**مطالعات پیشین:**

الهی (1385) امکان سنجی استقرار بانکداری الکترونیک در نظام بانکی کشور از دیدگاه مدیران و کارشناسان خبره بانکی را مورد مطالعه قرار دادند. روش انجام این مطالعه به صورت پیمایشی و با نظر سنجی بوده است. جامعه آماری تحقیق را کارشناسان بانک مرکزی ایران بودند. در این مقاله کوشش شده عوامل تاثیر گذار بر ابعاد امکان سنجی استقرار بانکداری الکترونیکی تدوین گردد . سپس بوسیله انجام یک نظر سنجی از میان مدیران و کارشناسان خبره بانکی بخش فناوری اطلاعات بانکها، دیدگاه آنها در خصوص میزان وجود هر یک از عوامل تاثیر گذار بر ابعاد امکان سنجی استقرار بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت . با تحلیل این داده ها ، نتایج بدین شرح می باشد: امکان استقرار بانکداری الکترونیکی از بعد فنی بطور متوسط تا زیاد، از بعد مالی و اقتصادی به میزان زیاد، و از بعد نیروی انسانی بطور متوسط وجود دارد.

موغلی (1386) پذيرش بانکداري الکترونيک در بين مشتريان بانکهاي شهر شيراز را مورد بررسی قرار دادند. اطلاعات و داده هاي پژوهش با استفاده از پرسشنامه جمع آوري شده اند. يافته هاي پژوهش نشان مي دهد که سهولت استفاده، مفيد بودن و اعتماد مشتريان در پذيرش بانکداري الکترونيک موثر است. ميزان تحصيلات مشتريان شعب بانکها تاثير مستقيمي در ميزان پذيرش بانکداري الکترونيک دارد. با اين حال رابطه معناداري بين ساير ويژگيهاي جمعيت شناختي و پذيريرش بانکداري الکترونيک مشاهده نشد.

گیلانی نیا و موسوی (1388) عوامل موثر بر گرايش مشتريان در استفاده از خدمات بانکداري الکترونيک را مورد بررسی قرار دادند. در اين تحقيق تاثير سطوح مختلف عوامل موثر بر گرايش مشتريان در استفاده از خدمات بانکداري الکترونيک طبق مدل پذيرش فناوري ديويس در صنعت بانکداري مورد مطالعه قرار گرفته است. طبق اين مدل سهولت ادراک شده، مفيد بودن ادراک شده و يک عامل اضافي امنيت ادراک شده مورد بررسي، قرار گرفت. روش تحقيق علي - مقايسه اي و آزمون آماري، تجزيه و تحليل واريانس يک طرفه جهت آزمون فرضيه ها مورد استفاده قرار گرفت. نتيجه تحقيق نشان داد تاثير سطوح مختلف عوامل موثر بر گرايش مشتريان در استفاده از خدمات بانکداري الکترونيکي متفاوت است.

یعقوبی و همکاران (1390) شناسايي و تحليل عوامل تاثيرگذار بر پذيرش خدمات بانکداري اينترنتي را مورد بررسی قرار دادند. براي آزمون فرضيه هاي تحقيق از داده هاي بدست آمده از 349 نفر از مشتريان بانک ملي ايران در شهر تهران استفاده شده است. نتايج تحليل داده ها با استفاده از تکنيک تحليل مسير (الگوي يابي معادلات ساختاري) ليزرل نشان داد که انتظارات مربوط به عملکرد، انتظارات مربوط به تلاش و اثر اجتماعي با قصد استفاده مشتريان از خدمات بانکداري اينترنتي رابطه معناداري دارند. هم چنين رابطه سازه هاي شرايط تسهيل کننده و قصد رفتاري با استفاده واقعي از خدمات بانکداري اينترنتي معنادار مي باشد. تاثير متغير تعديل کننده جنسيت نيز بر ارتباطات موجود در الگوي تحقيق مورد تاييد واقع شده است.

پورزرندی و نجفی (1391) تاثير کيفيت خدمات بانکداري الکترونيکي بر رضايتمندي مشتريان را مورد بررسی قرار دادند. بر اساس مرور ادبيات نظري تحقيق پنج بعد کيفيت براي بررسي کيفيت خدمات بانکداري اينترنتي؛ پنج بعد کيفيت براي بررسي کيفيت خدمات دستگاه هاي خودپرداز و چهار بعد کيفيت براي بررسي کيفيت خدمات پايانه هاي فروش جهت تعيين رضايتمندي مشتريان از خدمات مذکور با استفاده از روش تحقيق توصيفي از طريق پرسشنامه پنج گزينه اي ليکرت مورد بررسي قرار گرفت. نتایج نشان داد که ترويج فرهنگ استفاده از خدمات بانکداري اينترنتي با اطلاع رساني و تشويق مشتريان به استفاده از اين خدمات، رفع مشکلات و مسائل مربوط به زير ساخت هاي ارائه خدمات بانکداري الکترونيکي جهت افزايش سرعت ارائه خدمات بدون اشکال، القا مسئوليت پذيري بانک در ارائه خدمت بانکداري اينترنتي به مشتريان، تسهيل دسترسي مشتريان استفاده از خدمات دستگاه هاي خود پرداز و خدمات پايانه هاي فروش و جلب اعتماد مشتريان به خدمات بانکداري الکترونيکي بر رضایتمندی کشتریان اثرگذار است.

ساها و یانی[[1]](#footnote-1) (2005) رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی و رضایت مشتری را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج مطالعه آنها نشان داد که کارایی، قابلیت اطمینان، مسئولیت پذیری کارکنان، اجرا و رعایت حریم خصوصی مهم ترین متغیرهای تأثیرگذار بر رضایت مشتریان بوده است.

آراسلی و همکاران (2005) رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتری را در بانکداری مورد بررسی قرار داد. آنها این تحقیق را به صورت پیمایشی و با پرسشنامه انجام دادند. نتایج تحقیق نشان داد که میزان مسئولیت پذیری پرسنل و درک درست آنها از خدمت و آمادگی عملی آنها در ارائه خدمت رابطه معنی داری با رضایت مشتریان دارد.

آلساجان و همکاران[[2]](#footnote-2) (2006) اثر اعتماد بر مقبولیت بانکداری الکترونیک را مورد مطالعه قرار دادند. روش انجام این مطالعه به صورت توصیفی پیمایشی و ابزار تحقیق پرسشنامه و مصاحبه از مشتریان 5 بانک خصوصی در انگلیس بوده است. نتایج مطالعه نشان داد که عامل اعتماد یکی از مهم ترین عوامل موثر در پذیرش سرویس های بانکداری الکترونیک در بین مشتریان می باشد. همچنین نتایج آنها نشان داد که این اعتماد در کوتاه مدت بدست نیامده و برآیند انواع مختلفی از فاکتورهاست که مورد قضاوت مشتریان بانک ها در مورد خدمات آنلاین و دیگر خدمات قرار می گیرد.

منابع:

* + **پورزرندی، م و نجفی، م. 1391. بررسی تاثير کيفيت خدمات بانکداري الکترونيکي بر رضايتمندي مشتريان. پژوهشگر، دوره نهم، شماره 26، صص 29-42.**
  + **حسنی، فرنود.، سلطانی، سهیلا و ضرابیه، فرشته.. 1387. مدیریت بانکداری الکترونیکی. تهران: انتشارات سبزان. صص 344-346.**
  + **رحمانپور، م و، رضا ابراهیمی آتانی "بررسي طرح مقابله با بحرانهای فناوری اطلاعات در بانکداری الکترونیک" ، یازدهمين همايش علمي- پژوهشي دانشگاه گيلان ( 19 تا 21 ارديبهشت 1390).**
  + **شعبان پور، ميثم و هاشم مير بهاري، رضا ابراهيمي آتاني، " بررسي انواع روش هاي تشخيص کلاه برداري در تراکنش هاي بانکي" سومين کنفرانس برق و الکترونيک ايران، دانشگاه آزاد اسلامي گناباد، گناباد 22 و 23 تير ماه 1390.**
  + صفری مهر، ی.، آل بدوی، آ. 1387. پذیرش کاربردهای اینترنتی مربوط به سلامتی: مدلی برای رسیدگی پذیرش تکنولوژی در متخصصان مراقبت از سلامتی. پایان­نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت مدرس.
  + **گیلانی نیا، ش و موسویان، ج. 1388. شناسايي عوامل موثر بر گرايش مشتريان در استفاده از خدمات بانکداري الکترونيک. مجله فراسوی مدیریت، سال سوم، شماره 11، صص 103-133.**
  + **موغلی، ع. 1386. پذیرش بانکداری الکترونیک در بین مشتریان بانک های شهر شیراز. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دوم، شماره 7، صص 81-98.**
  + نیکوکار، غلام.، دیواندری، علی و ابراهیمی، عبدالحمید. 1388. الگوي رفتار مصرف كننده و استراتژي هاي بازاريابي اينترنتي: لوازم خانگي ايران. نشریه مدیریت بازرگانی، دوره 1، شماره 2، صص 135-150.
  + **یعقوبی، ن.، یزدانی، ب و شاکری، ر. 1390. شناسايي و تحليل عوامل تاثيرگذار بر پذيرش خدمات بانکداري اينترنتي. چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره 5، پیاپی 38، صص 41-55.**

Alsajjan, A., B. Bander and C. Dennis. 2006. The Impact of Trust on Acceptance of Online Banking, European Association of Education and Research in Commercial Distribution, (27-30 June 2006) West London: Brunel University.

Arasli, H., M, Smadi and Turan Katircioglu Salih,(2005), "Customer service quality in the Greek Cypriot banking industry ",Managing Service Quality ,Vol. 15 No. 1, pp. 41-56.

Gupta, B., Dasgupta, S., & Gupta, A. (2008). Adoption of ICT in a government organization in a developing country: An empirical study, Journal of Strategic Information Systems,17,140-154.

Saha, Parmita and Z, Yanni, (2005). "Relationship between Online Service Quality and Customer Satisfaction". Lule University of Technology MSc Programme in Electronic Commerce.

1. - Saha and Yanni [↑](#footnote-ref-1)
2. - Alsajan et al. [↑](#footnote-ref-2)