مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۹، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۲

صفحات۱۱۸-۱۰۰

Online ISSN: ٢٤٧٦-٤٣٧X

Print ISSN: ٢٥٣٨-٢٠٦٣

www.irijournals.com

ارائه مدل موانع پیاده سازی بانکداری الکترونیکی با استفاده از روش مدلسازی ساختاری-تفسیری مطالعه موردی: بانک صادرات

سمیه خسروانی

کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران.

چکیده

این پژوهش با هدف مدلسازی موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی انجام شده است. در این تحقیق، بانک صادرات به عنوان محل اجرای پژوهش در نظر گرفته شدند. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مدیران شعبه مرکزی بانک صادرات شهر مرودشت بودند که تعداد این افراد در زمان اجرای تحقیق ۱۲ نفر بود. انتخاب نمونه براساس سابقه و احاطه بر موضوع تحقیق انجام شده است. این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی می باشد. ابزار گرداوری داده های این تحقیق، پرسشنامه است. بدین منظور در این پژوهش از پرسشنامه مقایسه ای مدلسازی ساختاری–تفسیری استفاده شده است. جهت ارائه مدل پژوهش از روش مدلسازی ساختاری تفسیری استفاده گردید. همچنین برای محاسبات ریاضی و طراحی مدل از نرم افزار MATLAB استفاده شد. بر اساس مدل به دست آمده که دارای ۶ سطح است نتایج نشان می دهد که متغیر موانع فرهنگی در گسترش بانکداری الکترونیکی در سطح اول مدل قرار گرفت. همچنین در سطح دوم به بعد مؤلفه های قوانین و دستورالعمل‌های نامشخص در مورد بانکداری الکترونیکی، موانع محل نامناسب دستگاه‌های خودپرداز و ناآگاهی آنلاین، موانع کمبود سرمایه‌های انسانی مناسب و کمبود منابع برای فعالیت بانکی آنلاین، استفاده غیر اثر بخش از سیستم بانکی آنلاین و فراهم‌آورندگان خدمات اینترنت و موانع عدم وجود زیرساخت های مناسب، ناامن بودن سیستم الکترونیک بانک و غیر قابل اعتماد بودن معاملات آنلاین قرار گرفته اند.

واژه‌های کلیدی: بانکداری الکترونیک، موانع، مدلسازی ساختاری-تفسیری، بانک صادرات.

۱. مقدمه

رشد فراگیر فناوری اطلاعات و ارتباطات، تأثیر بسیار زیادی بر صنعت بانکداری داشته است. ارائهٔ خدمات بانکی به مشتریان از طریق موبایل بانک یکی از جدیدترین این فناوری‌هاست. شواهد نشان می‌دهد میزان استفاده از همراه موبایل بانک میان مشتریان بانک‌ها در حال گسترش است. خدمات بانکی امروزه در اقتصاد جهانی رشد چشمگیری داشته است و بطور کلی اهمیت مشتری در بخش خدمات به مراتب بیشتر از محصولات می‌باشد و با پیشرفت بشر نیاز به خدمات بیش از پیش خواهد بود. بخش عمده از خدمات جهانی، خدمات بانکی می‌باشد. این صنعت در جهان بخش مهمی از خدمات را تشکیل می‌دهد. در حالی که خدمات بانکی در جهان رشد سریعی دارد و تحولات جهانی شدن در خدمات بانکی رو به افزایش است، کشورهای در حال توسعه از جمله ایران باید خود را برای تحولات سریع در ارتباط با خدمات بانکی آماده کنند. با توجه به اهمیت روز افزون جلب رضایت مشتریان برای سازمان‌ها، مدیریت ارتباطات اثربخش و کارا با مشتریان به مسئله‌ای اساسی و مهم برای سازمان‌ها و از جمله بانک‌های دولتی(به ویژه با ورود بخش خصوصی) تبدیل گردیده است (قاسم زاده و همکاران، ۱۴۰۲).

خدمات بانکی امروزه در اقتصاد جهانی رشد چشمگیری داشته است و بطور کلی اهمیت مشتری در بخش خدمات به مراتب بیشتر از محصولات می باشد و با پیشرفت بشر نیاز به خدمات بیش از پیش خواهد بود. بخش عمده از خدمات جهانی، خدمات بانکی می باشد. این صنعت در جهان بخش مهمی از خدمات را تشکیل می دهد. در حالی که خدمات بانکی در جهان رشد سریعی دارد و تحولات جهانی شدن در خدمات بانکی رو به افزایش است، کشورهای در حال توسعه از جمله ایران باید خود را برای تحولات سریع در ارتباط با خدمات بانکی آماده کنند. وظیفه اصلی بانکداری الکترونیکی ارائه خدمات به مشتریان در بهترین و مطلوب‌ترین سطح روی شبکه‌های الکترونیکی است. همچنین مشتریانی که از طریق اینترنت از خدمات بانک ها استفاده می‌کنند در ارتباط با بانک های الکترونیکی عامل، نه تنها محدودیتی در شیوه دریافت خدمات ندارند، بلکه می‌توانند ازطریق تلفن، تلفن همراه، پست و... نیز با این بانک ها ارتباط برقرار کنند(خالدبین و هاسینا[1] ۲۰۱۸).

وظیفه اصلی بانکداری اینترنتی ارائه خدمات به مشتریان در بهترین و مطلوب‌ترین سطح روی شبکه‌های اینترنتی است

همچنین مشتریانی که از طریق اینترنت از خدمات بانک‌ها استفاده می‌کنند در ارتباط با بانکهای اینترنتی عامل، نه تنها محدودیتی در شیوه دریافت خدمات ندارند، بلکه می‌توانند ازطریق تلفن، تلفن همراه، پست و... نیز با این بانک‌ها ارتباط برقرارکنند. در این صورت مشتریان در نظام بانکداری جدید حق انتخاب زیادی دارند و به خاطر همین حق انتخاب از این شیوه بانکداری، انگیزه زیادی برای استفاده از رایانه و اینترنت و سایر وسایل الکترونیکی در دریافت خدمات و محصولات بانکها دارند و از طرف دیگر فشار وارد بر بانک های عادی در مسیر تغییر در شیوه‌های ارائه خدمات ومحصولات باعث می‌شود آنها نیز در راستای هدف اصلی مشتری مداری خود دچار تغییر و تحولات اساسی شوند که حداقل آن خودکار شدن عملیات بانکی، فراهم آمدن امکان تبادل اطلاعات و داده‌های بین بانکها یا همان طرح مختص کشور خودمان – طرح شتاب – است (گاریپاشا[2]و همکاران، ۲۰۲۱).

یکی از مهمترین پدیده‌های عصر حاضر که به عصر فناوری ارتباطات و اطلاعات مشهور است، به و جود آمدن تغییرات شگرف در حوزه بانکداری سنتی می باشد. در سه دهه اخیر با ظهور اینترنت به عنوان یک کانال ارتباطی و دسترسی تعداد زیادی از مردم به آن، مشتریان بانک ها توانسته اند از طریق بانکداری الکترونیکی به حساب‌های خود دسترسی داشته باشند و آن را

[1] Khaled Bin & Hasina

[2] Garepasha

مدیریت نمایند. اجتناب‌ناپذیر است که بر سر راه توسعه و پیاده‌سازی موفقیت آمیز بانکداری الکترونیکی موانع و مشکلاتی وجود داشته باشد (بختیاری، ۱۳۹۸).

بانک ها به عنوان موسسات مالی به طور طبیعی به هر تغییر در اقتصاد و محیط تکنولوژیکی واکنش سریع نشان می دهند. بانکداری الکترونیکی به بانک ها این امکان را می دهد که سرعت، کیفیت، دقت خدمات خود را افزایش دهند و موجب ایجاد موقیعت رقابتی قوی برای ارائه خدمات بانکی می‌شود؛ اما در این راستا موانعی نیز وجود دارد که باعث می‌شود سرعت و دقت ارائه خدمات آنان کاهش یابد؛ به عبارت دیگر ارائه خدمات بانکداری الکترونیک مستلزم بسترهایی است که در صورت فقدان این بسترها، بانکداری الکترونیک با شکست روبرو می‌شود. در سطح کشور بایستی هم‌زمان با ایجاد بسترهای فنی، مخابراتی و حقوقی، از طریق ارتقا سطح دانش و آگاهی، مردم را نسبت به استقبال و به‌کارگیری خدمات نوین بانکداری ترغیب کرد. همچنین ارتقای سطح امنیت سامانه‌های موجود و ترویج خدمات از طریق گسترش سایت‌های بانکی نیز در جهت گسترش بانکداری الکترونیک ضرورت دارد (پاکورا[3]و همکاران، ۲۰۱۹).

علی رغم پذیرش دیر هنگام بانکداری الکترونیکی در ایران، به نظر می رسد بانک‌ها نسبت به فرصت‌هایی که اینترنت در اختیارشان قرار داده، آگاه هستند. در واقع آنها در حال حرکت بسیار سریع به سوی بانکداری الکترونیکی مدرن و ارائه خدماتی در سطح بالاتر به مشتریان هستند. از طرف دیگر، با وجود سرمایه‌گذاری‌های فراوان انجام شده در زمینه بانکداری الکترونیکی، گزارش‌ها حاکی از آن است که برخی از کاربران علی رغم دسترسی به فناوری‌ها، از آن استفاده نمی‌کنند. بنابراین، بررسی موانعی که بر پذیرش بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان تأثیر دارد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و شناسایی این عوامل موجب می گردد تا نظام بانکی نسبت به رفع عوامل مذکور جهت ترغیب بیشتر مشتریان به استفاده از این خدمات اقدام نموده و به این ترتیب بانکداری الکترونیکی را توسعه دهد.

۲. ادبیات موضوعی پژوهش

۲-۱. بانکداری الکترونیکی

بانکداری الکترونیکی نوع نوظهوری از ارائه خدمات در صنعت بانک داری است که به عرضه خدمات بانکی با استفاده از محیط-های الکترونیکی می پردازد. با استفاده از این سیستم‌های پرداخت الکترونیکی می توان انتقال منابع پولی و اعتباری را به صورت الکترونیکی انجام داد، بدون آنکه نیازی به جابه جایی فیزیکی باشد. یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیک، وجود سیستم بانکداری الکترونیک است که همگام با سیستم‌های جهانی مالی و پولی عمل و فعالیت‌های مربوط به تجارت الکترونیک را تسهیل کند. استفاده از سیستم‌های الکترونیک در موسسات مالی و اعتباری جهان به سرعت رو به گسترش بوده و تعداد استفاده‌کنندگان از خدمات بانکداری الکترونیک روز به روز در حال افزایش هستند (اینزامام و طهیر[4]، ۲۰۲۰).

با وجود ظهور این سیستم‌های تکنولوژی بانکداری الکترونیکی نوآورانه که برای افزایش رفاه زندگی ما و تسهیل انجام فعالیت های روزانه طراحی شده است، پذیرش مصرف کننده به دلیل وجود موانع فرهنگی و تبلیغاتی و همچنین موانع اجرایی–عملیاتی، دارای یک نوع تاخیر زمانی می باشد و تعداد مصرف کنندگان این نوع از خدمات در حد انتظار رشد ننموده است.

[3] Pakurar

[4] Inzamam & Tahir

هنوز هم میلیون‌ها نفر از افراد از بانکداری الکترونیکی استفاده نمی کنند و انتظار هم نمی رود در آینده ای نزدیک از آن استفاده کنند. علیرغم معدود بودن استفاده از بانکداری الکترونیکی محققان هنوز به دنبال دلایل مقاومت افراد در کاربرد این نوع تکنولوژی می باشند (ابراهیمی و کریمی مقدم، ۱۴۰۰)

۲-۲. تعاریف بانکداری الکترونیک

برای شناخت هر پدیده‌ای لازم است تا ابتدا تعریف مشخصی از آن پدیده و عوامل و متغیرهای مرتبط با آن ارائه کرد. برای بانکداری الکترونیک تعاریف گوناگونی ارائه شده که از آن جمله می‌توان به تعاریف زیر اشاره کرد:

- بانکداری الکترونیک عبارت است از فراهم آوردن امکاناتی برای کارکنان در جهت افزایش سرعت و کارایی آنها در ارائه خدمات بانکی در محل شعبه و همچنین فرایندهای بین شعبه‌ای و بین بانکی در سراسر دنیا و ارائه امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری به مشتریان که با استفاده از آنها بتوانند بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک، در هر ساعت از شبانه روز (۲۴ ساعته) از طریق کانال های ارتباطی ایمن و با اطمینان عملیات بانکی دلخواه خود را انجام دهند (آفی[5] و همکاران، ۲۰۱۶).
- بانکداری الکترونیکی استفاده از فناوری‌های پیشرفته نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مبتنی بر شبکه و مخابرات برای تبادل منابع و اطلاعات مالی به صورت الکترونیکی است و نیازی به حضور فیزیکی مشتری در شعبه نیست (حسن زاده، ۱۴۰۰).
- بانکداری الکترونیکی به مشتریان اجازه می‌دهد تا معاملات اقتصادی را در یک وب سایت امن به طرقی مثل کارهای خرده بانکی یا بانک مجازی، موسسه مالی و اعتباری یا شرکت‌های ساخت و ساز انجام دهند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸)
- نگویین و گوپالاسوامی[6](۲۰۱۸)، بانکداری الکترونیک را استفاده بانک ها از اینترنت برای ارائه خدمات بانکی به مشتریان و استفاده مشتریان از اینترنت برای ساماندهی، کنترل و انجام تراکنش بر روی حساب‌های بانکی خود تعریف می‌کند.

[5] Offei

[6] Nguyen & Gopalaswamy

۲-۳. مقایسه بانکداری سنتی با بانکداری الکترونیکی

جدول ۱. مزایا و معایب بانکداری الکترونیک و بانکداری سنتی (قاسم زاده و همکران، ۱۴۰۲)

مزایای بانکداری نوین (الکترونیک)	معایب بانکداری سنتی
▪ بازار نامحدود از لحاظ مکانی ▪ از نظر زمانی نامحدود و ۲۴ ساعته ▪ ارائه خدمات گسترده ▪ ارائه خدمات متنوع براساس نیاز و سفارش مشتری ▪ تمرکز بر هزینه و رشد درآمد ▪ وجود رابطه نزدیک و تنگاتنگ میان بانکی ▪ حذف هزینه‌هایی مانند تهیه کاغذ، بروشور و کاتالوگ ▪ کاهش آلودگی محیط زیست، ترافیک و ازدحام ▪ رقابت نام‌های تجاری ▪ نوآوری	▪ بازار محدود ▪ ارائه خدمات محدود ▪ ارائه خدمات به یک شکل خاص ▪ عدم رقابت بین بانک ها ▪ کسب درآمد از طریق حاشیه سود ▪ متکی بر شعب ▪ در قید ساعات اداری ▪ نبود رابطه نزدیک و مرتبط ▪ نیاز به تعداد زیادی نیروی انسانی ▪ مصرف بسیار زیاد کاغذ

۲-۴. مزایای بانکداری الکترونیک

مزایای بانکداری الکترونیک را می‌توان از دو جنبه مشتریان و موسسات مالی مورد توجه قرار داد. از دید مشتریان می‌توان به صرفه جویی در هزینه‌ها، صرفه جویی در زمان و دسترسی به کانال های متعدد برای انجام عملیات بانکی نام برد. از دید موسسات مالی می‌توان به ویژگی‌هایی چون ایجاد و افزایش شهرت بانک ها در ارائه نوآوری، حفظ مشتریان علی رغم تغییرات مکانی بانک ها، ایجاد فرصت برای جست و جوی مشتریان جدید در بازارهای هدف، گسترش محدوده جغرافیایی فعالیت و برقراری شرایط رقابت کامل نام برد (عنبری آبکنار و کیاکجوری، ۱۳۹۸).

براساس تحقیقات موسسه دیتا مونیتور[7]مهم ترین مزایای بانکداری الکترونیک آنها عبارتند از (جیبریل[8]و همکاران، ۲۰۲۰):

- تمرکز بر کانال های توزیع جدید
- ارائه خدمات اصلاح شده به مشتریان
- استفاده از راهبردهای تجارت الکترونیک
- امکان دسترسی مشتریان به دریافت خدمات بانکی بدون حضور فیزیکی با ارتباطات ایمن.
- استفاده از اینترنت برای ارائه عملیات و سرویس‌های بانکی و اعمال تغییرات انواع حساب‌های مشتری.

[7] Data Monitor
[8] Jibril

- ارائه مستقیم خدمات و عملیات بانکی جدید و سنتی به مشتریان از طریق کانال های ارتباطی متقابل الکترونیک.

۲-۵. محدودیت‌های بانکداری الکترونیک

عدم پوشش مخابراتی در همه نقاط کشور، کندی توسعه شبکه زیرساخت، ارایه نشدن خدمات پشتیبانی به صورت شبانه روزی، ارایه نشدن خدمات مخابراتی متناسب با کیفیت مورد نیاز عملیات بانکی و بالابودن میانگین زمان تعمیرخرابی با توجه به حساسیت سامانه‌های بانکی، رعایت نشدن دقیق SLA[1] از سوی شرکت مخابرات و پایین بودن قابلیت اطمینان ارتباطات شبکه‌ای اختصاصی نبودن شبکه از جمله موانع و چالش‌های شبکه ارتباطی بانک ها ذکر شده است (لویی بین و آلاوامله؛[10] ۲۰۱۷).

زمانی به وضعیت مطلوب در زمینه بانکداری متمرکز الکترونیک دست خواهیم یافت که سیستم جامع بانکی با ویژگی‌های پوشش کامل شعب، پوشش کامل محصولات و خدمات بانکی، تمرکز، یکپارچگی با قابلیت توسعه آتی از دو بعد کمی و کیفی، پاسخگوی و انعطاف پذیر بودن نسبت به الزامات قانونی و انتظارات جدید، مشتری محور بودن، ارایه خدمات با معماری نوین بدون وجود محدودیت زمانی و مکانی راه اندازی شود (یوسف و شانیو؛[11] ۲۰۲۱).

۲-۶. بانکداری الکترونیکی در ایران

ایران در زمینه تجارت و بانکداری الکترونیک، کشوری جوان است و تا رسیدن به سطحی قابل‌قبول در آن، راه درازی در پیش دارد. ورود فناوری جدید در این دو زمینه، نیازهای جدید را در پردازش، تبادل داده‌ها، ابزارها و زیر ساخت‌های مناسب پیاده-سازی آن و نیز نحوه ارائه خدمات بانکی نوین مطرح کرده است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۸).

با در نظر داشتن پیشرفت‌های سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات و به کارگیری آن در نظام بانکداری، ایران نیز از دهه‌های ۶۰ و۷۰ شمسی تلاش‌های زیادی را در جهت استفاده از سیستم‌های رایانه‌ای در بانک ها انجام داد. در سال ۱۳۷۰ بانک تجارت اولین کارت بانکی را صادر کرد. پیرو این اقدام، بانک سپه نیز در سال ۱۳۷۱ با نصب هفت دستگاه ماشین خودپرداز کارت بانکی صادر کرد و بدین ترتیب روند توسعه بانکداری الکترونیکی در کشور آغاز شد (منوریان و همکاران، ۱۳۹۹)

۲-۷. رشد صنعت بانکداری ایران به واسطه فناوری اطلاعات

رشد و گسترش روز افزون فناوری ارتباطات، انقلابی را در ابعاد مختلف زندگی انسان ها و عملکرد سازمان‌ها ایجاد کرده است. این فناوری روش‌های کارکرد و نگرش افراد، سازمان‌ها و دولت‌ها را دگرگون ساخته و باعث ایجاد صنایع نوین، مشاغل جدید و خلاقیت در انجام امور شده است. ظهور پدیده‌هایی چون کسب و کار الکترونیک، تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک از نتایج عمده نفوذ و گسترش فناوری اطلاعات در بعد اقتصادی است. فناوری بانک ها به پردازش، ثبت، نگهداری، تغذیه و تبادل اطلاعات مشتریان می‌پردازد. این فناوری طی چهار دوره به تکامل رسیده است (حسن زاده، ۱۴۰۰).

---

[1] *Service level Agreement*

[10] Loiy Bani & Alawamleh

[11] Yousuf & Shanyu

در بانکداری سنتی مبتنی بر کاغذ مراحل کار با پیگیری مداوم چک‌ها، حواله‌ها، دفاتر کل، معین و گردش اطلاعات از مکانی به مکان دیگر ادامه می‌یافت. اگر چه این جریانات بسیار گسترده‌ترند ولی در تمام بانک ها به صورت یکسان به اجرا در می‌آمدند. استفاده از این فناوری موجب توسعه تجارت، تسهیل ارتباطات عوامل اقتصادی، فراهم کردن امکان فعالیت برای بنگاه‌های کوچک و متوسط، ارتقای بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان شده است. فناوری ارتباطات و اطلاعات امکان افزایش قابلیت رقابت‌پذیری بنگاه‌ها را فراهم ساخته و همچنین به ایجاد مشاغل جدید منجر شده است (رزمی و طالبی، ۱۳۹۸).

۳. روش تحقیق

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی می‌باشد، هدف از پژوهش‌های کاربردی پاسخ دادن به معضل و مشکلی است که در واقعیت وجود دارد و انسان ها با آن در ارتباط می‌باشند (خاکی، ۱۳۹۱). در این پژوهش تعداد ۱۲ نفر از مدیران شعبه بانک صادرات در شهر مرودشت به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته می‌شود. شرط خبرگی در این پژوهش داشتن حداقل مدرک فوق لیسانس و سابقه کار بالای ۷ سال برای مدیران بانک در نظر گرفته شده است. جهت جمع‌آوری داده‌ها از دو روش استفاده شده است. در مرحله اول که روش کتابخانه ای است برای تبیین مبانی نظری تحقیق و گردآوری پیشینه تحقیق استفاده شده است. در این راستا کتاب ها، پایان نامه ها و مقاله های فارسی و انگلیسی مورد بررسی و استفاده قرار گرفته است. در مرحله دوم که تکمیل کننده مرحله اول است با استناد به مقالات داخلی و خارجی و پایگاه های داده در دسترس به شناسایی فاکتورهایی که به عنوان موانع بانکداری الکترونیک معرفی شده اند، پرداخته شده است. ابزار گردآوری داده های این پژوهش، پرسشنامه مقایسات زوجی می باشد. همانطور که گفته شد، در این پژوهش، با بررسی ادبیات تحقیق و انجام مصاحبه‌های اکتشافی، موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی شناسایی شده است. برای پی بردن به روابط بین متغیرهای مورد نظر، از روش مدلسازی تفسیری – ساختاری استفاده شده است. محاسبات فرآیند مدلسازی تفسیری-ساختاری به کمک نرم‌افزار MATLAB انجام شده است. در ادامه موانع پیاده سازی بانکداری الکترونیکی در قالب مدل مفهومی ارائه می گردد و هر یک از این عوامل توضیح داده می شود.

نمودار ۱. مدل مفهومی تحقیق (کاتیار و بادلا[۱۲]، ۲۰۱۸)

۱. غیرقابل اعتماد بودن معاملات آنلاین

عدم اعتماد مردم به پول الکترونیکی از مشکلات پیش روی بانکداری الکترونیکی است. این عدم اعتماد باید با فرهنگ‌سازی و آموزش در رسانه‌ها از بین برود تا مردم همان‌گونه که خیالشان از بابت معاملات رو در رو راحت است، از بابت معاملات آنلاین نیز راحت باشد. با افزایش خرید و فروش کالا و خدمات از طریق اینترنت و شبکه جهانی وب موضوع ایجاد اعتماد در بانکداری الکترونیکی اهمیت بسیاری پیدا کرده است (شمس فلاورجانی و عقیلی، ۱۳۹۷).

۲. فراهم‌آورندگان خدمات اینترنت[۱۳]

برای دستیابی به شبکه اینترنت، بدون شک شکل‌گیری فراهم‌آورندگان خدمات اینترنت، ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی برای ارائه خدمات خود، لازم است به ایستگاههای مرکزی متصل شوند و با داشتن خطوط تلفن

---

[1] Katiyar & Badola [2]

[1] Internet Server Provider (ISP) [3]

به تعداد کافی، این امکان را برای کسانی که مایل به استفاده از اینترنت هستند را فراهم سازند. در کشور ما به دلیل موانع قانونی و محدودیت‌هایی که به لحاظ سیاسی، فرهنگی و قضایی ایجاد شده است، تعداد ارائه کنندگان خدمات اینترنتی نسبت به درخواست کنندگان این خدمات پایین است و اندک بودن تعداد ارائه‌کنندگان خدمات اینترنتی باعث کم شدن امکان دسترسی به اینترنت برای عموم می‌شود (علی نژاد و رخشانی، ۱۳۹۹).

۳. قوانین و دستورالعمل‌های نامشخص در مورد بانکداری الکترونیکی

یکی از مسائل قابل گفتگو در سیستم بانکداری الکترونیکی عدم تطبیق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل بین المللی است؛ بدین معنی که در جریان اعطای اعتبارات به مشتریان برون مرزی، کدام قوانین و مقررات و از کدام کشور یا ایالت باید مد نظر قرار گیرد (کاتییار و بادولا[1]؛ ۲۰۱۸).

۴. موانع فرهنگی در گسترش بانکداری الکترونیکی

یکی از بسترهای اساسی و بنیادین جهت هر گونه تغییر و تحول و استفاده از فناوری جدید در یک کشور، بسترسازی فرهنگی در آن کشور است. زیرا ایجاد تغییرات اساسی و بنیادین، بدون توجه به فرهنگ و زیرساختارهای فرهنگی و اجتماعی کشور اگر غیرممکن نباشد، کاری بسیار سخت خواهد بود و با مشکلات زیادی مواجه می شود. انتقال الکترونیکی وجوه و بانکداری الکترونیکی یک فناوری جدید است و برای گسترش آن لازم است زمینه فرهنگی آن نیز ایجاد شود (قشلاقی، ۱۳۹۶).

۵. نا آگاهی آنلاین

یکی دیگر از معایب بانکداری الکترونیک نا آشنایی عده کثیری از افراد جامعه با آن است که از نبود آموزش‌های عمومی و زمینه‌های لازم فرهنگی و اجتماعی ناشی می‌شود. برای متداول شدن این شیوه بانکداری و استفاده مشتریان بانک از آن، به برگزاری دوره‌های آموزش شیوه‌های کار با نظام خدمات الکترونیک نیاز است (بختیاری، ۱۳۹۸).

۶. کمبود منابع برای فعالیت بانکی آنلاین

امروزه در نظام جدید خدمات بانکی، برخی از خدمات ویژه نظیر مشاوره مالی و سرمایه‌گذاری، چک، اسناد یا اعتبار مالی وجود ندارد. همچنین ارتباط از طریق پست الکترونیکی یا تلفن هم تا آن حد توسعه نیافته است که بتوان از آن برای دریافت پاسخ سؤالات مالی و مشاوره‌ای بهره گرفت. این نقص بیشتر به دلیل عدم پیشرفت و توسعه روش‌ها و نرم‌افزارهای مناسب در ارائه این‌گونه خدمات است که می‌توان امید داشت که با گذشت زمان و پیشرفت ابزارها، این مشکل به مرور زمان حل شود (گاریپاشا[5] و همکاران، ۲۰۲۱).

---

[1] Katiyar & Badola [4]

[1] Garepasha [5]

۷. محل نامناسب دستگاه‌های ATM

برای نصب خودپرداز موارد ضروری هست که حتما باید محل مورد نظر آن را دارا باشد. از جمله این موارد می‌توان به برق، دسترسی به یک خط تلفن و اینترنت اشاره کرد. رعایت مسائل امینتی مانند نصب دوربین مداربسته نیز از دیگر الزامات محل نصب است که اگر محلی به صورت پیش‌فرض این امکانات را نداشته باشد، می‌توان با مشاوره شرکت ارائه کننده خدمات دستگاه‌های خودپرداز آنها را تهیه و نصب نمود (پاکورا[۶]و همکاران، ۲۰۱۹).

۸. استفاده غیر اثربخش از سیستم بانکی آنلاین

یکی از عوامل مهم در توسعه و اثربخش بودن فرآیندهای بانکداری الکترونیکی توسعه نرم‌افزاری و افزایش امنیت در سیستم-های آن است. در صورتی که زمینه لازم جهت تامین این دو نیاز فراهم شود کاربرد عمومی از سیستم‌های الکترونیکی گسترش و تسهیل می یابد و با توجه به محرمانه بودن اطلاعات شخصی ایجاد درجه بالایی از امنیت، ریسک استفاده از چنین سیستم-هایی را کاهش می دهد و اعتماد و رضایت‌مندی مشتری افزایش می‌یابد (رشتبرزاده، ۱۴۰۱).

۹. نا امن بودن سیستم الکترونیک بانک

امروزه موارد بسیار زیادی از اشتباه در استفاده از سیستم و دست‌کاری در حساب‌های افراد در جای‌جای دنیا دیده شده است. این مشکل ازجمله اصلی‌ترین معایب بانکداری الکترونیک است. نبود امنیت تبادل داده‌های شخصی در بستر الکترونیک تأثیر منفی زیادی در عدم رغبت مدیران و کاربران برای توسعه تجارت الکترونیک می‌گذارد، بنابراین بسترسازی مناسب در زمینه امنیت تبادلات داده‌های شخصی و محرمانه مانند اطلاعات پرداخت الکترونیک شامل شماره‌های حساب و رمز کارت و ... ضرورت دارد (خوشخبر، ۱۳۹۵).

۱۰. کمبود سرمایه‌های انسانی مناسب

در مباحث توسعه فناوری اطلاعاتی و ارتباطی، منابع انسانی همان قدر مورد توجه قرار می‌گیرد که منابع مالی و فناوری مورد توجه هستند. کشوری که دارنده منابع انسانی ماهر، مبتکر، خلاق و متخصص در این عرصه باشد به طور قطع از توان رقابت بسیار بالایی در کسب این فناوری، بهره مند و حتی به عنوان پیشرو در این عرصه مطرح خواهد بود (کاتییار و بادولا[۱۷]، ۲۰۱۸). آنچه که امروزه کشورهای جهان سوم از جمله ایران را در تنگنا قرار داده کمبود نیروی انسانی ماهر و متخصص فناوری اطلاعات است.

---

[1] Pakurar [6]

[1] Katiyar & Badola [7]

۱۱. عدم وجود زیرساخت‌های مناسب

یکی از مهم‌تریم عوامل برپایی بانکداری الکترونیکی، زیرساخت‌های مخابراتی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است که متأسفانه در ایران هنوز این زیرساخت‌ها کامل نیست. نظر به پایه‌گذاری سرویس‌های شبکه بانکی بر مبنای مخابرات زمینی، هم‌اکنون این شبکه با مشکلاتی نظیر قطعی شبکه، کندی در گسترش سرویس‌های بانکی، زمان‌بر بودن رفع اشکال شبکه و ضعیف بودن مانیتورینگ مواجه است (شهریوری و لاجوردی، ۱۳۹۷).

۴. تجزیه و تحلیل داده ها (مدلسازی ساختاری تفسیری)

۴-۱. تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

بعد از شناسایی موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی، ماتریس خودتعاملی ساختاری تشکیل می شود. در این مرحله روابط میان معیارهای موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی با به کارگیری مدلسازی ساختاری تفسیری و با استفاده از چهار نماد مورد تحلیل قرار می گیرد. نمادهای به کار رفته در این بخش عبارت است از:

V: معیار i به تحقق معیار j کمک می کند.

A: معیار j توسط معیار i محقق می شود.

X: معیارهای i و j هر دو به تحقق هم کمک می کنند.

O: معیارهای i و j با هم بی رابطه هستند.

به منظور تعیین روابط میان معیارهای موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی، معیارها دو به دو و به صورت زوجی با هم مقایسه می‌شوند. و پاسخ دهنده با استفاده از نمادهای فوق به مقایسه روابط می‌پردازد. در این پژوهش از نظرات ۱۲ نفر از مدیران شعبه مرکزی بانک صادرات جهت تعیین روابط معیارها شناسایی شده، استفاده شده است. ماتریس‌های خودتعاملی ساختاری به دست آمده برای معیارها به ترتیب در جدول ۲. آورده شده است.

جدول ۲. ماتریس خود تعاملی ساختاری معیارها

معیارها	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
۱. غیر قابل اعتماد بودن معاملات آنلاین	X	V	X	V	V	V	V	V	V	V	
۲. فراهم‌آورندگان خدمات اینترنت	A	O	O	X	V	V	O	V	V		
۳. قوانین و دستورالعمل‌های نامشخص در مورد بانکداری الکترونیکی	A	A	A	O	A	A	A	V			
۴. موانع فرهنگی در گسترش بانکداری الکترونیکی	A	A	A	O	A	A	A				
۵. ناآگاهی آنلاین	A	A	A	A	O	O					
۶. کمبود منابع برای فعالیت بانکی آنلاین	O	O	O	O	V						
۷. محل نامناسب دستگاه‌های ATM	A	O	O	A							
۸. استفاده غیر اثربخش از سیستم بانکی آنلاین	A	O	O								
۹. ناامن بودن سیستم الکترونیک بانک	X	V									
۱۰ کمبود سرمایه‌های انسانی مناسب	O										
۱۱. عدم وجود زیرساخت‌های مناسب											

۲-۴. بخش بندی سطح

در این مرحله با استفاده از ماتریس‌های دسترس پذیری نهایی، مجموعه خروجی و ورودی برای هر یک از موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی به دست می آید. مجموعه خروجی برای هر معیار در بر دارنده خود معیار و معیارهایی است که بر آن‌ها تاثیر دارد و مجموعه ورودی برای هر معیار نیز در بردارنده خود معیار و معیارهای تاثیرپذیر از آن‌ها می باشد. پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هریک از معیارها تعیین می‌گردد. از این طریق مجموعه مشترک برای هر معیار به دست می‌آید.

جدول ۳. تکرار اول معیارها

معیار	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۱	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	۱
۲	۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸	۱،۲،۸،۱۱	۲،۸	
۳	۳،۴	۱،۲،۳،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱	۳	
۴	۴	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱	۴	
۵	۳،۴،۵	۱،۲،۴،۸،۹،۱۰،۱۱	۵	
۶	۳،۴،۶،۷	۱،۲،۶،۸،۹،۱۱	۶	
۷	۳،۴،۷	۱،۲،۶،۷،۸،۱۱	۷	
۸	۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸	۱،۲،۸،۱۱	۲،۸	
۹	۱،۳،۴،۵،۶،۹،۱۰،۱۱	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	
۱۰	۳،۴،۵،۱۰	۱،۹،۱۰،۱۱	۱۰	
۱۱	۱،۲،۳،۴،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	

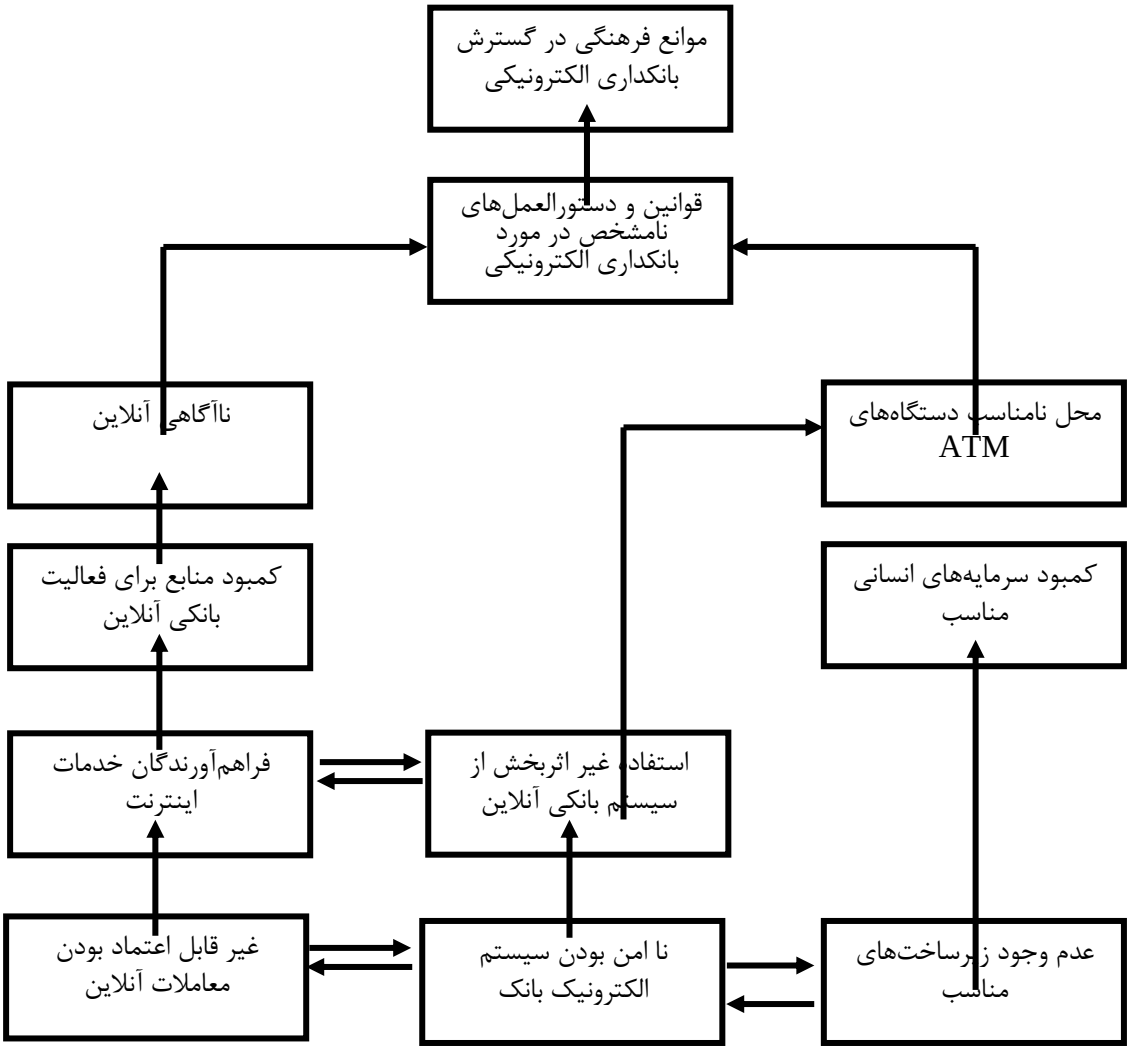
معیارهایی که مجموعه خروجی و مشترک آن‌ها مشابه باشد در بالاترین سطح از سلسله مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار می گیرند. هنگامی که در اولین تکرار عناصر بالاترین سطح مشخص گردید باید این عناصر از سایر عناصر جدا و یا به عبارت دیگر حذف گردند. این عمل تا زمانی که سطح تمامی عناصر مشخص شود تکرار می‌شود. در این مرحله ۶ تکرار برای معیارها صورت گرفت که این تکرارها در جداول زیر نشان داده شده است.

جدول ۴. تکرارهای بعدی معیارها

تکرار	معیار	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
۲	**۳**	۳	۱،۲،۳،۵،۶،۷،۸،۹،۱۰،۱۱	۳	**۲**
۳	**۵**	۵	۱،۲،۵،۸،۹،۱۰،۱۱	۵	**۳**
۳	**۷**	۷	۱،۲،۶،۷،۸،۱۱	۷	**۳**
۴	**۶**	۶	۱،۲،۶،۸،۹،۱۱	۶	**۴**
۴	**۱۰**	۱۰	۱،۹،۱۰،۱۱	۱۰	**۴**
۵	**۲**	۲،۸	۱،۲،۸،۱۱	۲،۸	**۵**
۵	**۸**	۲،۸	۱،۲،۸،۱۱	۲،۸	**۵**
۶	**۱**	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	**۶**
۶	**۹**	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	**۶**
۶	**۱۱**	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	۱،۹،۱۱	**۶**

۴-۳. تشکیل مدل ساختاری تفسیری

مدل نهایی ساختاری تفسیری با حذف انتقال پذیری‌ها تشکیل می‌گردد. مدل نهایی برای معیارها در شکل ۱. نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل نهایی ساختاری تفسیری موانع پیاده‌سازی بانکداری الکترونیکی

۵. نتیجه گیری

بر اساس روش مدلسازی ساختاری-تفسیری، هر چه مؤلفه‌های مدل در سطوح پایین‌تر مدل قرار گیرند، نشان از تأثیرپذیرتر بودن آن‌ها دارد.

بر همین اساس، موانع "عدم وجود زیرساخت‌های مناسب"، "نا امن بودن سیستم الکترونیک بانک" و "غیر قابل اعتماد بودن معاملات آنلاین" در سطح ششم مدل به دست آمده قرار گرفته‌اند. این امر نشان می دهد این مؤلفه‌ها تأثیرپذیری بسیار بالایی

در ساختار الکترونیکی بانک دارند و تغییر در دیگر مؤلفه‌ها می تواند بیشترین تأثیر ممکن را بر این مؤلفه‌ها بگذارد. لذا در هنگام تغییر دیگر مؤلفه‌ها باید توجه زیادی به تأثیرات آن‌ها بر مولفه‌های قرار گرفته در سطح ششم داشت.

در سطح پنجم مدل به دست آمده از تکنیک مدلسازی ساختاری – تفسیری، مؤلفه‌های "استفاده غیر اثر بخش از سیستم بانکی آنلاین" و "فراهم‌آورندگان خدمات اینترنت" قرار گرفته‌اند. باید توجه داشت که یکی از عوامل بسیار مهم و تأثیرگذار در توسعه بانکداری الکترونیک، میزان و کیفیت دسترسی به شبکه اینترنت می باشد. این مسأله نیز در حوزه تأمین کنندگان خدمات اینترنتی قابل بررسی است. هر چقدر بتوان از خدمات دهندگان معتبرتر و شناخته شده‌تر استفاده نمود می‌توان از بر خط ماندن سیستم‌های الکترونیکی اطمینان بیشتری داشت.

در سطح چهارم مدل ارائه شده، موانع "کمبود سرمایه‌های انسانی مناسب" و "کمبود منابع برای فعالیت بانکی آنلاین" قرار گرفته‌اند. این امر نشان دهنده اهمیت توجه به منابع مختلف در توسعه بانکداری الکترونیک است. هم منابع انسانی و هم منابع سرمایه ای عوامل مهم و غیر قابل چشم‌پوشی می‌باشند که در گسترش و بهبود عملکرد تأثیر بسیار اساسی دارند. لذا لازم است سازمان‌ها خصوصاً سازمان‌هایی نظیر بانک ها که به دنبال پیاده‌سازی و گسترش خدمات الکترونیکی هستند، برای جذب و استفاده از سرمایه‌های انسانی و مالی برنامه‌ریزی‌های دقیق در نظر گیرند.

در سومین سطح از مدل، موانع "محل نامناسب دستگاه‌های خودپرداز" و "ناآگاهی آنلاین" قرار گرفته‌اند. باید دانست که یکی از شاخص‌های مهم در پیشرفت خدمات الکترونیک، در دسترس بودن و قابل استفاده بودن این خدمات در کوتاه‌ترین زمان ممکن است. لذا قرار دادن دستگاه‌های خودپرداز در مکان‌های صحیح و در دسترس، می‌تواند ضریب مراجعه و استفاده مشتریان را افزایش داده و تمایل آنان به استفاده از خدمات الکترونیکی قابل ارائه توسط خودپردازها افزایش پیدا کند.

مانع "قوانین و دستورالعمل‌های نامشخص در مورد بانکداری الکترونیکی" در سطح دوم مدل ارائه شده قرار گرفته است. همان-طور که پیش‌تر اشاره شد، هر چقدر مؤلفه‌ها در مدل ساختاری – تفسیری در سطوح بالاتری قرار گیرند میزان تأثیرگذاری آن-ها بر دیگر مؤلفه‌ها بیشتر خواهد بود. بر همین اساس قرار گرفتن این مانع در رتبه دوم نشان دهنده میزان اهمیت تدوین قوانین روشن و دقیق برای استفاده از بانکداری الکترونیکی است. قوانین نامشخص و کم دقت می‌توانند باعث تفسیرهای متفاوت شوند. از سوی دیگر، عدم به کارگیری قوانین بازدارنده و دقیق، می‌تواند به عاملی برای ایجاد فساد و سوء استفاده از خلاءهای قانونی شود.

در بالاترین سطح مدل پژوهش یعنی در سطح یک مدل، مؤلفه "موانع فرهنگی در گسترش بانکداری الکترونیکی" قرار گرفته است. این مسأله نمایان‌گر این مطلب است که مؤلفه فوق دارای بیش‌ترین تأثیرگذاری بر دیگر موانع مرتبط با بانکداری الکترونیک است. عوامل فرهنگی همواره به عنوان یکی از اثرگذارترین متغیرها در بسیاری از پژوهش‌ها معرفی شده است. لذا باید توجه داشت برای بهره‌برداری درست و کارآمد از سیستم بانکداری الکترونیک، باید در خصوص نحوه استفاده از این فناوری و فرهنگ خاص آن برنامه‌ریزی‌های مشخصی از سوی مدیران در نظر گرفته شود.

با توجه به نتایج بدست آمده به مدیران بانک صادرات پیشنها می گردد تا در راستای برطرف کردن موانع بانکداری الکترونیک این اقدامات را انجام دهند:

- به مدیران بانک صادرات پیشنهاد می گردد تا برای ایجاد نگرشی مثبت به خدمات الکترونیک ارائه شده در بانک، با طرح ریزی و اجرای برنامه هایی توسط مدیران بازاریابی بانک، برای حفظ مشتریان محدوده سنی ۲۶ تا ۴۰ سال، به دلیل اینکه این مشتریان ۷۱٫۸ درصد از کل مشتریان بانک را شامل می‌شوند، اقدام نمایند. همچنین تمرکز بر طیف

مشتریانی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند و تلاش برای ارائه خدمات به روز و منطبق با فناوری روز می توانند میزان رضایت این تعداد مشتریان خود را ارتقا دهند.

- هرچه مشتریان در پذیرش خدمات الکترونیکی احساس سهولت و امنیت بیشتری کنند، نگرش مثبت تری نسبت به استفاده از بانکداری الکترونیکی پیدا می کنند. بنابراین پیشنهاد می شود از تجهیزاتی استفاده شود که کاربرپسندتر باشد و مشتریان آسانتر با آنها ارتباط برقرار نمایند. همچنین ارائه دستورالعمل های ساده وآسان، منوهای کمکی جامع و سهولت استفاده بر پذیرش خدمات موبایل بانک تاثیرگذارخواهد بود.
- به مدیران بانک صادرات پیشنهاد می شود پایگاه های اطلاعاتی خود را به جدیدترین سیستم های امنیتی و مجرب ترین پرسنل مجهز نمایند تا جلوی هرگونه سوء استفاده و سرقت اطلاعات شخصی کاربران گرفته شود و ازسوی دیگر ضریب وقوع اشتباه در زمان استفاده از کاربران از تکنولوژی را (چه این اشتباه از سوی بانک باشد و چه از سوی کاربران) به حداقل ممکن برسانند، علاوه بر افزیش امنیت که بر حفظ حریم خصوصی کاربران تاثیرگذار می باشد، به ایجاد نگرش مثبت در مشتریان اقدام نمایند.
- همچنین میزان امنیت محل دستگاه های خودپرداز بسیار مهم می باشد (همانطور که آمار نشان می دهد میزان سرقت و احتمال وجود زورگیری در مکان هایی که خلوت هستند یا در محله های نا امن، بسیار زیادتر است) که مدیران و تصمیم گیران باید این مکان ها را با احتیاط انتخاب نمایند و یا تمهیداتی برای غلبه بر این مشکل بیاندیشند.
- از آنجایی که تعداد قابل توجهی از مشتریان آگاهی کاملی نسبت به بانکداری الکترونیک ندارد، پیشنهاد می گردد بانک صادرات، حتی المقدور سریع‌ترین روش ارائه خدمات، با توجه به امکانات و زیرساخت‌های موجود را در اختیار مشتریان قرار گیرد، به گونه ای که باعث صرفه جویی قابل ملاحظه و ملموس در وقت گردد.

منابع و مؤاخذ

۱. ابراهیمی، م.، و کریمی مقدم، ع. (۱۴۰۰). عوامل موثر در نقش بانکداری الکترونیک در دوران کرونا. *دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری*. دامغان.

۲. بختیاری، ن. (۱۳۹۸). بررسی میزان رضایت مندی و ادراک مشتریان از کیفیت خدمات وب سایت ها از طریق بانکداری الکترونیک در بانک های مهر کل کشور. *کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری در هزاره سوم*. تهران: شرکت همایش آروین البرز.

۳. حسن زاده، ج. (۱۴۰۰). ارائه مدلی برای پذیرش بانکداری الکترونیکی از سوی مشتریان: (مورد مطالعه بانک مسکن استان آذربایجان غربی). *هشتمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری*، ۸۹-۱۰۴.

۴. خوشخبر، ر. (۱۳۹۵). بررسی و تبیین مدل اعتماد مشتریان نسبت موبایل بانک و وبسایت در بانکداری الکترونیک (مطالعه موردی: مقایسه بین بانکهای دولتی). *چهارمین کنفرانس بین المللی اقتصاد،مدیریت،حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی*. شیراز: موسسه آموزشی مدیران خبره نارون.

۵. رزمی، ع.، و طالبی، ر. (۱۳۹۸). میزان تاثیر خدمات بانکداری الکترونیکی در افزایش منابع و درآمدهای کارمزدی (مطالعه موردی: پایانه های فروش بانک کشاورزی استان مرکزی). *پنجمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری*. تهران: موسسه آموزشی عالی مهر اروند و مرکز راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار.

۶. رشتبرزاده، م. (۱۴۰۱). بررسی تاثیر بانکداری الکترونیک بر میزان بهره وری کارکنان شعب بانک سپه منطقه اردبیل. *هفتمین همایش بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی*، ۲۱۹-۲۳۲.

۷. شمس فلاورجانی، ا.، و عقیلی، س. (۱۳۹۷). چالش ها و مزایای پذیرش بانکداری الکترونیک در ایران با تلفیق مدل پذیرش فناوری،تیوری عمل مستدل و نظریه رفتار برنامه ریزی شده (مورد مطالعه: بانک صادرات اصفهان). *فصلنامه پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، دوره: ۴، شماره: ۱۱*، ۹۷-۱۱۱.

۸. شهریوری، ح.، و لاجوردی، س. (۱۳۹۷). بررسی چالش های موجود در بانکداری الکترونیکی (پولشویی). *سومین کنفرانس بین المللی مهندسی برق*. تهران: انجمن فناوری های نوین.

۹. علی نژاد، م.، و رخشانی، ج. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی بر قابلیت های استراتژیک کارکنان و رضایتمندی مشتریان (مورد مطالعه: موسسه اعتباری کوثر مرکز اردبیل). *چهارمین کنفرانس بین المللی مطالعات نوین اقتصاد، مدیریت و حسابداری در ایران*.

۱۰. عنبری آبکنار، و.، و کیاکجوری، ک. (۱۳۹۸). رابطه میان ابعاد کیفیت خدمات الکترونیکی، کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک و رضایت مشتری در شعب بانک رسالت استان گیلان. *چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت صنعتی*. یزد.

۱۱. قاسم زاده، ع.، عزیزی، غ.، و ولایی ملکی، م. (۱۴۰۲). نقش مدیران رد بالا در پیشبرد اهداف بانکداری در عرصه تجارت الکترونیک (شعب بانک سپه). *پژوهشنامه علم مدیریت در صنعت، دوره: ۲، شماره: ۱*، ۷۳-۸۶.

۱۲. قشلاقی، م. (۱۳۹۶). ارزیابی کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک با استفاده از ترکیب روش های فرآیند سلسله مراتبی دلفی فازی (F.D.AHP) و تاپسیس فازی (F.TOPSIS) مطالعه موردی: شعب پست بانک شهر تهران. *کنفرانس بین المللی چالشها و راهکارهای مدیریت و توسعه اقتصادی*. امارات- دبی: پژوهشکده مدیریت و توسعه پژوهشگاه فرهنگ و هنر.

۱۳. مرادی، م.، فرهادی تبار، م.، و دانش، م. (۱۳۹۸). بررسی موانع و راهکارهای توسعه بانکداری الکترونیک در ایران (مطالعه موردی بانک های ملت استان همدان). *کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری در هزاره سوم*. تهران: شرکت همایش آروین البرز.

۱۴. منوریان، ع.، دیواندری، ع.، و یعقوبی، س. (۱۳۹۹). توسعه چارچوب خط مشی گذاری در بانکداری الکترونیک (کاربردی). *مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۸، شماره ۳*، ۴۰۳-۴۲۳.

15. Khaled Bin , M., & Hasina , S. (2017). Analysis of Customer Satisfaction on Online Banking: A Case Study on "One Bank Limited". *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), Volume 19, Issue 12. Ver. IV*, 36-42.

16. Garepasha, A., Aali, S., & Bafandeh Zendeh, A. (2021). Relationship dynamics in customer loyalty to online banking services. *Journal of Islamic Marketing, Vol. 12 No. 4*, 830-863.

17. Inzamam, U., & Tahir , M. (2020). Impact of e-banking service quality on e-loyalty in pandemic times through interplay of e-satisfaction. *E-banking service quality, Vol. 17 No. 1/2*, 39-55.

18. Jibril , A., Kwarteng , M., & Botachway, R. (2020). The impact of online identity theft on customers' willingness to engage in e-banking transaction in Ghana: A technology threat avoidance theory. *Cogent Business & Management, 7:1*, 324-351.

19. Katiyar, R., & Badola, S. (2018). Modelling the barriers to online banking in the Indian scenario: an ISM approach. *Journal of Modelling in Management*.

20. Loiy Bani , I., & Alawamleh , M. (2017). The Impact of Online Banking of Customer Satisfaction in Jordan. *Journal of Organisational Studies and Innovation* (Vol. 4, no.2,).

21. Nguyen, D., & Gopalaswamy, A. (2018). The interface between electronic banking and accounting modules: A case analysis of companies in Vietnam. *Journal of Advances in Management Research, Vol. 15 No. 3*, 241-264.

22. Offei , M., Kwaku, N.-G., & Koforidua , P. (2016). THE CONTRIBUTION OF ELECTRONIC BANKING TO CUSTOMER SATISFACTION: A CASE OF GCB BANK LIMITED –KOFORIDUA. *International Journal of Managing Information Technology (IJMIT), Vol.8, No.1,*.

23. Pakurar , M., Haddad , H., & Nagy, J. (2019). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability , 11*, 132-145.

24. Yousuf, I., & Shanyu, L. (2021). Examining the Factors Impact People's Intention to Adoption of E Banking in Mogadishu-Somalia. *American Journal of Industrial and Business Management, 11*, 1218-1236.