



اعتقاد سبازی در بانکداری بهیترتی

مؤلفان:

جلال عیدی، سید حمید رضا میر تقی، حسین خاوری

۱۳۹۸

۱.۴. سخن پایانی ۸۹

منابع ۹۳

www.ketab.ir

- ۴۶..... ۱.۳.۱۱.۲ دستگاه های خود پرداز (ATM)
- ۴۷..... ۱.۳.۱۱.۳ بانکداری موبایلی
- ۴۹..... ۱.۳.۱۱.۴ بانکداری اینترنتی
- ۵۳..... ۱.۳.۱۱.۵ پایانه های فروش (POS)
- ۵۴..... ۱.۳.۱۲ سیستم های پرداخت الکترونیکی
- ۵۴..... ۱.۳.۱۲.۱ پول الکترونیک
- ۵۶..... ۱.۳.۱۲.۲ چک الکترونیک
- ۵۸..... ۱.۳.۱۲.۳ کارت های اعتباری
- ۵۹..... ۱.۳.۱۲.۴ کارت های بدهی
- ۶۰..... ۱.۳.۱۲.۵ کیف پول الکترونیک
- ۶۱..... ۱.۳.۱۳ بانکداری الکترونیک در جهان
- ۶۶..... ۱.۳.۱۴ بانکداری الکترونیک در ایران
- ۶۹..... ۱.۳.۱۵ شبکه مرکزی سوئیفت
- ۷۰..... ۱.۳.۱۶ تفاوت بانکداری الکترونیک و اتوماسیون بانکی
- ۷۰..... ۱.۳.۱۷ عوامل مؤثر بر پیاده سازی بانکداری الکترونیک
- ۷۳..... ۱.۳.۱۸ بانک و مشتریان
- ۷۴..... ۱.۳.۱۹ عوامل مؤثر در انتخاب یک بانک توسط مشتری
- ۷۵..... ۱.۳.۲۰ مدل پذیرش فن آوری TAM (تم)
- ۷۷..... ۱.۳.۲۱ ارائه مدل پذیرش فن آوری
- ۷۹..... ۱.۳.۲۲ مدل تریاندیس
- ۸۱..... ۱.۳.۲۳ انتشار نوآوری
- ۸۳..... ۱.۳.۲۴ مقایسه نظریه
- ۸۴..... ۱.۳.۲۵ اعتماد و مدل پذیرش فن آوری (تم)
- ۸۶..... ۱.۳.۲۶ اعتماد و فرضیه رفتار برنامه ریزی شده

۱.۴. سخن پایانی ۸۹

منابع ۹۳

www.ketab.ir

پیشگفتار

در بانک‌ها خنک‌موفقیت، آمیز مشتریان کنونی، نیاز به جستجوی مشتریان جدید و ریسک باقوه آن کاهش می‌دهد. در بانکداری الکترونیکی مشتریان باید بتوانند با استفاده از واسطه‌های ایمن و قابل اعتماد به خدمات بانکی دسترسی یابند (اسدی و عادل‌خواه، ۱۳۹۴).

علی‌رغم مطالعات فراوان صورت گرفته در زمینه پذیرش بانکداری الکترونیک، مطالعات کمی در زمینه اعتماد مشتریان به اینترنت بانک در ایران صورت پذیرفته است و این در حالی است که بسیاری از محققان اظهار نموده‌اند، موفقیت ایجاد و توسعه بانکداری اینترنتی به شدت زیادی در گرو وجود اعتماد مشتریان می‌باشد (حاتمی و همکاران، ۱۳۹۴). با افزایش تجارت الکترونیکی بسیاری از بخشهای اقتصادی و صنعتی، کمابیش تحت تاثیر این فناوری نوید بخش قرار گرفته‌اند. با این وجود، نفوذ تجارت الکترونیکی در هیچ صنعتی مانند صنعت بانکداری مشهود نبوده است. امروزه استفاده از بانکداری اینترنتی بیش از آنکه یک مزیت باشد، یک ضرورت است و بانکها ناچاراند برای بقا خود و کاهش هزینه‌ها خدماتشان را

به صورت الکترونیکی ارائه دهند. اما به نظر می رسد این خدمات چنان که باید و شاید مورد استقبال واقع نشده است (قاضی زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

به کارگیری فناوری اطلاعات در صنعت بانکداری الکترونیکی موجب کاهش فاصله جغرافیایی و زمانی بین بانک و مشتری و همچنین کاهش هزینه های ارائه خدمات بانکی و نقل و انتقال پول، افزایش رقابت بین بانک ها و بالا بردن کیفیت خدمات و در نهایت موجب تغییر ساختار هزینه های بانک و هزینه های صنعت بانکداری گردیده است (گرانمایه، ۱۳۹۴).

با توجه به این نکته و با انجام مطالعه در زمینه عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی، مشخص گردید که اعتماد می تواند بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی تاثیر بسزایی داشته باشند. در واقع این عامل سبب افزایش اعتماد مشتریان می شود و اعتماد متغیری است که در پذیرش بانکداری اینترنتی نقشی بسیار حیاتی دارد.