

Review Article

An overview of the electronic banking system



Fatemeh Farsian

Master of Law, Private Law major, University of Science and Research, Tehran Branch, Iran



Citation Fatemeh Farsian, **An overview of the electronic banking system.** *J. Law Political Stud.*, 2021, 1(4), 310-329.

<https://doi.org/10.22034/ilps.2021.4.5>

**Article info:****Received:** 1 November 2021**Accepted:** 3 July 2021**Available Online:** 3 July 2021**ID:** JLPS-2110-1023**Checked for Plagiarism:** Yes**Keywords:**

electronic banking, customer decisions,
electronic customer relationship
management

ABSTRACT

Analysis method: in this review study, which was conducted in 1400, articles indexed in proquest, scientific information, database (SID) magiran, ovid, Irandoc, Iranmedex, sciencedirect, cochrane, springer, google scholar, scopus databases were used. The collection of reviewed articles included 41 articles related to the last 20 years (from 2000 until now) in Persian and English. Studies with unspecified sample size and implementation or only on non-electronic security and banking protocols, were excluded from the study. Articles whose full text was not available were also excluded from the study. Finding: Given that monetary and financial exchanges are an integral part of commercial exchanges, therefore, along with the expansion of global e-commerce, monetary and financial institutions to widely support and facilitate e-commerce widely use the information and communication technology they have brought. As a result, electronic payment systems have been gradually replacing traditional payment systems over the past few decades. Conclusion: Banks are affected by changes in globalisation and financial liberalisation, in response to which banks are expanding their service to customers, expanding their dependence on technology, while competition for banking services has increased. They are trying to reach higher levels of Internet banking acceptance among their customers.

مروری بر نظام بانکداری الکترونیک

فاطمه فارسیان

کارشناسی ارشد حقوق، گرایش حقوق خصوصی دانشگاه علوم و تحقیقات واحد تهران، ایران

Use your device to scan and read the article online



ارجاع فاطمه فارسیان، مروری بر نظام بانکداری الکترونیک، نشریه حقوق و مطالعات سیاسی، دوره ۱، شماره ۴، زمستان

۱۴۰۰: ۳۱۰-۳۲۹

<https://doi.org/10.22034/ilps.2021.4.5>

چکیده



اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۰ آبان ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۱۳ دی ۱۴۰۰

تاریخ آنلاین شدن: ۱۳ دی ۱۴۰۰

کد مقاله: JLPS-2110-1023

کلیدواژگان:

بانکداری الکترونیکی، تصمیمات

مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری

الکترونیکی.

روش بررسی: در این مطالعه مروری که در سال ۱۴۰۰ انجام شده است، از مقالات نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعاتی پروکوویست، اس.آی.دی، مگیران، آوید، ایرانداک، ایران مدکس، ساینتس دایرکت، کورنس، اشپرینگر، گوگل اسکالر و اسکوپوس استفاده شد. مجموعه مقالات بررسی شده شامل ۴۱ مقاله بود که مربوط به ۲۰ سال اخیر (از سال ۲۰۰۰ تاکنون) به زبان‌های فارسی و انگلیسی در برداشت. پژوهش‌هایی که حجم نمونه و نحوه اجرای نامشخصی داشتند یا فقط روی پروتکل‌های امنیتی و بانکداری غیر الکترونیک انجام شده بود، از روند مطالعه حذف شدند. همچنین مقالاتی که متن کامل آن‌ها در دسترس نبود نیز از مطالعه حذف شدند.

یافته‌ها: باتوجه به اینکه مبادلات پولی و مالی جزء لاینفک مبادلات تجاری است، ازاین‌رو، همگام با گسترش حجم تجارت الکترونیکی جهانی، نهادهای پولی و مالی نیز به‌منظور پشتیبانی و تسهیل تجارت الکترونیکی به‌طور گسترده‌ای به استفاده از فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات روی آورده‌اند. در نتیجه، طی چند دهه اخیر سیستم‌های پرداخت الکترونیک به‌تدریج در حال جایگزینی با سیستم‌های پرداخت سنتی هستند.

نتیجه‌گیری: بانک‌ها تحت تأثیر تغییرات جهانی شدن و آزادسازی مالی قرار دارند، در واکنش به این تغییرات بانک‌ها خدمات قابل‌ارائه به مشتریان را گسترش وابستگی خود را به تکنولوژی افزایش می‌دهند در حالی که رقابت برای ارائه خدمات بانکی افزایش یافته است، بانک‌ها در تلاش هستند تا به سطوح بالاتری از پذیرش بانکداری اینترنتی در میان مشتریان خود برسند.

مقدمه

ابزارهای مورد استفاده بانکداری الکترونیک در جهت ارائه بهتر خدمات به مشتریان بانک‌ها ایجاد گردیده‌اند و بی‌شک شناخت ابزارها و ماهیت حقوقی قراردادهای مربوط به آن‌ها می‌تواند گام مهم در جهت نیل به این اهداف را فراهم سازد. یکی از چالش‌های توسعه بانکداری الکترونیکی ایران، چالش حقوقی است که مهم‌ترین چالش حقوقی آن در بحث قراردادهای است و همچنین همیشه با این مسئله مواجه هستیم که آیا قواعد عمومی قراردادهای، ضمانت اجرای کافی را برای اعتبار و لزوم

در سال‌های اخیر و با گسترش روزافزون فن‌آوری اطلاعات و بهره‌مندی از شبکه جهانی اینترنت، بانک‌ها و مؤسسات مالی درصدد ارائه خدمات متنوع‌تر و بیشتر به مشتریان خود می‌باشند. شکل‌گیری و توسعه بانکداری الکترونیکی با چالش‌های جدی مواجه است که پاسخگویی به آن ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. بانکداری الکترونیک با انعقاد قرارداد با مشتریان امکان استفاده از ابزارها را به آن‌ها خواهد داد و

مشتریان الکترونیکی بانک‌ها تأثیرگذار است و تمایلات رفتاری این مشتریان را دستخوش تغییر می‌کند.

امرا شهستان و هارون‌آبادی (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان بررسی نقش فن‌آوری اطلاعات در استقرار eCRM برای رضایت مشتری در صنعت بانکداری ارائه دادند. ظهور فناوری‌های نوین مانند فن‌آوری اطلاعات تأثیرات گسترده بر ابعاد مختلف بانک‌ها گذاشته است. این موضوع خود باعث پدید آمدن مفهومی نوینی به نام مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک eCRM شده است. مدیریت ارتباط الکترونیک با مشتری تبدیل به یکی از فن‌آوری‌های بانفوذ در جهان شده است. در این مقاله نقش و اهمیت فن‌آوری اطلاعات در استقرار eCRM برای جلب رضایت مندی مشتری در صنعت بانکداری بررسی شد. رجبی (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر استفاده از بانکداری الکترونیک توسط مشتریان بانک مهر اقتصاد در شهرستان خدابنده ارائه دادند. مطالعه به روش توصیفی پیمایشی و با - استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که عوامل نگرش، کنترل‌های رفتاری و هنجارهای ذهنی، به ترتیب بیشترین تأثیر را بر پذیرش بانکداری الکترونیک توسط مشتریان دارد. این عوامل قریب به ۳۳ درصد از عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک را تبیین می‌کنند و این در حالی است که مدل‌های مرسوم استفاده شده در تحقیقات پیشین نیز به‌طور متوسط ۳۷ درصد از عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک را تبیین کرده‌اند.

سالم، بایدون و والش^۱ (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر استفاده مشتریان از خدمات بانکداری آنلاین ارائه دادند. هدف این مقاله، بررسی عوامل مؤثر بر استفاده مشتریان فلسطینی از خدمات بانکداری آنلاین است. طراحی/روش پژوهش/رویکرد: یک مطالعه تجربی با استفاده از یک پرسشنامه جهت آزمون فرضیه‌ها انجام شد. پرسشنامه بین ۵۰۰

قراردادها مخصوصاً در عرصه قراردادهای مربوط به ابزارها که از طرفی بانک‌ها و از طرف دیگر اشخاص ثالث است به وجود می‌آورد؟ امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی، با استفاده از واسطه‌های ایمن و بدون حضور فیزیکی و با استفاده از فناوری‌های پیشرفته نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مبتنی بر شبکه و مخابرات برای تبادل منابع و اطلاعات مالی به‌صورت الکترونیکی که می‌تواند باعث حذف نیاز به حضور فیزیکی مشتری در شعب بانک‌ها شود از ویژگی‌های بانکداری الکترونیک است، (عباسی نژاد و مهرنوش، ۱۳۸۸: ۱۹).

نمونه‌هایی از ابزارهای مورد استفاده در بانکداری الکترونیک عبارت است از: موبایل پایانه فروش و پرداخت قبوض، خرید شارژ از طریق تلفن همراه و تلفن‌بانک، کارت‌بانک، موبایل بانک ... در نهایت چالش حقوقی قراردادها در این مبحث بر اساس اصل آزادی قراردادها تفسیر خواهد شد. بررسی ابزارها و ماهیت حقوقی قراردادهای الکترونیک در بانکداری الکترونیک از این نظر حائز اهمیت خواهد بود که در صورت بروز اختلاف بر اساس نوع ماهیت حقوقی و قوانین حاکم بر آن چگونه می‌توان تصمیم‌گیری کرد. ضیایی پور و عباس پور (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان بررسی رابطه تارنمای‌های بانکداری الکترونیک و رفتار مشتریان الکترونیک بانک‌های خصوص ارائه دادند. این پژوهش تأثیر طراحی تارنمای بانکداری الکترونیک بر رفتار مشتریان الکترونیک بانک را موردسنجش قرار می‌دهد. این تحقیق از منظر ماهیت توصیفی همبستگی است. جامعه مورد مطالعه مشتریان بانک پاسارگاد شعب - شیراز در بازه زمانی ۶ ماهه از بهمن‌ماه سال ۱۳۹۷ بوده است. برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه است که میان مشتریان بانک توزیع گردیده است. نتایج توسط نرم‌افزار SPSS با استفاده از مومن همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاکی از آن است که چگونگی طراحی تارنمای‌های بانکداری الکترونیک بر رفتار

^۱ Mohammed Z. Salem, Samir Baidoun, Grace Walsh

هوشمند تشخیص فیشینگ و طرح حفاظت برای انجام تراکنش‌های برخط، یکی از ریسک‌های بانکداری الکترونیک را بیان کردند. فیشینگ یک نمونه از تکنیک مهندسی اجتماعی به‌منظور گمراه کردن کاربران اینترنتی به دست آوردن اطلاعات محرمانه‌ی آنان است. از تکنیک فازی عصبی با ۵ ورودی برای کشف وب‌سایت فیشینگ استفاده کرده‌اند که این ۵ ورودی استراتژی‌ها و تکنیک‌های فیشینگ را نشان می‌دهند. مرور ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد که پژوهش‌های مختلفی به موضوع بانکداری الکترونیکی و مؤلفه‌های وابسته به آن پرداخته‌اند. با این حال تاکنون پژوهشی به‌طور مستقیم به بررسی پژوهش‌های انجام‌شده و گزارش نتایج آن‌ها در یک ساختار منسجم و هدفمند نپرداخته است. از این رو به نظر می‌رسد مرور ادبیات پژوهشی در خصوص بانکداری الکترونیکی و بررسی انتقادی نتایج آن‌ها می‌تواند وضعیت موضوع موردبررسی و خلأهای موجود و نیز اقدامات لازم جهت پژوهش‌های بعدی را به‌خوبی نمایان سازد؛ بنابراین هدف از پژوهش حاضر جمع‌بندی و ارائه نتایج پژوهش‌های قبلی در یک طبقه‌بندی منطقی و منظم است؛ به‌گونه‌ای که بیش از لازم در بانکداری و ابزارهای مورد استفاده در بانکداری الکترونیکی برای محققان آتی فراهم آورد.

روش بررسی

در این مطالعه مروری روایتی از کتاب‌ها و مقاله‌های مربوط به مطالعات کیفی و کمی نمایه شده در پایگاه‌های اطلاعاتی پروکویست^۴، اس.آی.دی^۵، مگیران^۶، آوید^۷، ایراندک^۸، ایران مدکس^۹، ساینتس دایرکت^{۱۰}، کورنِس^{۱۱}، اشپرینگر^{۱۲}، گوگل

پاسخگر انتخاب‌شده توسط بانک‌های شرکت‌کننده، توزیع شد. در مجموع ۳۶۹ پرسشنامه کامل برگردانده شد. متغیرهای مستقل مطالعه شامل میل به به‌کارگیری فن‌آوری، ارزش مشتریان برای سفارشی یا شخصی‌سازی آنلاین، نگرانی‌های حریم خصوصی مشتریان، اعتماد الکترونیک، رهبری فن‌آوری و وفاداری بودند. استفاده مشتریان فلسطینی از خدمات بانکداری آنلاین، متغیر وابسته است. یافته‌ها: نتایج این مدل آزمون شده به‌وضوح بیان می‌کنند که استفاده از خدمات بانکداری آنلاین به ترتیب تحت تأثیر رهبری فن‌آوری، اعتماد الکترونیک، وفاداری الکترونیک، ارزش قائل شدن مشتریان برای شخصی‌سازی آنلاین، نگرانی‌های حریم خصوصی مشتریان و میل به بکارگیری فن‌آوری، قرار گرفتند. فاتهیما و ماتومانی^۱ (۲۰۱۵) پژوهش با عنوان پذیرش تکنولوژی بانکداری اینترنتی کاربران ارائه دادند. نتایج تحقیق نشان داد که سودمندی ادراک‌شده، اعتماد، اعتبار ادراک‌شده و راحتی استفاده ادراک‌شده مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر پذیرش بانکداری اینترنتی هستند. سانتورادیس و کاریس^۲ (۲۰۱۴) عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در کشور یونان بررسی کرده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که ادارک مشتریان از سودمندی، اعتبار و راحتی استفاده نقش زیادی در پذیرش بانکداری اینترنتی دارد. العجم و نور^۳ (۲۰۱۳) پژوهشی با عنوان پذیرش بانکداری اینترنتی: ادغام مدل پذیرش تکنولوژی و اعتماد ارائه دادند. نتایج تحقیق نشان داد که راحتی استفاده ادراک‌شده، اعتماد، مزیت نسبی ادراک‌شده بر نگرش کاربران به پذیرش بانکداری اینترنتی مؤثر است. نصری (۲۰۱۱) پژوهشی با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در تونس ارائه داد. نتایج تحقیق نشان داد که در تونس عوامل دسترسی، ریسک، امنیت و دانش موجود بر پذیرش بانکداری اینترنتی تأثیرگذارند. باراکلوف و همکاران (Barraclough et al, 2013) در مقاله‌ی خود با نام سیستم

4 Proquest

5 Scientific Information Database (SID)

6 Magiran

7 Ovid

8 Irandoc

9 Iranmedex

10 ScienceDirect

11 Cochrane

12 Springer

1 Fathima and Muthumani

2 Santouridis & Kyritsi

3 Al-Ajam and Nor

اسکالر^۱ و اسکوپوس^۲ استفاده شد. در جست‌وجوی مقالات کلمات کلیدی به‌کاررفته شامل این کلیدواژه‌ها بود:

E-banking, customer decisions, e-customer relationship management

معیارهای انتخاب مقالات عبارت بود از:

۱- مقالات یافت شده در سال ۲۰۲۱ که از نوع کیفی و کمی و به مربوط می‌شد؛

۲- مقالات فارسی و انگلیسی‌زبان چاپ‌شده در مجلات علمی داخلی و خارجی مربوط به بانکداری الکترونیک مدیریت بحران در کاهش ریسک و فناوری‌های مربوطه توسعه که متن کامل آن‌ها در دسترس بود؛

۳- باتوجه به ارائه مدل پویایی‌های سیستم به‌منظور بررسی روند توسعه فن‌آوری‌های بانکداری الکترونیک پرداخته‌شده است.

¹ Google Scholar

² Scopus

جدول (۱) موتور جستجو، پایگاه‌ها و کلیدواژه‌ها

کلیدواژه‌ها		پایگاه‌های اطلاعاتی		موتورهای جستجو
انگلیسی	فارسی	خارجی	داخلی	Google GoogleScholar Yahoo
E-banking customer decisions e-customer Relationship management	بانکداری الکترونیکی تصمیمات مشتری مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیکی.	Scopus Science Direct Pub Med Iceeft.com Psych info Oalib.com proquest.com Wiley.com	Elmnet.ir Ensani.ir SID.ir Magiran.com Noormags.ir ganj.irandoc.ac.ir	



شکل ۱: فرایند جستجو و پالایش پژوهش‌های انجام‌شده

انجام‌شده، شناسایی ریسک‌های مؤسسات مالی و چهار نمونه از ریسک‌های موجود در بانکداری الکترونیک شامل ریسک نقدینگی، عملیاتی، قانونی، اعتباری تأثیر مثبت داشته است و توانسته است عوامل تأثیرگذار معرفی شده از سوی کمیته بال و

یافته‌ها پس از جستجو، غربالگری و ارزیابی کیفیت پژوهش‌های انجام‌شده، در پایان، تحلیل نهایی بر روی ۱۶ مطالعه انجام شد و نتایج مطالعات بیانگر آن بود که در همه پژوهش‌های

اصول مدیریت ریسک در نظام بانکداری الکترونیک و ابعاد پژوهش‌های انجام‌شده و مشخصات روش‌شناسی آن‌ها جهت وابسته به آن را ارتقا دهد. در جدول ۲ و ۳ خلاصه‌ای از مرور پژوهش‌ها و تلخیص یافته‌ها آورده شده است.

جدول (۲) خلاصه‌ی تحقیقات انجام‌شده در زمینه‌ی کاهش ریسک بانکداری الکترونیک

روش مدیریت ریسک	ریسک‌های شناسایی شده	مرجع
استفاده از اصول مدیریت ریسک طبق نظارت کمیته بال در بانکداری الکترونیک	شناسایی ریسک‌های مؤسسات مالی و چهار نمونه از ریسک‌های موجود در بانکداری الکترونیک شامل ریسک نقدینگی، عملیاتی، قانونی، اعتباری	یوسفی و اسماعیلی، ۱۳۸۸
استفاده از اصول مدیریت ریسک طبق نظارت کمیته بال در بانکداری الکترونیک	ریسک عملیاتی، ریسک شهرت، ریسک قانونی، ریسک استراتژیک	حسین زاده و قدک فروشان، ۱۳۹۱
دستورالعمل‌های کنترل ریسک کمیته بال	ریسک‌های بانکداری اینترنتی شامل ریسک امنیتی، ریسک قانونی، ریسک استراتژیک، ریسک شهرت و ریسک عملیاتی و ریسک‌های بانکداری سنتی مانند ریسک اعتباری، ریسک نقدینگی و ریسک بهره	Zarei 2011
دستورالعمل‌های کنترل ریسک کمیته بال	ریسک عملیاتی نظام بانکداری الکترونیک	سپهوند و همکاران ۱۳۹۴
عوامل تأثیرگذار معرفی شده از سوی کمیته بال و اصول مدیریت ریسک در نظام بانکداری الکترونیک	ریسک عملیاتی بانکداری الکترونیکی	صفری و سلیمانی ۱۳۹۰
استفاده از استانداردهای بین‌المللی و دستورالعمل‌های کنترل ریسک کمیته بال	ریسک امنیتی، ریسک عملیاتی، ریسک حقوقی، ریسک شهرت، ریسک استراتژیک	Khezri & tavallaei 2014
توسعه‌ی یک مدل فازی عصبی و طرح حفاظت برای انجام تراکنش‌های برخط	کشف وب‌سایت فیشینگ بر اساس ۵ ورودی	Barraclough et al 2013

جدول (۳) خلاصه‌ی تحقیقات انجام‌شده در زمینه‌ی کاهش ریسک بانکداری الکترونیک

هدف	روش	مرجع
بررسی مزایا و محدودیت‌های قوانین بانکداری	استفاده از قوانین حقوقی در بانکداری الکترونیک	Abbasi et al

الکترونیک در ایران		2013
شناسایی و رتبه‌بندی موانع پذیرش و توسعه بانکداری الکترونیکی در ایران	پرسشنامه	Safarpour 2016
شرح مزایا و معایب بانکداری الکترونیک، ارزیابی درجه تأثیر بر رضایت مشتریان	پرسشنامه بر اساس مقیاس ۵ نقطه‌ای لیکرت، spss16 و اکسل	Jehangir et al 2016
بررسی حوادث کارت‌های اعتباری	توزیع احتمال متغیر تصادفی	Pavia et al 2012
ارتباط بین حفظ حریم خصوصی و اعتماد مشتریان در بانکداری الکترونیکی	تفسیری توصیفی، مطالعات کتابخانه‌ای	خسروی لقب و همکاران ۱۳۹۵
بررسی نقش بانکداری الکترونیک بر بهبود سلامت نظام بانکی در شعب بانک انصار استان آذربایجان غربی	استفاده از جدول مورگان، آمار توصیفی از قبیل میانگین، فراوانی و انحراف معیار، آمار استنباطی روش t تک متغیره	ابراهیم‌زاده ۱۳۹۴
طراحی نقشه‌ی دانش برای تشکیل تیم مدیریت بحران، انتخاب اعضای سازمان بر اساس سطح مهارت و توانایی برای تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی	استفاده از نقشه‌ی دانش، رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی و فرآیند تحلیل سلسله مراتبی	زیب ارزانی و همکاران ۱۳۹۲
شناسایی مهم‌ترین ریسک‌های بانکداری اینترنتی شامل ریسک‌های امنیتی، حریم خصوصی، زمان، اجتماعی، عملکرد	پرسشنامه، نرم‌افزار Spss	کاظمی و مهرورزی ۱۳۹۰
نقش ابعاد ریسک ادراک‌شده‌ی مشتریان بانک‌ها در پذیرش بانکداری اینترنتی در ایران	پرسشنامه، به‌کارگیری مدل یابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی	خدمتگزار و همکاران ۱۳۸۹
ریسک ادراک‌شده بر پذیرش خدمات بانکداری اینترنتی شامل ریسک مالی، ریسک اطلاعات شخصی، ریسک ایمنی، ریسک عملکردی	تکنیک معادلات ساختاری و نرم‌افزار لیزرل	غفاری و همکاران ۱۳۹۱
تدوین الگوی جامع فراگرد مدیریت بحران با رویکرد نظم و امنیت	استفاده از الگوی چرخشی شکل مدیریت بحران	روشندل اربطانی و همکاران ۱۳۸۸

خصوصی، ریسک عملیاتی، ریسک شهرت (اعتباری)، ریسک قانونی و ریسک استراتژیک مورد تحقیق قرار می‌گیرد. برای هر یک از ریسک‌ها، روش‌ها و راهکارهای کاهش و کنترل ریسک به تفکیک ارائه شده است. در بخش مطالعات پیشین خلاصه‌ای از تحقیقات انجام‌شده در زمینه بانکداری

مطالعاتی که در زمینه بانکداری الکترونیک، ریسک‌های بانکداری الکترونیک، مبانی و اصول مدیریت بحران و پروتکل‌های امنیتی برای کاهش ریسک بانکداری الکترونیک صورت گرفته است. در زمینه ریسک‌های بانکداری الکترونیک مقالات زیادی مطالعه و بررسی شده است که مهم‌ترین این ریسک‌ها شامل ریسک امنیتی، ریسک حریم

(صمدی پور^۵ و همکاران، ۱۳۹۴؛ لئو^۶ و همکاران، ۲۰۱۱؛ قلندری، ۲۰۱۳).

همچنین، از کاهش ارزش بالقوه در ارتباط با روابط بلندمدت جلوگیری می‌کند. در نتیجه، ساخت روابط بلندمدت با مشتریان، پیش‌شرط ضروری برای بقا اقتصادی و موفقیت شرکت‌های خدماتی در نظر گرفته می‌شود و افزایش کوچک در نرخ حفظ مشتری، به‌طور چشمگیری سود سازمان را افزایش می‌دهد این نتایج سبب گردیده است که بسیاری از بانک‌ها نیز روی روابط بلندمدت با مشتریان خود از طریق افزایش وفاداری مشتریان تمرکز کنند (سلیمان^۷ و همکاران، ۲۰۱۲).

از طرفی، برای ارائه خدمات مالی و بانکی اثربخش، استفاده از فن‌آوری اطلاعات و به‌کارگیری اینترنت امری گریزناپذیر است (هو و لین^۸، ۲۰۱۰).

ارائه خدمات بانکی از طریق کانال‌های الکترونیکی سبب افزایش رقابت در صنعت بانکداری گردیده است. بانکداری الکترونیکی، عنصری کلیدی از دستاوردهای تجارت الکترونیک است. بانکداری الکترونیکی به‌عنوان بانکداری اینترنتی شناخته شده و در بازارهای جهانی در تسهیل تجارت الکترونیکی محبوبیت یافته است (سلیمان و همکاران، ۲۰۱۲). در اینجا، تأکید بر بانکداری الکترونیکی از طریق اینترنت است. تغییر محیط بانکی از طریق استفاده از فن‌آوری اینترنت، تعامل با خدمات بانکی را تحت تأثیر قرار می‌دهد (حمدی^۹، ۲۰۱۱).

بانکداری الکترونیکی به مشتریان اجازه می‌دهد تا از طریق وبسایت بانک سریع‌تر و با هزینه‌ی کمتر در مقایسه با شعب بانک سنتی و بدون محدودیت زمانی و مالی معاملات بانکی گسترده داشته باشند (گرابنر کراوتر و فولنت^{۱۰}، ۲۰۰۸).

الکترونیک و کاهش ریسک بانکداری الکترونیک شرح داده شده است.

۱- مفاهیم و دیدگاه‌ها

بانکداری الکترونیکی

پس از گذشت دو دهه از ظهور اینترنت هیچ جنبه‌ای از زندگی انسان را نمی‌توان یافت که توسط فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات^۱ تحت تأثیر قرار نگیرد. با ایجاد پول الکترونیکی و امکان انجام معاملات مالی از طریق ابزارهای آنلاین و الکترونیکی، تجارت الکترونیک به‌طور فزاینده‌ای گسترش یافته و به مناطق بیشتری از اقتصاد جهانی نفوذ کرده است (قلندری^۲، ۲۰۱۳: ۱۱).

ارائه خدمات به‌صورت الکترونیکی، صرفه‌های اقتصادی بیشتری نسبت به ارائه خدمات به‌صورت سنتی دارد. برای شرکت‌های مدرن ارزش فن‌آوری اطلاعات چندوجهی است. همانند: بهبود و تنوع محصولات، کیفیت، رضایت مشتری، تسهیل فرایندهای کاری، کاهش هزینه‌های غنی‌سازی کار، مدیریت بهره‌وری و افزایش مزیت‌های رقابتی (سناراتنا و ویکراماسریا^۳، ۲۰۱۱: ۲۲).

بانفوذ بیشتر و اختراع فرایندهای جدید برای مصرف‌کنندگان خدمات از طریق رسانه‌های الکترونیکی، مشتریان به‌طور فزاینده‌ای به فروشندگان و ارائه‌دهندگان خدمات تکیه می‌کنند حتی برای انجام ابتدایی‌ترین خدمات و وظایف (جهرمی^۴ و همکاران، ۲۰۱۱).

لذا، دنیای امروز عرصه‌ی تحولات پیوسته است. در رویارویی با رقابت شدید و افزایش انتظارات مشتریان به‌طور مستمر، شرکت‌های تجارت الکترونیک علاقه‌مند به شناسایی، درک، پرورش و حفظ مشتریان سودآور موجود می‌باشند نقش حیاتی حفظ مشتریان از افزایش هزینه‌های دستیابی به مشتریان جدید

⁵ Samadipour

⁶ Liu

⁷ Suleiman

⁸ Ho & Lin

⁹ Hamadi

¹⁰ Grabner – Kräuter & Faullant

¹ Information and Communication Technology: ICT

² Ghalandari

³ Senarathna & Wickramasuriya

⁴ Jahromi

شخصی خود اقدام نمایند و به تسهیلات بانکی به راحتی از منزل و یا محل کار خود دسترسی داشته باشند (کاراکاسیان و دانایاتا^۵، ۲۰۱۴).

از منظر دیگر، بانکداری اینترنتی به خدمات بانکی ارائه شده توسط وبسایت امن یک بانک اشاره می‌کند و به عنوان یک کانال تحویل از راه دور تعریف می‌گردد که به مشتریان می‌دهد مدیریت امور مالی خود را با کمترین تلاش انجام دهند. لذا، یک راه سریع و راحت را برای انجام معاملات بانکی از طریق وبسایت بانکداری اینترنتی در ۲۴ ساعت شبانه‌روز و ۷ روز هفته فراهم می‌نماید (بی و فزی هاردین^۶، ۲۰۱۰).

در جدول شماره (۴) می‌توان دسته‌بندی مناسبی از مزایای بانکداری الکترونیک را مشاهده نمود.

در این بین، یکی از چالش‌های پیش روی بانک‌ها، جذب و حفظ مشتریان و ساخت وفاداری الکترونیکی مشتریان است. وفاداری الکترونیکی در بانکداری الکترونیکی هم از جنبه‌ی اقتصادی و هم از حیث رقابتی امری ضروری است (فلا و تریلمایر^۱، ۲۰۰۶).

بدون وفاداری مشتری، بهترین مدل‌های کسب‌وکار الکترونیکی به زودی از هم خواهند پاشید، در تلاش جهت توسعه یک پایگاه مشتری وفادار، اکثر سازمان‌ها سعی می‌کنند. بهترین خود را به طور مستمر برای رضایت مشتریان خود ارائه دهند و روابط بلندمدت خود را با آن‌ها توسعه دهند. اگر شکل‌گیری رضایت به طور کامل مدیریت شود، وفاداری مشتری توسعه می‌یابد. در واقع، به منظور افزایش وفاداری مشتریان باید خدمات الکترونیکی رضایت‌بخش باشد (لوارن و لین^۲، ۲۰۰۳). لذا، بر عدم وفاداری مشتریان می‌توان غلبه کرد از طریق درک و شناسایی عواملی که می‌توانند رضایت مشتریان را به بانکداری الکترونیکی بهبود دهند. (عباسی و رجیبی میاندره^۳، ۱۳۹۳).

بانکداری الکترونیکی، اصطلاح مورد استفاده در سیستم بانکی مدرن است (اوتا^۴، ۲۰۱۰) که در بهره‌وری، کارایی و اجرای شبکه بانکی توسط فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات تغییراتی ایجاد کرده و سرعت عملکرد بانکی را افزایش داده است (Abaenewe, et al, 2013).

در ادبیات بازاریابی از بانکداری الکترونیکی با اسامی متفاوتی یاد شده است: بانکداری آنلاین، بانکداری مجازی و بانکداری اینترنتی. بانکداری الکترونیکی به عنوان بانکداری آنلاین، شامل ارائه‌ی خدمات بانکی از جمله دسترسی به حساب، انتقال وجه بین حساب‌ها و ارائه‌ی خدمات مالی آنلاین است (اوتا، ۲۰۱۰) که به مشتریان اجازه می‌دهد جهت دسترسی به حساب بانکی خود، سپرده، انجام معاملات بانکی، پرداخت قبوض، بررسی موجودی حساب، نقل و انتقال وجه با استفاده از سیستم

¹ Floh&Treiblmaier

² Luarn & Lin

³ Abbasi & Rajabi Myandareh

⁴ Auta

⁵ Kirakosyan&Dănăiață

⁶ Yee &Fazihadean

جدول (۴) مزایای بانکداری الکترونیک (Basias et al. 2013)

مزایای بانکداری الکترونیک	توصیف	مرجع
انعطاف‌پذیری و سرعت در انجام تراکنش عملیات بانکی ^۱	دسترسی به سایت آنلاین بانک و شاخه‌های بانکداری الکترونیک مانند atm که در هر ساعت از شبانه‌روز می‌توانند در دسترس باشند. بدون در نظر گرفتن ایام تعطیل می‌توانند تمامی فعالیت‌های مالی را انجام دهند.	Shah and Clarke (2009) Ellatif et al. (2008), Barclays (2012), Bank of America (2012), Hoehle and Huff (2009), Sherah Kurnia et al. (2008)
کنترل بهتر	بیشتر بانک‌ها یک خط اتصال بدون مرز و نامحدود به مشتریان خود برای مدیریت بدهی و حساب‌های اعتباری، وام مسکن، سبد سرمایه‌گذاری و دیگر فعالیت‌های مالی اختصاص می‌دهند.	Shah and Clarke (2009). Barclays (2012). Bank of America (2012). Ellatif et al. (2008). Hoehle and Huff(2009) Sherah Kurnia et al. (2008)
زمان	زمان هزینه شده برای رفت‌وآمد به بانک	Sherah Kurnia et al. (2008) National Bank of Greece(2011) Ellatif et al. (2008), Hoehle and Huff (2009).
نرخ بهره پایین	به‌عنوان یک بانک آنلاین بسیار ارزان‌تر از شعبه‌های بانک در خیابان هستند. پس‌انداز به‌طور مستقیم به مشتری داده می‌شود.	Hua (2008), Shah and Clarke(2009), Barclays (2012), Bank of America (2012), Hoehle and Huff (2009)
بانکداری سبز	از محیط‌زیست حمایت می‌کند و اتلاف انرژی را کاهش می‌دهد.	HSBC (2012)
اثربخشی و کاهش هزینه برای بانک‌ها	پرداخت رودررو مستلزم هزینه برای انجام عملیات پرداخت و دیگر فعالیت‌ها است	Ellatif et al. (2008), Shah and Clarke (2009) Hua (2008), Hoehle and Huff (2009)
اثربخشی و کاهش هزینه برای دیگر مؤسسات	دیگر مؤسسات مرتبط با بانک	Deutsche Bank Research (2007)

^۱ Transaction speed & Flexibility

روش‌های نقل و انتقال پول به صورت الکترونیکی و حمل و نقل کالا بر اساس درخواست‌های الکترونیکی است که در این راستا بانکداری الکترونیکی از ارکان اصلی و لازمه تحقیق این امر است (آگاروال، ۲۰۱۲).

مقایسه بانکداری سنتی با بانکداری الکترونیک

در کشورهای پیشرفته دنیا مذاکرات بین خریدار و فروشنده، سفارش خرید، تهیه بیمه‌نامه، انتقال پول، حمل و نقل کالا و ترخیص از گمرکات به صورت الکترونیکی پشتیبانی می‌شود و

جدول (۵) مقایسه بانکداری الکترونیکی و سنتی (وفایی، ۱۳۸۹).

بانکداری سنتی	بانکداری نوین و الکترونیکی
بازار محدود	بازار نامحدود از لحاظ مکانی
رقابت بین بانک‌ها	رقابت نام‌های تجاری
ارائه خدمات محدود	ارائه خدمات گسترده
ارائه خدمات به یک شکل خاص	ارائه خدمات متنوع بر اساس نیاز و سفارش مشتری و نوآوری
متکی بر شعب	بانک‌های چندمنظوره مجهز به امکانات الکترونیکی
تمرکز بر هزینه	تمرکز بر هزینه و رشد درآمد
کسب درآمد از طریق حاشیه سود	کسب درآمد از طریق کارمزد
در قید ساعات اداری	از نظر زمانی نامحدود و ۲۴ ساعته
نبود رابطه نزدیک و مرتبط بین بانکی	وجود رابطه نزدیک و تنگاتنگ بین بانکی
نیاز به نیروی انسانی زیاد	کاهش نیروی انسانی

دریافت می‌کند؛ بنابراین در بانکداری الکترونیکی هرچند کاهش هزینه‌های بانکی مورد توجه قرار می‌گیرد ولی بر رشد درآمد بانک از طریق ارائه خدمات متنوع نیز تأکید می‌گردد (Goyal vishal, et al, 2012).

- تئوری یکپارچه پذیرش و استفاده از فن آوری

تئوری یکپارچه پذیرش و استفاده از فن آوری در سال ۲۰۰۳ توسط و نکاتش^۱ و همکارانش در جهت توسعه مدل پذیرش فن آوری ارائه شد. مدل پذیرش فن آوری را داویس در سال ۱۹۸۵ بر اساس تئوری عمل مستدل ارائه کرد. این مدل به صورت اختصاصی، رفتارهای اشخاص را در ارتباط با کاربرد کامپیوتر و انواع فن آوری‌های کامپیوتری توضیح می‌دهد. اساس مدل پذیرش فن آوری را دو تصور یا عقیده خاص که از عوامل اصلی مرتبط با رفتارهای پذیرش رایانه هستند تشکیل

بانکداری الکترونیکی به معنای یکپارچه‌سازی تمامی فعالیت‌های یک بانک از طریق به‌کارگیری فن آوری نوین اطلاعات و ارتباطات، مبتنی بر فرآیندهای بانکی، منطبق بر ساختار سازمانی بانک‌هاست که امکان ارائه تمامی خدمات مورد نیاز مشتریان را فراهم می‌سازد. به عبارت دیگر بانکداری الکترونیکی را می‌توان استفاده از فن آوری پیشرفته شبکه‌های ارتباطی و مخابرات جهت انتقال وجوه در سامانه بانکداری معرفی نمود. آنچه دارای اهمیت است ویژگی فعال و آینده‌نگر خصوصیات بانکداری الکترونیکی در مقایسه با بانکداری سنتی است. بانکداری سنتی بیشتر با یک دید محافظه‌کارانه سعی می‌نماید به شیوه‌های مختلف هزینه‌های بانکی را کاهش دهد. در صورتی که بانکداری الکترونیکی ضمن ارائه جامع خدمات بانکی در فکر توسعه و تحول بر مبنای جلب رضایت مشتری و افزایش درآمد بر مبنای ارائه خدماتی است که در قبالش کارمزد

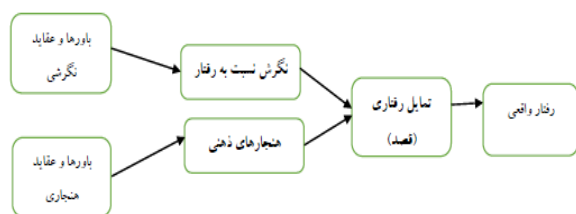
^۱ Vangtash

۲- مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری تحقیق

- نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده

بر اساس تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده باورهای رفتاری و ارزیابی نتایج، نگرش مطلوب یا نامطلوبی را درست به انجام رفتار در فرد ایجاد می‌کنند. نتیجه باورهای هنجاری و انگیزه تحقق انتظارات هنجاری دیگران با هنجار ذهنی نمود پیدا می‌کند و باورهای کنترلی نیز کنترل رفتاری ادراک شده را تعیین می‌کنند. به‌طور کلی نگرش در مورد رفتار، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده منجر به شکل‌گیری قصد انجام رفتار می‌شوند (Zhou, 2011).

این تئوری اولین بار در سال ۱۹۹۱ توسط آجزن ارائه گردید. هدف از این تئوری پیش‌بینی و درک عوامل تأثیرگذار انگیزشی بر رفتار فرد است. بر طبق این تئوری عامل تعیین‌کننده رفتار فرد، قصد او برای انجام یا عدم انجام یک رفتار خاص است با توجه به مشکلات ناشی از پنهان بودن همیشگی نیت یک فرد، تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده دو عامل مفهومی وابسته را که با یکدیگر در تعامل می‌باشند و هر یک با توجه به اهمیت نسبی خود از ضریب وزنی خاصی برخوردارند، برای تشریح و بیان مقاصد فرد در نظر می‌گیرد. (Agarwal & Karahanna, 2012).



شکل (۲) نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده (سرافرازی، ۱۳۸۸)

- نظریه پذیرش تکنولوژی

این نظریه از مجموعه‌ای از باورهای اساسی مانند سودمندی و سهولت استفاده درک شده استفاده نموده که در موقعیت‌های گوناگون قابل استفاده است. مطابق با تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، الگوی پذیرش فن‌آوری نیز می‌گوید که استفاده از فن‌آوری اطلاعات تابعی از نیت رفتاری است.

می‌دهد: سودمندی درک شده و سهولت استفاده درک شده. سودمندی درک شده احتمال ذهنی شکل‌گرفته در کاربران درباره مفید بودن یک سیستم وابسته به فن‌آوری اطلاعات است، به‌این ترتیب که هر چه آن سیستم عملکرد کاری آن‌ها را در بسترسازمانی بهبود بخشد مفیدتر است و در نتیجه بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد، (خوش‌سیما و شهیک، ۱۳۹۱: ۱۱).

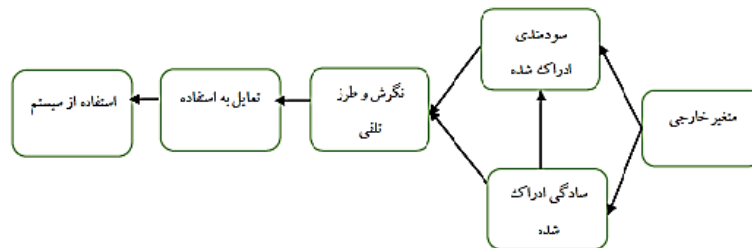
سهولت استفاده درک شده، احتمال ذهنی شکل‌گرفته در کاربران درباره آسانی استفاده از یک سیستم وابسته به فن‌آوری اطلاعات است، به‌این ترتیب که هر چه یک سیستم نیاز به تلاش کمتری برای یادگیری و استفاده داشته باشد، بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این حالت چنین به نظر می‌رسد که هر چه استفاده از سیستمی برای کاربران مفیدتر و آسان‌تر باشد، احتمالاً توسط آن‌ها بیشتر مورد پذیرش قرار می‌گیرد. در این مدل سهولت استفاده‌ی درک شده بر سودمندی درک شده هم تأثیر دارد. بر اساس تئوری عمل مستدل، مدل پذیرش فن‌آوری نیز تصمیم به استفاده را یکی از عوامل تعیین‌کننده‌ی کاربرد رایانه می‌داند (Santouridis & Kyritsi, 2014).

مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) یکی از مدل‌های قابل قبول و گسترده در حوزه پذیرش تکنولوژی اطلاعات است. این مدل به تشریح ماهیت روابط باور نگرش - قصد رفتار، - و ارتباط آن‌ها با میزان پذیرش استفاده‌کننده از تکنولوژی اطلاعات می‌پردازد. در تحقیقات بسیاری از مدل پذیرش تکنولوژی برای آنالیز رفتار استفاده‌کننده، به‌خصوص در زمان استفاده از انواع مختلف سیستم‌های اطلاعاتی استفاده شده است. طبق نتایج مطالعه اندرسون^۱ (۲۰۱۰) بانکداری همراه پتانسیل ایجاد بانکداری ساده و خدمات تراکنش الکترونیکی را برای مشتریان بانک گریز در توسعه بازارها را دارا است؛ اما در فعال‌سازی بازارهای دوطرفه، چاره‌سازی‌های بانکداری همراه سوالات خاصی را برای تنظیم‌کنندگان صنعت ارتباطات از راه دور از جمله در مورد محرمانه بودن شبکه ارتباطی به وجود می‌آورد، (صفری و سلیمانی، ۱۳۹۰: ۴۷).

^۱ Anderson

استفاده از سیستم توسط او تعیین می‌شود. این دو عامل بر طرز نگرش فرد نسبت به استفاده از یک سیستم خاص تأثیر می‌گذارند و طرز نگرش بر تمایل رفتاری فرد به استفاده از سیستم موردنظر تأثیر می‌گذارد و تمایل به استفاده (قصد استفاده) به استفاده واقعی از سیستم موردنظر منجر می‌شود (Abbasi Aabkhare, et al, 2013).

همچنین در این مدل اگرچه دارا بودن عوامل کنترل درونی مهم است اما گاهی اوقات عوامل کنترل بیرونی نیز به استفاده از سیستم تأثیر می‌گذارند اما در این مدل به این عوامل کنترل بیرونی توجهی نشده است (Barraclough, et al, 2013). طبق مدل پذیرش تکنولوژی رفتار استفاده از یک تکنولوژی اطلاعاتی، به وسیله قصد استفاده از آن سیستم خاص تعیین می‌شود و قصد استفاده نیز به نوبه خود به وسیله میزان مفید بودن تکنولوژی موردنظر از دیدگاه استفاده‌کننده و سهولت



شکل (۳) نظریه پذیرش تکنولوژی (مون و همکاران، ۲۰۰۱)

عبارت است از درک فرد نسبت به افرادی که از نظر او دارای اهمیت هستند که چه نگرشی نسبت به سیستم جدید دارند. در این مدل متغیرهای خارجی که بر سودمندی ادراک شده و سهولت ادراک شده تأثیر می‌گذارند، مورد مطالعه قرار گرفت (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۳).

مدل پذیرش تکنولوژی تکامل یافته در زمینه بانکداری همراه نیز مورد تحقیق فرا گرفته است. یکی از نمونه‌های آن تحقیق وانگ و همکاران (۲۰۰۳) است. این افراد مدل تعدیل شده‌ای از مدل پذیرش تکنولوژی را برای بررسی عوامل تعیین‌کننده پذیرش بانکداری همراه مورد استفاده قرار دادند. این مدل در شکل زیر نشان داده شده است.

لازم به ذکر است، عواملی که بر پذیرش تکنولوژی‌های مختلف و فن‌آوری اطلاعات تأثیر می‌گذارند، برحسب تکنولوژی موردنظر، کاربران مورد بررسی و شرایط موجود متفاوت است (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۴).

یکی از مزیت‌های مهم پذیرش تکنولوژی برای درک رفتار استفاده از یک سیستم این است که این مدل چارچوبی را جهت بررسی تأثیر متغیرهای خارجی بر استفاده از تکنولوژی موردنظر ارائه می‌دهد (اسفندیاری، ۱۳۹۴).

– مدل تکامل یافته پذیرش تکنولوژی

در تکمیل مدل پذیرش تکنولوژی، عامل هنجار درونی را به‌عنوان عامل پیش‌بینی‌کننده رفتار کاربران در مدل پذیرش تکنولوژی تکامل یافته در نظر گرفته شده و مفهوم هنجار درونی



شکل (۴) نظریه پذیرش بانکداری همراه مدل تعدیل شده (مون و همکاران، ۲۰۰۱)

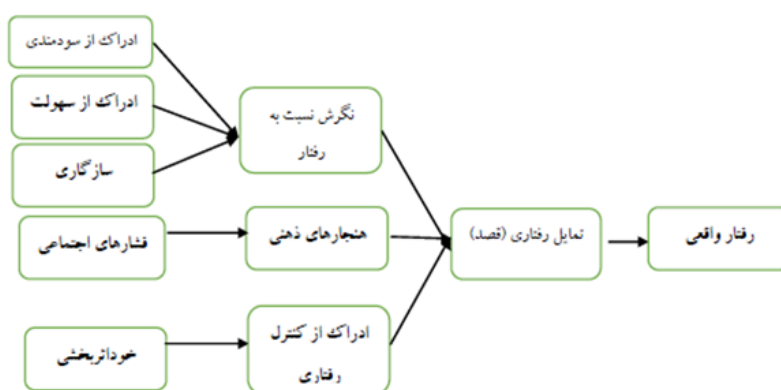
اثربخشی می‌توان کنترل و بررسی نمود، (آسوشه و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۶).

تیلور و ناد در ۱۹۹۵ اذعان نمودند که درک بهتر رابطه بین سازه‌های باور و پیش‌بینی کننده‌های نیت، نیاز به تجزیه باورهای نگرشی دارد. تیلو و تاد (۱۹۹۵) نشان می‌دهند که مدل تجزیه‌شده قدرت توصیف‌کنندگی بهتری نسبت به مدل رفتار برنامه‌ریزی‌شده خالص و تئوری رفتاری مدل دارد. تیلور و تاد همچنین تأکید می‌نمایند که بر مبنای تئوری نشر نوآوری، باور نگرشی سه ویژگی برجسته از یک نوآوری که بر پذیرش نفوذ می‌گذارد را دربر دارد که عبارت‌اند از: مزیت نسبی، پیچیدگی و سازگاری (امیری و همکاران، ۱۳۹۰). همان‌طور که اشاره شد در مدل تجزیه‌شده رفتار برنامه‌ریزی‌شده علاوه بر تجزیه نگرش به سازه‌های مختلف، هنجارهای ذهنی و ادراک از کنترل‌های رفتاری نیز به ابعاد خاص تجزیه شدند. این مدل یک روش کامل برای ادراک چگونگی تأثیر نگرش، هنجارهای ذهنی و ادراک از کنترل رفتاری یک فرد بر نیت او برای استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی ارائه می‌نماید، (فتحیان و میر شفیعیان، ۱۳۸۷: ۱۹).

این محقق بجای متغیرهای خارجی در مدل اولیه از متغیرهای خود اثربخشی از کامپیوتر استفاده کرده است و یک متغیر دیگر با عنوان ادراک از امنیت نیز به مدل اضافه کردند. بنا بر نظر این محققین علاوه بر سهولت ادراک‌شده و سودمندی ادراک‌شده، نیت و تمایل استفاده از خدمات بانکداری همراه تحت تأثیر امنیت درک شده مشتریان از این سیستم‌ها است. امنیت درک شده ناظر بر درک افراد از امنیت و حفظ حریم شخصی آن‌ها در مبادلات بانکی همراه است (وانگ و همکاران، ۲۰۰۳).

- نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده

در نظریه تجزیه رفتار برنامه‌ریزی شده محققان عقیده دارند که پیش‌زمینه‌های نیت در تئوری رفتار برنامه‌ریزی‌شده، یعنی همان نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری مفاهیمی چندبعدی هستند، مفاهیمی تک‌بعدی و با تمرکز روی این عوامل و مدیریت مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن، رفتار پذیرش را به‌طور



شکل (۵) مدل تئوری تجزیه‌شده رفتار برنامه‌ریزی‌شده (قیاسی و همکاران، ۱۳۹۲)

مصرف‌کنندگان و ادراک آن‌ها از فن‌آوری، تأثیر معناداری بر رفتار مصرف‌کننده در استفاده از این خدمات دارد. با توجه به مدل‌های پذیرش فن‌آوری سه عامل اصلی وجود دارد که

به‌رغم تفاوت‌های موجود بین این مدل‌ها، از لحاظ ساختاری ویژه و روابط مفروض در هر یک، وجوه مشترکی نیز بین آن‌ها وجود دارد، به‌طوری‌که در تمام مدل‌های مذکور باور

پذیرش فن‌آوری را تحت تأثیر قرار می‌دهد، (شاگری، ۱۳۸۶: ۵۲).

این عوامل عبارت‌اند از:

- هنجارهای ذهنی

به فشار اجتماعی درک شده توسط فرد برای انجام یا عدم انجام رفتار هدف اشاره دارد. افراد غالباً بر مبنای ادراکاتشان از آنچه که دیگران فکر می‌کنند باید انجام دهند عمل می‌کنند و قصد آن‌ها جهت پذیرش رفتار به صورت بالقوه، متأثر از افرادی است که ارتباطات نزدیکی با آن‌ها دارند، (فراهانی، ۱۳۸۶: ۳۷).

- نگرش

به‌عنوان احساس مثبت یا منفی درباره انجام رفتار هدف تعریف شده است. نگرش فردی نسبت به رفتار، حاصل ضرب باورهای نگرشی (احتمال ذهنی فرد در مورد اینکه انجام رفتار هدف، نتیجه موردقبول را به دنبال خواهد داشت) در ارزیابی آن پیامدها (پاسخ ارزیابانه صریح نسبت به نتیجه) است، (حمیدی زاده و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۰).

- کنترل رفتاری

عبارت است از درجه‌ای از احساس فرد در مورد اینکه انجام یا عدم انجام یک رفتار تا چه حد تحت کنترل ارادی وی است. در واقع باورهای هنجاری و انگیزه تحقق انتظارات هنجاری دیگران در هنجار ذهنی نمود پیدا می‌کند و باورهای کنترلی نیز کنترل رفتاری ادراک‌شده را تعیین می‌کنند (اعلایی و همکاران، ۱۳۹۵).

۳- ریسک در بانکداری الکترونیک

صنعت بانکداری در جهان در حال تغییرات مداوم و توسعه است و با گسترش بانکداری الکترونیکی ثبت اطلاعات تراکنشی راحت‌تر شده است و حجم داده‌ها به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای در حال رشد است. به دلیل حجم بالای تسهیلات بانکی، احتمال ریسک نیز افزایش یافته است. در واقع ریسک در ذات فعالیت‌های بانکی نهفته است و عملاً حذف ریسک از عملیات بانکداری غیرممکن به نظر می‌رسد

(جماعت و عسگری، ۱۳۸۹). ریسک به معنی امکان وقوع یک خسارت و زیان اعم از مالی یا غیرمالی در نتیجه‌ی انجام یک فعالیت است. ریسک در هر حیطه‌ای قابلیت مطرح‌شدن دارد که یکی از مهم‌ترین این حیطه‌ها، بانک‌ها هستند که به علت اهمیت به سزایی که در نظام اقتصادی دارند موردتوجه خاص قرار می‌گیرند، (توکل و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱).

ماهیت ریسک در نظام بانکداری، به دلیل تعداد و تنوع عملیات بانکی، وضعیت سرمایه‌ی بانک و محدودیت میزان آن، حفظ منافع سهام‌داران بانک و سپرده‌گذاران و وضعیت منافع سپرده‌گذاران و فراوانی آن کاملاً متفاوت از ریسک در دیگر واحدهای اقتصادی است (طوسی و رستمیان، ۱۳۹۵).

منظور از ریسک هر نوع وقایعی است که می‌توانند به‌نوعی تأثیری منفی بر سرمایه و درآمدهای بانکی داشته باشند. باتوجه‌به افزایش حجم پردازش (چه در تعداد و چه در مبلغ)، احتمال ریسک افزایش یافته و از طرف دیگر کنترل‌هایی که بر روی معاملات وجود داشته کاهش می‌یابد (یوسفی و اسماعیلی، ۱۳۸۶).

ریسک، عنصر اجتناب‌ناپذیر در تجارت دنیاست و می‌توان آن را علت نتیجه‌گیری‌های معکوس یک فرآیند یا پروژه در نظر گرفت. ریسک از عدم وجود اطمینان ناشی می‌شود که در طول عمر سازمان همواره حضور دارد و کاملاً واضح است که ریسک را نمی‌توان به‌طور کامل از بین برد بلکه می‌توان آن را با آینده‌نگری کاهش داد و یا به‌درستی مدیریت کرد و هدایت نمود؛ بنابراین ریسک به‌طور غیرقطعی قابل‌سنجش و اندازه‌گیری است. ریسک بر بسیاری از عوامل درگیر در تجارت تأثیر می‌گذارد، به‌طور مثال بر منابع، محصولات، سرویس‌ها، مشتریان و سایر سازمان‌های همکار، همچنین تأثیرات، شامل جامعه و محیط‌های تجاری آن نیز می‌شود (ترابی و زمانی، ۱۳۹۲).

مؤسسه‌ی استاندارد بریتانیا، ریسک را احتمال یا فراوانی وقوع یک خطر معین تعریف کرده است (خاتمی فیروزآبادی، ۱۳۹۳).

نقاط ضعف آشنا هستند که به یک تهدید امنیتی بالقوه در یک محیط با کنترل ضعیف تبدیل شده است. آن‌ها می‌توانند به دست آوردن داده‌های احراز هویت به‌منظور دسترسی به حساب‌های مشتریان که باعث ضرر به بانک می‌شود را مدیریت کنند، مگر در مواردی که به‌طور ویژه محافظت می‌شوند. تمام داده‌ها و اطلاعاتی که بر روی اینترنت انتقال می‌یابند توسط افراد غیرمجاز دیده یا خوانده می‌شوند (Zarei, 2011; Amtul, 2011).

- ریسک حریم خصوصی

طبق تعریفی که کمیته‌ی بال از ریسک عملیاتی ارائه کرده است، این ریسک عبارت از: زیان ناشی از فرآیندهای داخلی نامناسب، وقایع خارجی، اشتباهات سیستمی و خطاهای انسانی است (داوری و پهلوانی، ۱۳۸۸). ریسک عملیاتی به‌عنوان یک ریسک معاملاتی، رایج‌ترین نوع ریسک مرتبط با بانکداری اینترنتی است. آن ناشی از پردازش نادرست تراکنش‌ها، اجرایی نبودن قراردادهای، قطعی‌های سیستم، به خطر انداختن یکپارچگی داده‌ها، عدم حفظ حریم خصوصی داده و محرمانگی، دسترسی‌های غیرمجاز، نفوذ به سیستم‌های بانکی و معاملات و غیره است. این ریسک‌ها می‌تواند ناشی از ضعف در طراحی، پیاده‌سازی و نظارت بر سیستم‌های اطلاعات بانکی باشد. در کنار نقص‌های فن‌آوری، عوامل انسانی مانند سهل‌انگاری توسط مشتریان و کارکنان، فعالیت‌های جعلی کارکنان و کراکرها و هکرها می‌تواند منبع بالقوه‌ی ریسک عملیاتی باشد. اغلب تفاوت ظریفی بین ریسک عملیاتی و ریسک امنیتی وجود دارد و هر دو واژه بجای هم استفاده می‌شوند (Zarei, 2011).

عامل ریسک عملیاتی در شکل‌دهی به وضعیت و ساختار ریسک کل یک مؤسسه‌ی مالی تأثیر فراوانی دارد. گسترش کاربرد تکنولوژی‌های پیشرفته، توسعه‌ی تجارت الکترونیک، رشد پدیده‌ی ادغام باهدف ایجاد سیستم‌های یکپارچه و افزایش استفاده از شیوه‌های مدیریت مالی در تأمین منابع، همه

ریسک در بانکداری الکترونیک یعنی در یک معامله‌ی برخط ویژه، توسط کاربر بانکداری الکترونیک زیان‌های قابل‌انتظاری صورت بگیرد. باوجود منافع مطمئنی که بانکداری الکترونیک به مشتریان ارائه می‌دهد، ریسک‌هایی نیز در پی دارد (حسین زاده و قدک فروشان، ۱۳۹۱).

- ریسک امنیتی

اینترنت یک شبکه‌ی عمومی از کامپیوترها است که جریان داده و اطلاعات را تسهیل کرده و دسترسی نامحدود به داده‌ها دارد. بانک‌ها برای استفاده از این واسطه به‌منظور معاملات مالی باید تکنولوژی و سیستم‌هایی با یک محیط امن برای چنین معاملاتی فراهم کنند. ریسک امنیتی به‌عنوان دسترسی غیرمجاز به اطلاعات بحرانی بانک مانند سیستم حساب، سیستم مدیریت ریسک و غیره مطرح می‌شود. به‌عنوان مثال، هکرها می‌توانند عملیاتی از طریق اینترنت انجام دهند و به اطلاعات محرمانه‌ی مشتری دسترسی داشته و از آن استفاده کنند و همچنین ویروس تکثیرکننده. نتیجه‌ی این کار، از دست دادن اطلاعات، سرقت و یا دست‌کاری اطلاعات مشتری، غیرفعال کردن یک بخش مهم از سیستم کامپیوتری داخلی بانک است که باعث نقض خدمات و هزینه‌ی تعمیرات و غیره می‌شود. خطرات مرتبط دیگر، از دست دادن شهرت، نقض حریم خصوصی مشتریان و پیامدهای قانونی هستند؛ بنابراین کنترل دسترسی از اهمیت زیادی برخوردار است. دسترسی به سیستم‌های بانکی در محیط اینترنت پیچیده‌تر شده است، (ارجمند نژاد، ۱۳۸۳: ۱۶).

مهاجمان می‌توانند هکرها، فروشندگان فاقد اصول اخلاقی، کارمندان ناراضی یا حتی جستجوگران هیجان باشند. همچنین در یک محیط شبکه، امنیت به ضعیف‌ترین حلقه‌ی آن محدود است؛ بنابراین ضروری است بانک‌ها یک ارزیابی بحرانی از همه‌ی سیستم‌های مرتبط داشته باشند و کنترل دسترسی را در مکان هر یک از سیستم‌ها انجام دهند. علاوه بر حملات خارجی، بانک‌ها در معرض ریسک امنیتی منابع داخلی مانند کلاهبرداری کارمندان هستند. کارمندان با سیستم‌های مختلف و

دیگر را نیز تهدید می‌کند و امنیت کلی سیستم‌های بانکداری زیر سؤال می‌رود (حسین زاده و قدک فروشان، ۱۳۹۱).

نتیجه‌گیری

در مطالعه حاضر ۱۶ پژوهش مورد بررسی قرار گرفتند که نتایج حاکی از بانکداری الکترونیک است. استفاده از اصول مدیریت بحران برای کاهش ریسک انجام فعالیت‌های بانکداری الکترونیک است. با وجود مزایایی که بانکداری الکترونیک برای مشتریان، کارمندان و مدیران بانک دارد، ریسک‌هایی نیز در پی دارد؛ بنابراین ضروری است که برای مدیریت ریسک‌های بانکداری الکترونیک راهکارها و روش‌های کاهش ریسک مانند مفهوم مدیریت بحران بکار رود. ریسک‌های اصلی شناسایی شده در ارتباط با بانکداری الکترونیک شامل ریسک امنیتی، ریسک حریم خصوصی، ریسک عملیاتی، ریسک شهرت، ریسک قانونی و ریسک استراتژیک است. در مرحله دوم، مدل مفهومی تحقیق با استفاده از اصول مدیریت بحران برای کاهش ریسک‌های فعالیت‌های بانکداری الکترونیک ارائه شده است، سهولت استفاده ادراک شده تأثیر بیشتری نسبت به دیگر مؤلفه‌های بانکداری الکترونیک بر مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک دارد. با این حال، پرداختن به متغیرهای بانکداری الکترونیک، تصمیمات مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک و به‌کارگیری اصول مدیریت بحران در کاهش ریسک بانکداری الکترونیک ضروری به نظر می‌رسد.

منابع و مأخذ

۱. ابراهیم پور، علیرضا؛ خلیلی، مهدی و محمدرحیمیان. (۱۳۹۵). «بررسی رابطه مشتری مداری و مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک»، همایش‌های بین‌المللی بیمه و توسعه، دوره ۲۱، پژوهشکده بیمه.
۲. اسفندیاری، محمد. (۱۳۹۴). «بررسی پروتکل‌های امنیتی تبادل داده در فضای مجازی». کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مهندسی، علوم و تکنولوژی، ترکیه.
۳. اسماعیل نژاد آهنگرانی، مجید. (۱۳۹۱). «اصول و مفاهیم مدیریت ریسک». انتشارات روابط عمومی بانک سینا.

باعث افزایش ریسک‌های عملیاتی شده است (اسماعیل نژاد آهنگرانی، ۱۳۹۱).

- ریسک شهرت (اعتباری)

حوزه فعالیت‌های بانکی به‌گونه‌ای است که ریسک‌های متنوعی را معطوف عملیات بانکی می‌سازد. همچنین بانک، اصلی‌ترین نهاد فعال در زمینه‌ی ارائه‌ی اعتبار است که خود باعث شده است تا فعالیت بانک‌ها با ریسک اعتباری مواجه شود. ریسک اعتباری یکی از ریسک‌هایی است که بانک با آن روبه‌رو است. عدم مدیریت صحیح این ریسک و کنترل آن، بانک را دچار بحران و ورشکستگی می‌کند و از آنجایی که بانک یک نهاد تأثیرگذار در سیستم اقتصادی هر کشوری است، این بحران‌ها، کل سیستم اقتصادی و اجتماعی را دچار مشکل می‌کند (میر غفوری و عاشوری، ۱۳۹۴).

ریسک شهرت یا اعتباری برای بانک‌هایی که از اینترنت استفاده می‌کنند زیاد است. اینترنت، انتشار سریع اطلاعات را ممکن می‌سازد. به این معنا که هر حادثه‌ای به‌طور سریع در اینترنت منعکس می‌شود و به اطلاع بسیاری از افراد می‌رسد. سرعت اینترنت به‌طور قابل توجهی زمان پاسخگویی را هم برای بانک‌ها و هم برای استفاده‌کنندگان کاهش می‌دهد. بانک‌ها باید اطمینان حاصل کنند که فرآیندهای مدیریت بحران توانایی مقابله با حوادث مرتبط با اینترنت را دارد. ریسک شهرت ممکن است زمانی که سیستم‌ها یا محصولات آن‌گونه که انتظار می‌روند کار نکنند، به وجود آید و باعث واکنش منفی گسترده‌ای شود. ریسک شهرت ممکن است در مواردی که به مشتریان اطلاعات کافی درباره‌ی روش استفاده از محصول، داده نشده هم به وجود آید. اگر در دسترس به‌حساب مشتریان اختلالی به وجود آید، بانک با ریسک شهرت روبه‌رو می‌شود. خطر حمله‌ی هکرها به سایت بانک و نفوذ در اطلاعات آن نیز باعث ریسک شهرت می‌شود. ریسک شهرت تنها یک بانک خاص را تهدید نمی‌کند بلکه برای کل سیستم بانکداری یک تهدید محسوب می‌شود. اگر یکی از بانک‌ها با ریسک شهرت مواجه شود، این ریسک بانک‌های

۴. اعلائی، مهدی، حاجی آقائی کشتلی، مصطفی، عموزادخلیلی، حسین. (۱۳۹۵). «بررسی روش‌ها و شگردها در کلاهبرداری‌های نوین اینترنتی»، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در علوم مهندسی، تهران.
۵. ترابی، مهنوش، زمانی، کرشنا. (۱۳۹۲). «بررسی اعتماد و امنیت در تجارت الکترونیک و ریسک‌ها و تهدیدهای موجود در آن»، همایش ملی مهندسی کامپیوتر و توسعه پایدار با محوریت شبکه‌های کامپیوتری، مدل‌سازی و امنیت سیستم‌ها، مشهد، موسسه آموزش عالی خاوران.
۶. جماعت، علی، عسگری، فرید. (۱۳۸۹). «مدیریت ریسک اعتباری در سیستم بانکی با رویکرد داده‌کاوی» نشریه مطالعات کمی در مدیریت، دوره ۱، شماره ۳، ص ۱۲۶-۱۱۵.
۷. حسین زاده شهری، معصومه، قددک فروشان، مریم. (۱۳۹۱). «اولویت‌بندی ریسک‌های بانکداری الکترونیکی از دیدگاه مدیران بانک‌های دولتی و خصوصی»، پژوهش‌های مدیریت منابع سازمانی، دوره ۲، شماره ۴.
۸. خاتمی فیروزآبادی، سید محمدعلی. (۱۳۹۳). «ارزیابی و انتخاب تأمین‌کنندگان برون‌مرزی با تأکید بر شاخص‌های ریسک»، نشریه مدیریت تولید و عملیات، بهار و تابستان، دوره پنجم، ص ۷۰ - ۵۳.
۹. داوری، مجید رضا، پهلوانی قمی معصومه. (۱۳۸۸). «مدیریت ریسک عملیاتی در بانک‌های تجاری»، نشریه پژوهشنامه اقتصادی، ویژه‌نامه بانک، شماره ششم، ص ۳۱ - ۱۵.
۱۰. سپهوند، رضا، بهداد فر، مسعود، عارف نژاد، محسن. (۱۳۹۴). «بررسی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر ریسک عملیاتی بانکداری الکترونیکی در بانک مسکن»، دو فصلنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد، سال بیست و دوم، شماره ۶.
۱۱. طوسی، ع. رستمیان، ر. ۱۳۹۵، «ریسک و تأمین مالی در بانکداری اسلامی مروری بر بانک‌های ایران و مالزی». چهارمین کنفرانس بین‌المللی مهندسی و علوم انسانی، اکرین.
۱۲. میر غفوری، سید حبیب‌الله، امین عاشوری، زهره. (۱۳۹۴). «ارزیابی ریسک اعتباری مشتریان بانک‌ها»، دو فصلنامه علمی پژوهشی کاوش‌های مدیریت بازرگانی، سال هفتم، شماره - ۱۳، ص ۱۶۶ - ۱۴.
۱۳. یوسفی، م. اسماعیلی، ج. ۱۳۸۸، «مدیریت ریسک در بانکداری الکترونیک و چالش‌های آن در ایران». نخستین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیک، اردیبهشت، تهران.
۱۴. عباسی نژاد حسین و مهنوش مینا. (۱۳۸۸). «بانکداری الکترونیکی»، تهران، انتشارات سمت، چاپ اول.
۱۵. خوش‌سیمما، رضا؛ شهیکی تاش. (۱۳۹۱). «تأثیر ریسک‌های اعتباری، عملیاتی و نقدینگی بر کارایی نظام بانکی ایران»، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی و بودجه، سال هفدهم، شماره ۴.
۱۶. صفری، سعید و سلیمانی، رضا. (۱۳۹۰). «تحلیل مدیریت ریسک عملیاتی نظام بانکداری الکترونیک با استفاده از رویکرد خودارزیابی»، دو ماهنامه علمی پژوهشی دانشور رفتار دانشگاه شاهد، سال هجدهم، شماره ۱-۴۷.
۱۷. آسوشه، عباس؛ دیواندری، علی؛ کرمی، امیر؛ یزدانی. حمیدرضا. (۱۳۸۸). «شناسایی عوامل حیاتی موفقیت در مدیریت ریسک برون‌سپاری سیستم‌های اطلاعاتی در بانک‌های تجاری ایران»، نشریه مدیریت فناوری اطلاعات، دوره یک، شماره سه، ص ۸۸، ص ۳-۱۸.
۱۸. فتحیان، محمد؛ میر شفیعیان، حمیدرضا. (۱۳۸۷). «بررسی نقش مدیریت ارشد در توسعه مدیریت ریسک بانکداری الکترونیکی»، دومین اجلاس جهانی بانکداری الکترونیکی.
۱۹. شاکری، عبدالله. (۱۳۸۶). «پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بررسی عوامل حیاتی موفقیت در پیاده‌سازی بانکداری الکترونیک در ایران»، دانشگاه تربیت مدرس.
۲۰. فراهانی، سمیه. (۱۳۸۶). «پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بررسی و ارزیابی رویکردهای انتقال از بانکداری سنتی به بانکداری الکترونیک در ایران و ارائه یک رویکرد مناسب مطالعه موردی بانک پارسیان»، دانشگاه تهران.

وفاداری مشتریان (مورد مطالعه: شعب بانک اقتصاد نوین شهرستان شیراز) دو فصلنامه علمی- پژوهشی دانشگاه شاهد، سال بیست و یکم، دوره جدید شماره ۳، ص ۴۹-۶۰.

۲۴. ارجمند نژاد، عبدالمهدی. (۱۳۸۳). «اقدامات مؤثر برای مدیریت و نظارت بر ریسک عملیاتی» مدیریت کل نظارت بر بانکها و مؤسسات اعتباری، اداره مطالعات و مقررات بانکی.

۲۲. حمیدی زاده، محمدرضا؛ قره چلی، منیژه؛ عبد الباقی، عبدالمجید. (۱۳۸۶). «بررسی عوامل زمینه ساز، چالش ها و تنگناهای توسعه بانکداری الکترونیک»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی «ویژه مدیریت» سال هفتم، شماره بیست و هفتم، ص ۳۵-۵۴.

۲۳. توکل، نجمه؛ سرداری، احمد؛ قاضی زاده، مصطفی. (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی بر تبلیغات دهان به دهان با تأکید بر نقش واسطه گری رضایت و

25. Ghalandari, K. (2013). The Role of Customers' Individual and Firms' Business Level Factors in the Influence of E-retailing Attribute on E-satisfaction and Eloyalty of Iranian Customers in Purchase Online. *Life Science Journal*, 10(3s), 926- 936.

26. Senarathna, R. & Wickramasuriya, H. (2011). Organizational Factors Affecting E-commerce Adoption in Small and Medium-Sized Enterprises. *Tropical Agricultural Research*, 22(2), 204-210.

27. Jahromi, A. S. S, Ahmadi, E. Fakhravari, F. & Adibi, P. M. (2011). The Examination Electronic Services Quality of Sina Bank with E-SERVQUAL Model in Shiraz Branches. *InterMELLI Conference on Advancements in Electronics and Power Engineering*, (pp. 78-82).

28. Samadipour, R. Khoshakhlagh, A. & Rezgi Shirsavar, H. (2015). Evaluation of the Effects of Satisfaction and Website Usability in Developing Customer Loyalty, Efficiency, and Positive Word-of-mouth in the E-banking Services (Case Study: Tejarat Banks). *Quarterly Journal of Productivity Management*, 9(34), 91-110.

29. Suleiman, G. P. Mat, N. K. N. Adesiyani, O. I. Mohammad, A. S. & Alekam, J. (2012). Customer Loyalty in E-banking: a Structural Equation Modelling (SEM) Approach. *American Journal of Economics (Special Issue)*, 55-59.

30. Luarn, P. & Lin, H. H. (2003). A Customer Loyalty Model for E-service Context. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(4), 156-167.

31. Hamadi, C. (2011). The Moderating Role of Need for Personal Interaction in the

Relationship between E-quality, E-satisfaction and Commitment "Case of Moroccan E-banking Users". *IBIMA Business Review*, 2011, 11 Pages.

32. Grabner-Kräuter, S. & Faullant, R. (2008). Consumer Acceptance of Internet Banking: the Influence of Internet Trust. *InterMELLI Journal of Bank Marketing*, 26(7), 483-504.

33. Floh, A. & Treiblmaier, H. (2006). What Keeps the E-banking Customer Loyal? a Multigroup Analysis of the Moderating Role of Consumer Characteristics on E-loyalty in the Financial Service Industry. *Journal of Electronic Commerce Research*, 7(2), 97-110.

34. Luarn, P. & Lin, H. H. (2003). A Customer Loyalty Model for E-service Context. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(4), 156-167.

35. Abbasi, E. & Rajabi Myandareh, A. A. (2015). A survey of E-loyalty effective factors and barriers to E-banking services in private banks customers in Golestan province. *Journal of Business Management*, 6(4), 827-844.

36. Auta, E. M. (2010). E-banking in Developing Economy: Empirical Evidence from Nigeria. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 5(2), 212-222.

37. Kirakosyan, K. & Dănăiață, D. (2014). Communication Management in Electronic Banking. Better Communication for Better Relationship. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 124, 361-370.

38. Yee, B. Y. & Faziharudean, T. M. (2010). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 2010(2010), 21.

39. Agarwal, R. & Karahanna, E. (2012). "Time flies when you're having fun: cognitive

- absorption and beliefs about information technology usage", MIS Quarterly, 24 (6), pp. 665-694.
40. Zarei, Sh. (2011). Risk Management of Internet Banking. International Conference on Artificial Intelligence, Knowledge Engineering and Data Bases. AIKED'11.
41. Amtul, Fatima. (2011). E-Banking Security Issues – Is There A Solution in Biometrics? Journal of Internet Banking and Commerce, August 2011, vol. 16, no.2.
42. Abbasi Aabkhare, A. Mahmoud Alilo, B. & Abedini. E. (2013). Advantages and Disadvantages of E-Banking and Commerce. Life Science Journal 2013; 10(4s).
43. Barraclough, P.A. Hossain, M.A. Tahir, M.A. Sexton, G. & Aslam, N. (2013). Intelligent phishing detection and protection scheme for online transactions. Expert Systems with Applications 40 (2013) 4697–4706. Elsevier.
44. Zhou, T. (2011). "An empirical examination of initial trust in mobile banking", Internet Research, 21 (5), pp. 527–540.
45. Goyal vishal & U.S.Pandey & Batra Sanjay " Mobile Banking in India: Practices, Challenges and Security Issues" InterMELLI Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering, Volume 1, No.2, 2012, PP.
46. Abaenewe, Z. C. Ogbulu, O. Maxwell, & Ndugbu, M. O. (2013). Electronic banking and bank performance in Nigeria. West African Journal of Industrial and Academic Research, 6(1), 171-187.
47. Jahromi, A. S. S, Ahmadi, E. Fakhravari, F. & Adibi, P. M. (2011). The Examination Electronic Services Quality of Sina Bank with E-SERVQUAL Model in Shiraz Branches. InterMELLI Conference on Advancements in Electronics and Power Engineering, (pp. 78-82).