
- صرفه‌جویی در هزینه‌ها و زمان
- کاهش هزینه‌های سازمانی
- ارائه خدمات به مشتریان بازار هدف
- مدیریت بهتر اطلاعات
- کاهش ریسک نگهداری پول نقد
- امکان انتقال سریع اطلاعات

از سوی دیگر بانک سپه از بزرگترین و قدیمی‌ترین بانک‌های دولتی ایران هستند که تا به امروز در صدر بانک‌های دولتی چه از نظر تراکنش‌های مالی و چه از نظر تعداد مشتریان و چه از نظر مرادوات مالی با ارگان‌های دولتی هستند. به همین دلیل اهمیت موضوع تحقیق به دلیل مزایای پذیرش بانکداری الکترونیک و اهمیت این دو بانک در ایران است.

مدل مفهومی تحقیق



مدل مفهومی تحقیق با الهام از مطالعه مورالی شارما^۱ (۲۰۲۰)

فرضیات تحقیق

فرضیه‌های اصلی

اجتماع بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر دارد.
 عوامل داخلی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر دارد.
 تحصیلات مشتریان بر تاثیرپذیری اجتماع بر پذیرش بانکداری الکترونیکی نقش تعدیلگری دارد.
 تحصیلات مشتریان بر تاثیرپذیری عوامل داخلی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی نقش تعدیلگری دارد

فرضیه‌های فرعی

کوشش موردانتظار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر دارد.
 تسهیلات بانکی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر دارد.
 عملکرد موردانتظار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر دارد.
 تحصیلات مشتریان بر تاثیرپذیری پذیرش بانکداری الکترونیکی از عملکرد موردانتظار نقش تعدیلگری دارد.

¹ SHARMA

تحصیلات مشتریان بر تاثیر پذیری پذیرش بانکداری الکترونیکی از کوشش موردانتظار نقش تعدیلگری دارد.

تحصیلات مشتریان بر تاثیر پذیری پذیرش بانکداری الکترونیکی از تسهیلات بانکی نقش تعدیلگری دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ شیوه جمع-آوری داده پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان بانک سپه در شعب اصلی در شهر استان فارس، است. جهت تجزیه و تحلیل آماری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد. در این تحقیق، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از نمونه‌ها از روش‌های آمار استنباطی استفاده شده است.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته شامل گویه‌های مدل مفهومی می‌باشد.

متغیر	پرسش
کوشش موردانتظار	تلاش بانک در به روز خدمات برای من با ارزش است
	من ترجیح می‌دهم از بانکی استفاده کنم که در حال توسعه است
	در دوره‌ی تکنولوژی نیازمندی‌ها رو به افزایش می‌باشد
	به شعار تلاش از چشم دور نمی‌ماند اعتقاد دارم
تسهیلات	وجود تسهیلات برتری یکی از موارد مهم در انتخاب من بانک من است
	بانکداری الکترونیک موجب بالا بردن تسهیلات بانک می‌شود
	من سعی می‌کنم تا حد امکان از امکانات الکترونیکی موجود بانک‌ها بهره ببرم
عملکرد مورد انتظار	میزان وظیفه‌ای که کارکنان در سازمان انجام می‌دهند به‌عنوان نتیجه‌ای از عملکرد سازمان نسبت به کارکنان است.
	تا چه میزان در حوزه‌ی تصمیماتی که می‌گیرید اختیارات دارید.
	تا چه میزان از کیفیت کاری که انجام می‌دهید مطلع هستید
تاثیر اجتماع	من تمایل دارم از خدمات بانکی استفاده کنم که مورد تایید دوستانم می‌باشد

من به نظرات عموم اهمیت می‌دهم	
داشتن نام نیک بانک در جامعه برای من اهمیت دارد	
من از خدمات بانکی استفاده می‌کنم که در دید عموم قابل اطمینان باشد	
من تمایل به استفاده از خدمات الکترونیک بانکی دارم	پذیرش بانکداری الکترونیکی
خدمات الکترونیک بانکی موجب تسریع امور کاری من می‌شود	میزان تحصیلات
تحصیلات من در نگرش محیطی من نقش مهمی را ایفا می‌کند	
تحصیلات تمایل به استفاده از خدمات الکترونیکی بانکداری را افزایش می‌دهد	
تحصیلات قدرت تفکر و تجزیه و تحلیل من را افزایش داده است	
من با بهره‌گیری از آموزه‌های تحصیلی خود انتخاب‌هایم را بهینه می‌نمایم	

محاسبه پایایی ابزار تحقیق با روش پی‌ال‌اس

پایایی این تحقیق مطابق با روش پی‌ال‌اس از سه طریق ضرایب بارهای عاملی، ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی شده است.

ضرایب بارهای عاملی

شکل ذیل مدل تحقیق را به همراه ضرایب بارهای عاملی نشان می‌دهد. با توجه به اینکه کلیه بارهای عاملی بالاتر از ۰.۴ می‌باشند، لذا مدل از پایایی مناسب برخوردار است.

آلفای کرونباخ

نتایج آزمون آلفای کرونباخ که با استفاده از نرم افزار اسمارت پی‌ال‌اس^۱ انجام شد در جدول ذیل به اختصار ارائه گردیده است. چون مقادیر آلفا بالاتر از ۰.۷ می‌باشد حاکی از پایایی مناسب مدل دارد.

^۱ Smart PLS

ضریب آلفای کرونباخ مربوط به پایایی پرسشنامه

متغیرها	آلفای کرونباخ
کوشش موردانتظار	۰.۷۶
تسهیلات	۰.۷۱
عملکرد موردانتظار	۰.۸۲
تاثیر اجتماع	۰.۸۳
پذیرش بانکداری الکترونیکی	۰.۸۶
میزان تحصیلات	۰.۷۷

پایایی ترکیبی (سی آر^۱)

نتایج آزمون پایایی ترکیبی که با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس^۲ انجام شد به اختصار در جدول ذیل ارائه گردیده است. چون مقادیر پایایی ترکیبی بالاتر از ۰.۷ می باشد لذا مدل پایایی مناسبی دارد.

نتایج مربوط به پایایی ترکیبی (CR)

متغیرها	پایایی ترکیبی
کوشش مورد انتظار	۰.۹۰
تسهیلات	۰.۹۲
عملکرد موردانتظار	۰.۸۹
تاثیر اجتماع	۰.۸۷
پذیرش بانکداری الکترونیکی	۰.۶۴
میزان تحصیلات	۰.۸۹

محاسبه روایی با روش پی ال اس^۳

در این تحقیق با کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس روایی پرسشنامه، به وسیله روایی واگرا محاسبه گردید.

¹ CR: Composite Reliability

² Smart PLS

³ PLS

روایی همگرا

با توجه به اینکه در این پژوهش مقدار اوه (متوسط واریانس استخراج شده) برای هر یک از متغیرها بیشتر از ۰.۵ است، این اعداد حکایت از روایی همگرای مناسب مدل دارند. با در نظر گرفتن مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ ۰.۷ (کرونباخ^۱، ۱۹۵۱)، برای پایایی ترکیبی ۰.۷ (نونالی^۲، ۱۹۷۸) و برای اوه ۰.۵ (فرنل و لاکر^۳، ۱۹۸۱) می‌باشد و مطابق با یافته‌های حاصل تمامی این معیارها در مورد متغیرها مقدار مناسبی اتخاذ نموده‌اند، می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرای پژوهش حاضر را تأیید ساخت.

نتایج حاصل از روایی همگرا تحقیق

متغیرها	AVE
کوشش موردانتظار	۰.۶۴
تسهیلات	۰.۷۱
عملکرد موردانتظار	۰.۷۵
تأثیر اجتماع	۰.۷۴
پذیرش بانکداری الکترونیکی	۰.۶۶
میزان تحصیلات	۰.۷۰
	۰.۵۷

منبع: یافته‌های تحقیق

روایی واگرا

برای محاسبه میزان روایی واگرایی از روش فورنل و لارکر استفاده می‌شود. نتایج روایی واگرا در جدول ذیل بیان شده است.

نتایج حاصل از اندازه‌گیری روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

متغیرها	کوشش موردانتظار	عملکرد موردانتظار	پذیرش بانکداری الکترونیکی	میزان تحصیلات	تسهیلات	تأثیر اجتماع
کوشش موردانتظار	۰.۸۶					
عملکرد موردانتظار	۰.۸۰	۰.۸۱				

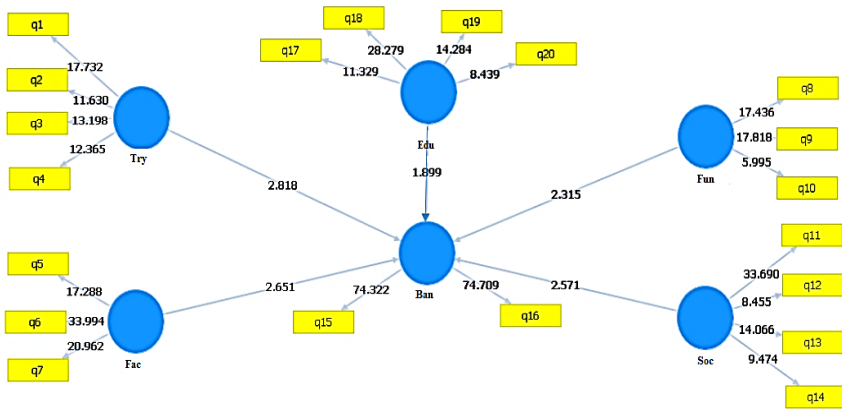
- 1 Cronbach
- 2 Nunnally
- 3 Fornel & Larker

			۰.۹۵	۰.۶۹	۰.۷۱	پذیرش بانکداری الکترونیکی
		۰.۸۰	۰.۷۴	۰.۷۹	۰.۷۷	میزان تحصیلات
	۰.۸۸	۰.۷۸	۰.۷۵	۰.۷۸	۰.۷۹	تسهیلات
۰.۸۰	۰.۸۱	۰.۷۶	۰.۷۰	۰.۷۹	۰.۷۹	تأثیر اجتماع

منبع: یافته‌های تحقیق

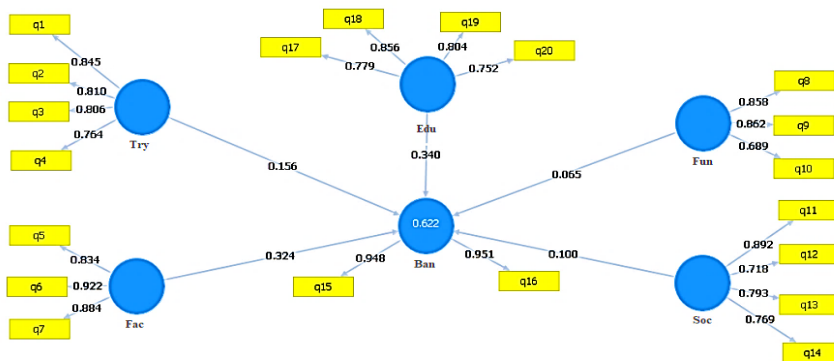
برازش مدل ساختاری

در این تحقیق برازش مدل ساختاری بدون حضور متغیر تعدیل‌گر و با در نظر داشتن متغیر تعدیل‌گر اندازه‌گیری می‌شود.



مقادیر تی (t) - مدل سطح اول پژوهش

مقادیر تی نشان می‌دهد که کلیه فرضیه‌ها با توجه به اینکه از عدد ۱.۹۶ بیشتر می‌باشند، مورد پذیرش قرار می‌گیرند.



ضرایب مسیر فرضیه‌ها و بارهای عاملی سطح اول پژوهش

با در نظر گرفتن ضریب مسیر متغیر تعاملی روابط دولتی که عدد ۰.۳۴۷ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت که متغیر تعدیل‌گر روابط دولتی به میزان ۳۵٪ از تغییرات متغیر کارآفرینی بر عملکرد صادرات را تعدیل می‌کند.

پیشنهادات تحقیق

با توجه به نتایج این فرضیات و اهمیت متغیرهای مذکور، پیشنهادهای زیرارائه می‌گردد:

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه اول

در فرضیه اول تاثیر عملکرد موردانتظار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت.

۱- با توجه به تایید شدن این فرضیه، می‌توان به مسئولین ذیربط پیشنهاد داد با برگزاری مسابقات تفریحی در بانک برای مشتریان با جوایزی مانند سفرهای سیاحتی و یا زیارتی موجبات جذابیت استفاده از ابزارهای بانکداری الکترونیکی را برای مشتریان فراهم آورند.

۲- ارائه تسهیلات ویژه مانند جوایز نقدی یا بخشودگی بخشی از اقساط وام‌ها برای مشتریانی که دائماً از ابزارهای بانکداری الکترونیک جهت فعالیت‌های بانکی خود استفاده می‌کنند.

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه دوم

در این فرضیه تاثیر کوشش موردانتظار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت. با توجه

به تایید شدن این فرضیه، می‌توان پیشنهاد داد قبل از استفاده مشتریان از ابزارهای نوین بانکداری الکترونیک به

آنها آموزش‌های لازم داده شود که تا متوجه باشند یادگیری این ابزارها و بعضاً نرم افزارها خیلی سخت نیست و موجبات ناراحتی و یا وقت‌گیری و یا اذیت آنان را فراهم نمی‌آورد.

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه سوم

در این فرضیه تاثیرات اجتماع بر پذیرش بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به تایید شدن این فرضیه، می‌توان پیشنهاد داد مدیران بانک‌ها در تبلیغات خود، افراد سرشناس مانند ستاره‌های سینمایی یا قهرمانان دنیای ورزش را به تصویر کشیدن که آنان نیز از این ابزارهای بانکداری الکترونیک استفاده می‌نمایند.

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه چهارم

در این فرضیه تاثیر تسهیلات بانکی بر پذیرش بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت و تایید شد که تسهیلات بانکی می‌تواند بر پذیرش بانکداری الکترونیکی تاثیر داشته باشد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد در تیزرهای تبلیغاتی تسهیلات بانکی از ابزارهای بانکداری الکترونیکی به تصویر کشیده شود. همچنین نشان داده شود که استفاده از این ابزارها چقدر در تسریع امور بانکی کمک می‌نماید. مثلاً دو نفر نشان داده شود که یکی از ابزارهای سنتی (مانند حضور فیزیکی در بانک) استفاده می‌کند و دیگری از ابزارهای الکترونیکی و یک ساعت در هر دو تصویر نصب باشد و زمان انجام امور بانکی هر دو نفر با یکدیگر مقایسه شود.

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه پنجم

در این فرضیه نقش تعدیلگری تحصیلات مشتریان بر تاثیرپذیری پذیرش بانکداری الکترونیکی از عملکرد موردانتظار مورد بررسی قرار گرفت و تایید شد که تحصیلات مشتریان می‌تواند تاثیر عملکرد موردانتظار بر پذیرش بانکداری الکترونیکی را افزایش دهد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد مدیران بانک در هنگام ارائه خدمات به مشتریان به نقش تحصیلات آنان توجه داشته باشند. و با توجه به سطح تحصیلات مشتریان برای آنان خدمات ویژه قائل شوند.

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه ششم

در این فرضیه نقش تعدیلگری تحصیلات مشتریان بر تاثیرپذیری پذیرش بانکداری الکترونیکی از کوشش مورد انتظار بررسی قرار گرفت و تایید شد که تحصیلات مشتریان می‌تواند تاثیر کوشش موردانتظار بر پذیرش

بانکداری الکترونیکی را افزایش دهد. در این راستا پیشنهاد می‌گردد مدیران بانک با تخصیص امتیازات ویژه به مشتریان با تحصیلات آکادمیک آنان را تشویق نمایند شیوه‌های استفاده از ابزارهای الکترونیکی را به مشتریان با سطح تحصیلی پایین‌تر آموزش دهند. مثلاً می‌توانند از شیوه کمک‌رسانی و آموزش خود به افراد فیلم کوتاه تهیه نمایند و به بانک ارائه دهند و در مسابقات این‌چینی شرکت نمایند.

پیشنهادات در راستای آزمون فرضیه هفتم

در این فرضیه نقش تعدیلگری تحصیلات مشتریان بر تاثیرپذیری پذیرش بانکداری الکترونیکی از تاثیرات اجتماع بررسی قرار گرفت و تایید شد که تحصیلات مشتریان می‌تواند تاثیر تاثیرات اجتماع بر پذیرش بانکداری الکترونیکی را افزایش دهد. باید توجه داشت که منظور از تاثیرات اجتماعی، هم‌نوایی اجتماعی است. هم‌نوایی نوعی تأثیر اجتماعی بر تغییر عقاید و رفتار به منظور سازگاری با هنجارهای گروهی است. این تغییرات در واکنش به فشارهای جمعی واقعی (حضور فیزیکی اشخاص) یا خیالی (شامل فشارها و انتظارات هنجارهای اجتماعی) ایجاد می‌شوند. به بیان ساده‌تر هم‌نوایی تسلیم شدن در برابر فشارهای جمعی است. هم‌چنین به معنای تأثیر جمعی یا فشار گروهی نیز هست. اصطلاح هم‌نوایی به طور معمول برای نشان دادن توافق به موضع اکثریت که می‌تواند به دلیل دوست داشته شدن و یا تمایل به درست بودن و یا مطابقت با یک نقش اجتماعی اطلاق شود. در این راستا پیشنهاد می‌شود طراحان و مدیران بانک‌ها و سایت‌های اینترنتی و خدمات الکترونیکی بانک‌ها را طوری طراحی کنند که همه افراد جامعه با هر نوع تحصیلاتی بتوانند به راحتی از خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده نمایند. که این موضوع موجب تاثیر مثبت و ایجاد تمایل در سطح جامعه جهت استفاده از بانکداری الکترونیکی می‌شود.

محدودیت‌ها

- محدودیت‌هایی را که محقق در تحقیق حاضر با آنان روبرو بوده است را می‌توان به دو بخش تقسیم کرد.
- بخشی از محدودیت‌های پژوهش حاضر از جامعه آماری سرچشمه می‌گیرد که می‌توان از آنان به محدودیت‌های ذاتی تحقیق نام برد. از آن جمله می‌توان به بی‌دقتی اعضای نمونه در پاسخگویی به سؤال‌ها اشاره کرد.
- بخشی دیگر از محدودیت‌ها از دسته محدودیت‌های علمی پژوهش محسوب می‌شود که گستردگی مفاهیم نظری پژوهش، تعداد کم پژوهش‌هایی که به بررسی این متغیرها پرداخته‌اند، انتزاعی بودن برخی

- از مفاهیم و سؤال‌های پرسشنامه و محدود بودن ابزار جمع‌آوری اطلاعات به پرسشنامه را دربر می‌گیرد. با این حال برخی از مهمترین محدودیت‌های این پژوهش عبارتند از:
- قابلیت تعمیم نتایج این پژوهش نیز ممکن است به واسطه وجود متغیر تعدیلگر که در فرآیند پژوهش بر روابط تأثیر گذارده باشد ولی از دید پژوهشگر مستتر شده باشند، کاهش یابد.
 - از آنجایی که ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این مطالعه صرفاً پرسشنامه بوده و همچنین نمونه مورد بررسی محدود به بانک سپه می‌باشد لذا میزان تعمیم‌پذیری نتایج به دست آمده را می‌توان به عنوان محدودیت تحقیق قلمداد نمود.
 - اطلاعات در دسترس درخصوص سنجش متغیرها عمدتاً کمی بوده‌اند، لذا عدم دسترسی به اطلاعات کیفی محقق که می‌توانسته از راه مصاحبه به دست آید از محدودیت‌های تحقیق به‌شمار می‌رود.

منابع

- ❖ محمودی میمند، محمد؛ فروزنده دهکردی، لطف‌اله؛ احمدی‌نژاد، مصطفی. (۱۳۹۸)، "الگوی پذیرش بانکداری اینترنتی توسط مشتریان"، نشریه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال اول، شماره دوم، صفحات ۲۶-۱.
- ❖ مقیمی، سیدمحمد. (۱۳۷۷)، "سازمان و مدیریت رویکردی پژوهشی"، اصفهان: نشریه ترمه.
- ❖ موغلی، علیرضا. (۱۳۹۷)، "پذیرش بانکداری الکترونیک در بین مشتریان بانک‌های شهر شیراز"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره هفتم، صفحات ۸۱-۹۸.
- ❖ میرزایی، خلیل. (۱۳۸۹)، "طرح و پایان نامه نویسی" انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول.
- ❖ میشیکن، فردریک. (۱۳۷۸)، "پول، ارز و بانکداری"، ترجمه جهانخانی، علی؛ پارسائیان، علی، استان فارس: انتشارات سمت.
- ❖ ناصر، فرهاد. (۱۳۹۹)، "شناسایی عوامل مؤثر در گرایش مشتریان بانک‌های تجاری به خدمات بانکداری الکترونیک"، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه استان فارس.
- ❖ هاشمیان، مزده؛ عیسیایی، محمدتقی؛ میکاییلی، فتاح؛ طباطبایی، محسن. (۱۳۹۹)، عوامل مؤثر بر پذیرش ابزارهای بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان (پیمایشی درباره بانک سامان). مدیریت فناوری اطلاعات. دوره ۴، شماره ۱۱، صفحات ۱۷۴-۱۵۵.

- ❖ هرندی، عطاءاله؛ فاطمی، سیده زهرا؛ عبدی، زهرا. (۱۳۹۸)، نگاهی نوآورانه به بانکداری الکترونیک: تبیین نقش استراتژی‌های بازاریابی رابطه مند در ارتباط با مشتریان. تحقیقات بازاریابی نوین. دوره ۷، شماره ۳ (پیاپی ۲۶)، صفحات ۷۵-۵۵.
- ❖ هومن، حیدر علی. (۱۳۹۸)، "مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل"، استان فارس: نشر سمت.
- ❖ هادیزاده مقدم، اکرم؛ فرجیان سهی، مرجان. (۱۳۹۷)، "بررسی عوامل مرتبط با قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی: بانک ملت)"، نشریه چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۱۹ و ۲۰، صفحات ۴۰-۶۱.
- ❖ یزدانی فرد، شمس. (۱۳۹۸)، "بررسی عوامل مؤثر بر قصد استفاده مشتریان از بانکداری الکترونیک در ایران"، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه استان فارس.
- ❖ یعقوبی، نورمحمد؛ شاکری، رویا. (۱۳۹۷)، "مقایسه تحلیلی مدل‌های پذیرش فناوری با تأکید بر پذیرش بانکداری اینترنتی"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال سوم، شماره ۱۱.

منابع و مأخذ انگلیسی

- ❖ Brace, I. (2018). Questionnaire design: How to plan, structure and write survey material for effective market research. Kogan Page Publishers.
- ❖ Alavi, M., Archibald, M., McMaster, R., Lopez, V., & Cleary, M. (2018). Aligning theory and methodology in mixed methods research: Before Design Theoretical Placement. *International Journal of Social Research Methodology*, 1-14.
- ❖ Ledford, J. R., & Gast, D. L. (2018). *Single case research methodology: Applications in special education and behavioral sciences*. Routledge.
- ❖ Gravetter, F. J., & Forzano, L. A. B. (2018). *Research methods for the behavioral sciences*. Cengage Learning.
- ❖ Glick, D. B. (2020). *Research Methodology: The Aims, Practices and Ethics of Science*.
- ❖ Zhou, H. (2020). *Research Method*. In *Combustible Solid Waste Thermochemical Conversion* (pp. 33-62). Springer, Singapore
- ❖ Krosnick, J. A. (2018). Questionnaire design. In *The Palgrave Handbook of Survey Research* (pp. 439-455). Palgrave Macmillan, Cham.
- ❖ Nitzl, C., & Chin, W. W. (2020). The case of partial least squares (PLS) path modeling in managerial accounting research. *Journal of Management Control*, 28(2), 137-156.
- ❖ Yang, S., Li, Z., Ma, Y., & Chen, X. (2018). Does Electronic Banking Really Improve Bank Performance? Evidence in China. *International Journal of Economics and Finance*, 10(2), 82.

- ❖ Safeena, R., & Kammani, A. (2018). A Unified Framework for Internet Banking Adoption. *Technology Adoption and Social Issues: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 371.
- ❖ Teka, B. M., & Sharma, D. (2020). INFLUENCE OF DEMOGRAPHIC FACTORS ON USERS' ADOPTION OF ELECTRONIC BANKING IN ETHIOPIA. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(S7), 1.
- ❖ Shima, N., & Mohamadali, A. K. (2020). Examining the factors affecting willingness to use electronic banking: the integration of TAM and TPB models with electronic service quality (case study: Eghtesad Novin Bank). *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(1S), 824-841
- ❖ Ajzen, I., and M. Fishbein, (1975), "understanding attitudes and predicting social behavior Englewood cliffs". New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- ❖ Acharya RV, inventor; JP Morgan Chase Bank, assignee. System and method for electronic deposit of a financial instrument by banking customers from remote locations by use of a digital image. United States patent US 9,946,998. 2018 Apr 17.
- ❖ Agwu E, Carter AL. Mobile phone banking in Nigeria: benefits, problems and prospects. 2018
- ❖ Alaghband. P, (2019), "Adoption of electronic banking services by Iranian customers", Master thesis continuation courses marketing and ecommerce, Lulea University of Technology.
- ❖ Alam. Syed Shah et al., (2009), "Corporate customers, Adoption of internet banking: case of Kelang Valley Business firm in Malaysia", *International Journal of Business and management*. Vol.4, No. 4, Pp. 13- 21.