

## رتبه‌بندی عوامل موفقیت کاربرد بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد

### شهرستان خرم‌آباد با استفاده از تحلیل AHP

محسن دریکوند<sup>۱</sup>، صمد زارعی ماسوری<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۱۰

#### چکیده

امروزه بانکداری الکترونیکی به‌عنوان یک کانال جدید در نقل و انتقال بانکی اکثر بانک‌های ایران ارائه می‌شود. این کانال بانکداری یک مسیر اطلاعاتی و تبدیلی به‌حساب می‌آید؛ که هنوز در ایران آن‌طور که انتظار می‌رود مورد استقبال قرار نگرفته بدین منظور ضروری به نظر می‌رسد که راهکارهای موفقیت بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گیرد؛ بنابراین هدف از این پژوهش اولویت‌بندی عوامل موفقیت کاربرد بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد شهرستان خرم‌آباد است. این تحقیق از نوع روش توصیفی می‌باشد و جامعه آماری کلیه کارکنان بانک مهر اقتصاد شهرستان خرم‌آباد می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از دو روش مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است؛ و روش پژوهش به کار گرفته شده تحلیل سلسله مراتبی AHP است. نتایج تحقیق نشان داد که عامل موفقیت بازمهندسی فرایندها به‌عنوان مهم‌ترین عامل موفقیت شناخته شد. همچنین بر اساس نتایج این تحقیق مهم‌ترین عوامل موفقیت بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد شهرستان خرم‌آباد از دیدگاه کارشناسان بانکی عبارت‌اند از بازمهندسی فرایندها، امنیت سیستم، داشتن وب‌سایت‌های غنی و ارائه‌ی خدمات خوب به مشتریان.

**کلمات کلیدی:** بانکداری الکترونیک، عوامل موفقیت بانکداری الکترونیک، تحلیل سلسله مراتبی

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد اقتصاد گرایش انرژی، دانشگاه شیراز، ایران

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد اقتصاد گرایش انرژی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الیگودرز، ایران

## ۱. مقدمه

توسعه دسترسی به شبکه گسترده جهانی اینترنت انقلابی را در زمینه ارتباطات یک‌به‌یک و یک‌به‌چند در همه نقاط دنیا ایجاد کرده است. به‌جرئت می‌توان گفت که جهان هیچ‌گاه شاهد چنین شتابی برای استفاده از یک پدیده علمی نبوده است. دسترسی تعداد زیادی از مردم به شبکه جهانی اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیک بین افراد و سازمان‌های مختلف از طریق دنیای مجازی، بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است که تجارت و بانکداری الکترونیک را می‌توان از تبعات گسترش و نفوذ آن دانست. با در نظر گرفتن اهمیت اطلاعات در بانکداری، عجیب نیست که بگوییم بانک‌ها از اولین استفاده‌کنندگان فناوری‌های خودکار پردازش اطلاعات می‌باشند. ارائه خدمات مختلف در بازار الکترونیکی و سهولت دستیابی به اطلاعات موردنیاز، زمینه‌ساز اصلی بانکداری الکترونیک بوده است (مقدسی، ۱۳۸۷).

یکی از مصادیق تجارت الکترونیک بانکداری الکترونیک هست. بانکداری الکترونیک ارائه خدمات بانکی از طریق شبکه رایانه‌ای عمومی است که نتیجه آن دقت، سرعت، حذف هزینه‌ها و کاهش عملیات داری زائد و تکراری است. اهمیت و گسترش سریع بانکداری الکترونیکی و انجام مبادلات بانکی بین کشورها به ایجاد مبادلات مالی بین‌بانکی در سطح جهان منجر شده است از این رو در سالهای اخیر کانالهای الکترونیکی برای ارائه خدمات و محصولات بانکی به طور فزاینده‌ای رایج شده است که با پیشرفت نظام بانکداری و در کنار آن توسعه سازمانها و ادارات دولتی مشکلاتی را در زمینه تبادلات مالی و پولی الکترونیکی از طریق شبکه بانکی به وجود آورده که خود مساله‌ای قابل تامل است (قلی زاده و قجری، ۱۳۹۳).

بانکداری الکترونیک، استفاده از بسترهای الکترونیکی برای انجام امور بانکی است و از لحاظ تاریخی مختص به زمان حال نیست. زیرا نخستین بار در دهه ۱۸۷۰ میلادی از تلگراف برای مبادله منابع از یک نقطه به نقطه دیگر استفاده شد که به اعتقاد محققان این روش به‌عنوان سرآغاز شیوه جدید مبادلات به‌طور غیر فیزیکی محسوب می‌شود و در دهه ۱۹۶۰ مبادله الکترونیکی به‌طور گسترده مورد استفاده قرار گرفت و دستاوردهای این نوع مبادله، تمایل را برای کاربرد بیشتر مبادلات الکترونیکی و دروازه‌ای را برای ورود مبادلات دیجیتال به شکل

امروزی گشود. بانکداری الکترونیک به ارائه خدمات بانکی از طریق شبکه رایانه‌ای عمومی گفته می‌شود که از امنیت بالایی برخوردار هست و یکی از مهم‌ترین دستاوردهای بانکداری الکترونیک، حذف محدودیت‌های مکانی و زمانی است. مشتریان این توانایی را دارند که بدون حضور و محصور بودن در یک نظام زمان‌بندی خاص اداری و به دور از محدودیت مکانی بسیاری از کارهای بانکی خود را انجام دهند؛ بنابراین مساله اصلی پژوهش رتبه‌بندی عوامل موفقیت کاربرد بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد شهرستان خرم‌آباد می‌باشد.

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

خدمات بانکداری الکترونیکی منافع بی‌شماری را برای بانک‌ها و مشتریان فراهم می‌کند. اولین منفعت خدمات بانکداری الکترونیکی برای بانک‌ها عبارت است از شهرت و پاسخگویی به بازار است. بانک‌هایی که چنین خدماتی را ارائه نموده‌اند، به‌عنوان پیشگامان در اجرای فناوری شناخته شده‌اند. از این رو آن‌ها از یک حسن شهرت لذت می‌برند. منافع دیگر آن‌ها عبارت‌اند از امکان ارزیابی و اندازه‌گیری دوره‌های پولی، هدف اصلی هر مشتری حداکثر کردن سود برای صاحبان آن است و بانک‌ها نیز از این قاعده مستثنای نیستند، خدمات بانکداری الکترونیک، یک فرصت کامل برای حداکثر کردن سود است (بیک زاده و وزیر، ۱۳۸۷).

به طور کلی اهمیت بانکداری الکترونیک را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد.  
- با گسترش بانکداری الکترونیک در بین آحاد جامعه نیاز به استفاده از پول نقد کاهش می‌یابد.

- استفاده از پول الکترونیک، از امنیت بالاتری نسبت به حمل پول نقد برخوردار است.  
- رواج بانکداری الکترونیک، شناسایی و جلوگیری از فعالیت‌های پول‌شویی را تسهیل خواهد نمود.

- با کاربرد بانکداری الکترونیک، بخش عمده‌ای از هزینه‌های استهلاک اسکناس و مراجعه به بانک‌ها کاهش خواهد یافت.

- مدت زمان انجام تراکنش در بانکداری الکترونیک کمتر از حالت نسبی آن است.

- سرعت گردش پول در جامعه نیز افزایش می‌یابد.

همچنین از آنجایی که بانک مهر اقتصاد به عنوان یکی از بانک‌های خصوصی کشور با حجم انبوه مشتریان خود مواجه است، به لحاظ بالا بودن هزینه‌های عملیاتی بانک و صفوف طویل در پشت باجه‌های آن به نظر می‌رسد بانکداری الکترونیکی به عنوان یک ضرورت مطرح است نه یک انتخاب، تحقیق حاضر در راستای پیاده‌سازی هرچه بهتر این سیستم بانکداری به ارزیابی عوامل موفقیت بانکداری الکترونیک در این بانک از نظر کارشناسان می‌پردازد. شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موفقیت کاربرد بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد می‌تواند کارشناسان امر را در حوزه‌ی تصمیم‌سازی عملیاتی سازی عملیاتی بانک یاری دهد.

در تکمیل مطالب فوق لازم به ذکر است که حسن زاده (۱۴۰۰) به بررسی وضعیت پذیرش بانکداری الکترونیکی در بانک مسکن از سوی مشتریان: پژوهشی در بانک مسکن استان آذربایجان غربی پرداختند و نشان دادند که میزان کاربست "بانکداری الکترونیک" در بانک مسکن در حد "بالتر از میانگین" ارزیابی شده است.

دیواندری و دیگران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان ارائه‌ی مدل مفهومی برای تبیین عوامل کلیدی مؤثر بر کیفیت سیستم‌های ارائه‌دهنده‌ی خدمات بانکداری اینترنتی (پیمایشی پیرامون بانک ملت) انجام دادند. آنان بیان می‌کنند که با توجه به رشد تعداد استفاده‌کنندگان از خدمات بانکی اینترنتی، برای بازاریابان بانک‌ها الزامی است که درک بهتری از کاربران و مشتریان بانکداری اینترنتی داشته باشند. تنها از طریق این درک است که بازاریابان قادر به توسعه‌ی راهبردها و روش‌هایی برای جذب و حفظ مشتریان خواهند بود. بر اساس یافته‌ها و نتایج این پژوهش، پیشنهادهایی در مورد چگونگی طراحی سیستم‌های ارائه‌دهنده‌ی خدمات بانکداری اینترنتی ارائه شده است تا با در نظر گرفتن نیاز مشتریان در فرایند طراحی این دستگاه‌ها، امکان کسب مزیت رقابتی توسط بانک‌های ارائه‌دهنده‌ی خدمات اینترنتی فراهم شود.

هاشمیان و همکاران (۱۳۹۱)، عوامل مؤثر بر پذیرش ابزارهای بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان بانک را بررسی کرده‌اند و نتایج نشان می‌دهد که عوامل مفید بودن استفاده از نرم‌افزارهای سازگاری، سهولت استفاده و شرایط تسهیل‌کننده بر پذیرش هر چهار ابزار بانکداری الکترونیکی (کارت‌بانک، تلفن‌بانک، اینترنت بانک و موبایل بانک) تأثیر معناداری دارند. همچنین عامل خطرپذیری نیز در پذیرش موبایل بانک تأثیر معنادار دارد و در پذیرش

کارت بانک نسبت به اینترنت بانک و تلفن بانک تأثیر ناچیزی دارد که این امر تفاوت بین ابزار کارت بانکی و ابزارهای جدید بانکداری الکترونیکی (تلفن بانک، موبایل بانک و اینترنت بانک) را نشان می‌دهد.

اسفیدانی و دیگران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان بررسی و تحلیل تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک در نگهداشت مشتریان آنی شرکت‌های کارگزاری شهر تهران که بر مبنای ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک ارائه شده در مدل مفهومی شامل کارایی، دسترسی به سیستم، قابلیت اطمینان، امنیت/ حفظ حریم خصوصی و کیفیت/ محتوای اطلاعاتی، پرسشنامه‌ای باهدف سنجش سطح اعتماد، رضایت و وفاداری مشتریان آنی از خدمات الکترونیک طراحی و پیمایش شده است. نتایج نشان دهنده آن است که کیفیت خدمات الکترونیک ارائه شده در شرکت‌های کارگزاری اثر مثبت و معنی‌داری بر اعتماد، رضایت و وفاداری مشتریان آنی دارد.

وویچ ودو<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان ارزیابی امنیت بانکداری الکترونیک و همراه انجام دادند و به این موضوع پرداختند که بانکداری الکترونیک و موبایل امروزه در همه جا وجود دارد. تقریباً همه از آن به شکلی استفاده می‌کنند - معمولاً از طریق برنامه‌های تلفن همراه یا خدمات وب؛ و ابزارهای امنیتی پیشنهادی و پیاده‌سازی زیادی مانند کدهای پیامکی، توکنهای موبایل و غیره وجود دارد.

آنی‌تا سیونوا-شولسکا<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۲۱) چه چیزی باعث می‌شود مشتریان موبایل بانک به استفاده از این خدمات ادامه دهند؟ در این مقاله توصیه‌هایی در مورد بانکداری الکترونیک شده است که باعث می‌شود نگهداری مشتری را تضمین می‌کند.

ویتولد اشمیلارز، مارک زبوروفسکی<sup>۵</sup> (۲۰۲۰) به روش ترکیبی ارزیابی خدمات بانکداری الکترونیکی فردی در سال ۲۰۱۹. مورد لهستان پرداختند و از نتایج تحقیق برای تعیین رتبه‌بندی وب سایتهای بانکداری الکترونیک منتخب که خلاصه‌ای از نتایج هشت روش کاربردی است استفاده شد.

<sup>3</sup> Wojciech Wodo

<sup>4</sup> Anita Ciunova-Shuleska

<sup>5</sup> Witold Chmielarz and Marek Zborowski b

آرمند صالحو<sup>6</sup> و همکاران (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر امنیت و سهولت استفاده در کاهش مشکلات/نقص خدمات بانکداری الکترونیک پرداختند و نشان دادند که امنیت و سهولت استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی تأثیر منفی بر مسائل مربوط به خدمات بانکداری الکترونیکی دارد که بیانگر آن است که با افزایش امنیت و / یا سهولت استفاده، مشکلات آنها کاهش می‌یابد.

ترکمن (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای به روش اسنادی به شناسایی عوامل موفقیت مدیریت فرایند کسب و کار پرداخته است. بر اساس مطالعه، ایشان از هم‌ترازی استراتژیکی، سطح سرمایه‌گذاری، اندازه‌گیری عملکرد، سطح تخصص کارکنان، سیستم بهبود مستمر، استاندارد کردن فرایند، اتوماسیون و آموزش و توانمندسازی کارکنان به‌عنوان عوامل موفقیت نام برده است.

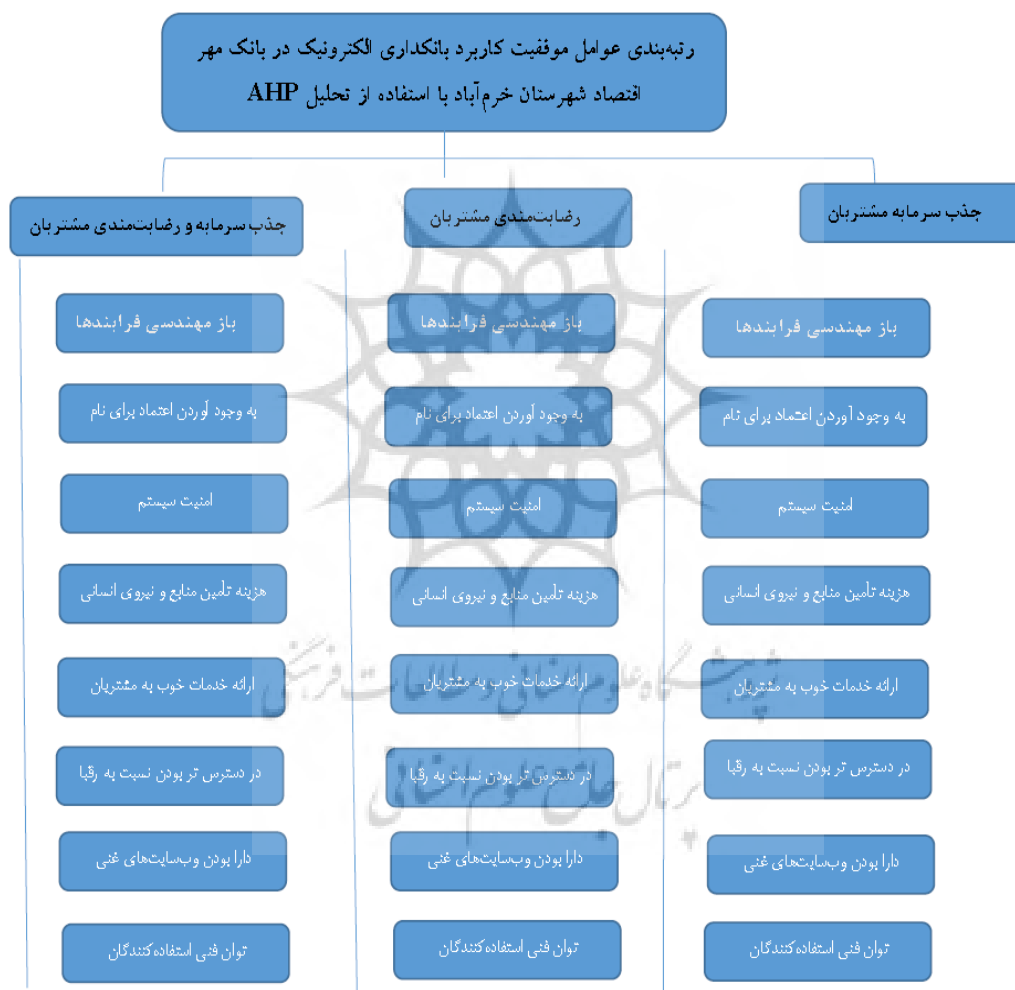
چن و همکاران (۲۰۱۰)، در تحقیق خود با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی به شناسایی مهم‌ترین عوامل موفقیت صنعت خدمات پرداختند. آن‌ها در پایان تحقیق خود بازار، استراتژی، مدل اجرایی/خدماتی، محصول رقابتی، کانال توزیع را به‌عنوان عوامل موفقیت معرفی کرده‌اند.

### ۳. روش تحقیق

روش تحقیق به کار گرفته شده در این تحقیق از نوع توصیفی است موضوع این تحقیق تعیین و رتبه‌بندی عوامل موفقیت بانکداری الکترونیکی در بانک مهر اقتصاد شهرستان خرم‌آباد است روش گردآوری داده در تحقیق حاضر بر اساس دو روش مصاحبه و پرسشنامه است. لازم به ذکر است که از مصاحبه برای مقایسه زوجی عوامل استفاده شده که این عوامل با توجه به مطالعات انجام شده و مصاحبه با کارشناسان و صاحب‌نظران انتخاب شده‌اند و در واقع پرسشنامه نهایی تدوین شده، نتیجه مصاحبه بوده و برای رتبه‌بندی عوامل و معیارها صرفاً از پرسشنامه استفاده شده است.

<sup>6</sup> Armend Salihu

ساده‌ترین حالت یک سلسله مراتب سه سطح است: هدف، معیارها و گزینه‌ها البته هر معیار خود می‌تواند به چندین زیر معیار تقسیم گردد. ساخت مدل از سطح صفر یا هدف شروع شده و به سمت سطوح پائین تر سلسله مراتب یعنی معیارها، زیر معیارها و گزینه‌ها توسعه می‌یابد. برای نشان دادن طرح کلی تحقیق ابتدا ساخت درخت سلسله مراتبی لازم است. بدین منظور درخت سلسله مراتب مورد نظر در این تحقیق در ذیل آورده شده است.



جدول (۱) تعداد کارشناسان منتخب به تفکیک شعب

شعب	مرکزی	توحید	۲۲ بهمن	مطهری	شهدا	علوی	شقایق

کارشناسان منتخب	۷	۱۴	۱۳	۶	۵	۸	۵
-----------------	---	----	----	---	---	---	---

روایی ابزار، از نوع روایی محتوا است. اعتبار محتوا نوعی اعتبار است که معمولاً برای بررسی اجزای تشکیل دهنده یک ابزار اندازه‌گیری به کار برده می‌شود. به عنوان مثال برای یک آزمون پیشرفت تحصیلی باید اعتبار محتوای آن را مورد نظر قرار داد. اعتبار محتوای یک ابزار اندازه‌گیری به سؤالاتی تشکیل دهنده آن بستگی دارد. اگر سؤالاتی ابزار معرف ویژگیها و مهارت‌های ویژه‌ای باشد که محقق قصد اندازه‌گیری آن‌ها را داشته باشد، آزمون دارای اعتبار محتوا است. برای اطمینان از اعتبار محتوا، باید در موقع ساختن ابزار (مانند طراحی پرسشنامه) چنان عمل کرد که سؤال‌های تشکیل دهنده ابزار معرف قسمت‌های محتوای انتخاب شده باشد. اعتبار محتوای یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. از این رو اعتبار محتوا به قضاوت داوران بستگی دارد.

قابلیت اعتماد که واژه‌هایی مانند پایایی، ثبات و اعتبار برای آن به کار برده می‌شود و معادل انگلیسی آن Reliability است، یکی از ویژگی‌های ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه یا مصاحبه یا سایر آزمون‌های علوم اجتماعی) است. مفهوم یاد شده با این امر سروکار دارد که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. با توجه به این امر معمولاً دامنه ضریب قابلیت از صفر (عدم ارتباط) تا +۱ (ارتباط کامل) است. ضریب قابلیت اعتماد نشانگر آن است که تا چه اندازه ابزار اندازه‌گیری ویژگی‌های با ثبات آزمودنی و یا ویژگی‌های متغیر و موقتی وی را می‌سنجد. در پرسشنامه خبره برای بررسی پایایی مقایسات از نرخ ناسازگاری استفاده می‌کنند. نرخ سازگاری سازوکاری است که سازگاری مقایسات را مشخص می‌کند. این سازوکار نشان می‌دهد که تا چه اندازه می‌توان به اولویت‌های جداول ترکیبی اعتماد کرد. در صورتی که نرخ ناسازگاری کوچک‌تر یا مساوی ۰/۱ باشد در این صورت نرخ سازگاری قابل قبول است و پاسخ‌های داده‌شده سازگار هست.

با توجه به اینکه روایی پرسشنامه از نوع محتوایی است در گام اول محتوای پرسشنامه و سؤالات (تعداد سؤالات پرسشنامه و نحوه‌ی مقایسه آنها) توسط کارشناسان تأیید شد. همچنین



با محاسبه‌ی نرخ ناسازگاری مقایسات پایایی مقایسات تأیید شد. نرخ ناسازگاری برای رتبه-بندی عوامل موفقیت بانکداری الکترونیک در جدول زیر آمده است:

جدول (۲) نتایج محاسبات پایایی سوالات پرسشنامه

معیار رتبه‌بندی	رضایت‌مندی مشتریان	میزان جذب سرمایه مشتریان	هر دو مورد
نرخ ناسازگاری	۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۵

فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) در آغاز برای تصمیم‌گیری‌های انفرادی در یک محیط متلاطم و فناوری ارائه شد. سپس در دهه‌ی ۸۰ به چگونگی استفاده از آن در تصمیم‌گیری‌های گروهی پرداخته شد. استفاده از AHP در تصمیم‌گیری‌های گروهی باعث خواهد شد که نه تنها مزایای فنون تصمیم‌گیری گروهی حفظ شود، بلکه معایب آن‌ها (همانند سرعت، هزینه و تک فکری) برطرف شود. این روش یکی از معروف‌ترین زیرمجموعه‌های فنون تصمیم‌گیری (MADM) است که اولین بار توسط توماس ال ساعتی عراقی الاصل در دهه‌ی ۱۹۷۰ ابداع گردید. این روش تصمیم‌گیری با چند گزینه رقیب و معیار تصمیم‌گیری روبرو است. می‌تواند استفاده گردد. اساس این روش در هنگامی که عمل تصمیم‌گیری بر مقایسات زوجی نهفته است. تصمیم‌گیرنده با فراهم آوردن درخت سلسله مراتب تصمیم آغاز می‌کند. درخت سلسله‌مراتب تصمیم عوامل مورد مقایسه و گزینه‌های رقیب در تصمیم را نشان می‌دهد. سپس یک سری مقایسات زوجی انجام می‌گیرد. این مقایسات وزن هر یک از شاخص‌ها و معیارها را در راستای گزینه‌های رقیب مشخص می‌سازد. در نهایت منطق AHP ماتریس‌های حاصل از مقایسات زوجی را با همدیگر تلفیق می‌سازد تا تصمیم بهینه حاصل شود (آذر و رجب‌زاده، ۱۳۸۸).

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

نتایج رتبه‌بندی نشان داد که عوامل مهم موفقیت رتبه‌بندی شده کاربرد بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد از نظر معیار رضایت‌مندی مشتریان عبارت‌اند از امنیت سیستم، دارا بودن وب-سایت‌های غنی، ارائه خدمات خوب به مشتریان و بازمهندسی فرایندها. بر اساس این نتیجه با مدنظر قرار دادن معیار رضایت‌مندی مشتریان عامل امنیت سیستم به‌عنوان مهمترین عامل

شناخته شده است. این امر نشان می‌دهد که از نظر کارشناسان داشتن یک سیستم امن در بانکداری الکترونیک اعتماد و رضایت مشتریان را جلب می‌کند.

براساس نتایج تحقیق در صورتی که معیار جذب سرمایه مشتریان باشد مهمترین عوامل موفقیت بانکداری الکترونیک رتبه‌بندی شده عبارت‌اند از بازمهندسی فرایندها، امنیت سیستم، دارا بودن وبسایت‌های غنی و ارائه‌ی خدمات خوب به مشتریان. در نهایت در صورتی که معیار رتبه‌بندی مجموع دو معیار باشد چهار عامل موفقیت مهم رتبه‌بندی شده ب ترتیب عبارت‌اند از بازمهندسی فرایندها، امنیت سیستم، ارائه‌ی خدمات خوب به مشتریان و دارا بودن وبسایت‌های غنی. این نتایج نشان می‌دهد که عامل بازمهندسی فرایندها به‌عنوان مهمترین عامل بر اساس دو معیار شناخته شده و لی در معیار دیگر عامل امنیت سیستم به‌عنوان عامل مهم مطرح است. نتایج ارزیابی نشان داد که عامل باز مهندسی فرایندها به‌عنوان مهم‌ترین عامل موفقیت بانکداری الکترونیک در بانک مهر اقتصاد مطرح است.

با توجه به داده‌های مندرج در جدول مشاهده می‌شود که نتایج رتبه‌بندی بر اساس معیارها باهم متفاوت است که مقدار این تفاوت بین معیار رضایت مشتریان با دیگر معیارها بیشتر است. این نتیجه بیانگر این است که مشتریان بانک بیشتر از همه چیز به محیطی امن و مطمئن برای استفاده از ابزار بانکداری الکترونیک توجه دارند. همچنین این نتایج بدین معناست که برای نشان دادن اهمیت و اولویت چند عامل یا مورد برای یک مسئله در نظر گرفتن یک معیار نمی‌تواند نتایج جامعی برای ما داشته باشد، با در نظر گرفتن تعداد معیارهای بیشتر می‌توان به نتایج قابل‌اعتمادتری دست پیدا کرد. نتایج تحقیق با تحقیق دیوانداری و دیگران (۱۳۹۲)، هاشمیان و همکاران (۱۳۹۱)، اسفیدانی و دیگران (۱۳۹۱)، وویچ و دو و همکاران (۲۰۲۱)، آنینا سیونوا- شولسکا و همکاران (۲۰۲۱)، آرمند صالحو و همکاران (۲۰۱۹)، ترکمن (۲۰۱۰) و چن و همکاران (۲۰۱۰) همسو می‌باشد.

نهایتاً با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاد می‌شود که انجام این تحقیق در بانکهای مشابه ایرانی و مقایسه رتبه‌بندی آنها در عوامل موفقیت آنها انجام شود و همچنین پیشنهاد می‌گردد، پژوهش حاضر در طول یک دوره زمانی جدیدتر که خدمات الکترونیکی بیشتری شایان شده است انجام

گیرد؛ و نهایتاً پیشنهاد می‌گردد، پژوهش حاضر با در نظر گرفتن کنترل‌های داخلی الکترونیکی برای جلوگیری از آسیب‌های آن برای مشتریان صورت گیرد.

## ۵. منابع

اخوان صفار و محمد زاده مقدم (۱۳۹۱). بررسی کیفیت خدمات ارائه شده از طریق درگاه‌های اینترنتی بانک‌ها در کشور. چهارمین کنفرانس مهندسی برق و الکترونیک ایران، تهران. اسفیدانی، محمد رحیم؛ حسنقلی پور، طهمورث و ساجدی فر، علی اصغر (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک در نگهداشت مشتریان آنی شرکت‌های کارگزاری شهر تهران. فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال هفتم، شماره ۲۵، ص ۲۳-۴۷.

بیک زاده، جعفر و وزیر، علیرضا (۱۳۸۷). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر اعتماد مشتریان بانکداری اینترنتی، مطالعه موردی کاربران بانکداری اینترنتی، بانک ملت استان زنجان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت.

دیواندری، علی؛ عابدی، احسان و ناصر زاده، سیدمحمد رضا (۱۳۹۲). ارائه مدل مفهومی برای تبیین عوامل کلیدی مؤثر بر کیفیت سیستم‌های ارائه دهنده خدمات بانکداری اینترنتی، (پیمایشی پیرامون بانک ملت). نشریه‌ی مدیریت فناوری اطلاعات، دوره پنجم، شماره ۱، ص ۱۹-۳۶. مقدسی، علیرضا (۱۳۸۷). گزیده‌ای از مقاله بررسی نقش بانکداری الکترونیکی در ایران، سال اول شماره ۱۹، ص ۲۰-۱۴.

قلی زاده کنارکی، صدیقه و قجری، مهدی (۱۳۹۳). بررسی جایگاه بانکداری الکترونیکی و راهکارهای توسعه آن در اقتصاد ایران، روند (روند پژوهش‌های اقتصادی) دوره ۲۱، شماره ۶۷، از ص ۱۴۷-۱۲۳.

هاشمیانف مژده؛ عیسانی، محمدتقی، میکاییلی، فتاح و طباطبایی، محسن (۱۳۹۱). عوامل مؤثر بر پذیرش ابزارهای بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان (پیمایشی درباره بانک سامان). عنوان نشریه: مدیریت فناوری اطلاعات شماره: تابستان ۱۳۹۱، دوره ۴، شماره ۱۱، ص ۱۵۵-۱۷۴.

حسن‌زاده، جلال (۱۴۰۰). بررسی وضعیت پذیرش بانکداری الکترونیکی در بانک مسکن از سوی مشتریان: پژوهشی در بانک مسکن استان آذربایجان غربی. هشتمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و

حسابداری، شیروان، <https://civilica.com/doc/1234975>

Chen, M. K., & Wang, S. C. (2010). The critical factors of success for information service industry in developing international market: Using analytic

hierarchy process (AHP) approach. *Expert Systems with Applications*, 37(1), 694-704.

Trkman, P. (2010). The critical success factors of business process management. *International journal of information management*, 30(2), 125-134.

Wodo, W., Blaskiewicz, P., Stygar, D., & Kuzma, N. (2021). Evaluating the security of electronic and mobile banking. *Computer Fraud & Security*, Volume 2021, Issue 10, October 2021, Pages 8-14.

Anita Ciunova-Shuleska a, Nikolina Palamidovska-Sterjadovska a, Jana Prodanova, b. c. (2021). What drives m-banking clients to continue using m-banking services. *Journal of Business Research*, Volume 139, February 2022, Pages 731-739.

Salihu, A., Metin, H., Hajrizi, E., & Ahmeti, M. (2019), The Effect of Security and Ease of Use on reducing the problems/deficiencies of Electronic Banking Services, *IFAC-PapersOnLine* Volume 52, Issue 25, 2019, Pages 159-163.

Witold, C & Marek, Z. (2019), A Hybrid Method of Assessing Individual Electronic Banking Services in 2019. The Case of Poland, [Procedia Computer Science Volume 176](#), 2020, Pages 3881-3889.

