

نحوه پژوهش در حوزه بانکداری الکترونیکی

مؤلف:

وحید پیرداده بیرانوند

سرشناسه : پیرداده بیرانوند، وحید، ۱۳۶۷-
 عنوان و نام پدیدآور : نحوه پژوهش در حوزه بانکداری الکترونیکی
 مشخصات نشر : خرم آباد: آوانگارد، ۱۳۹۳.
 مشخصات ظاهری : جدول، نمودار
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۴۶۸۵-۶-۰
 وضعیت فهرست نویسی : فیپای مختصر
 یادداشت : فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۷۸۳۳۰۲



عنوان: نحوه پژوهش در حوزه بانکداری الکترونیکی
 تألیف: وحید پیرداده بیرانوند
 چاپ:
 تیراژ: ۱۰۰۰
 نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴
 قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان
 ناشر: آوانگارد

مرکز پخش: خرم آباد- ساحلی پارک معلم نرسیده به زیر گذر پل دارایی زاده انتشارات آوانگارد

۰۹۱۲۸۹۲۳۵۴۱-۰۶۶۳۳۳۳۴۳۶۴

* حق چاپ برای ناشر محفوظ است*

پیشرفت های چشمگیر در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات (¹ICT) در دهه های اخیر تمام ابعاد زندگی بشر را متحول ساخته است و امروزه از مفاهیم نوینی نظیر دولت الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی و سخن به میان می آید. آنچه که تاکنون بیش از سایر موارد تحت تأثیر این فناوری قرار گرفته است، حوزه تجارت و بازرگانی است و در این بین صنعت بانکداری نیز تحول معناداری را تجربه کرده است. با بهکارگیری روز افزون سیستم های پیشرفته فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت بانکداری و حرکت به سوی بانکداری الکترونیکی بسیاری از فعالیت های سنتی بانکداری منسوخ شده و این رشته به صنعت پردازش اطلاعات تبدیل شده است، که مبنای فعالیت آن بر اساس مفاهیم جدیدی نظیر پول الکترونیکی، ماشین های خودپرداز، پایانه فروش خواهد بود (گودرزی و همکاران، ۱۳۸۷). امروزه با پیشرفت سریع اینترنت و کاربرد آن در بازاریابی، گونه نوظهوری از ارائه خدمات در صنعت، تحت عنوان بانکداری الکترونیکی تعریف شده است که به عرضه خدمات بانکی، استفاده از محیط های الکترونیکی می پردازد. با استفاده از این سیستم، می توان انتقال منابع پولی و اعتباری را به صورت الکترونیکی انجام داد، بدون آنکه نیاز به جا به جای فیزیکی باشد (وظیفه دوست و همکاران، ۱۳۸۶). در بازار های رشد یافته کنونی و در محیط های رقابتی موجود، مؤسسات و شرکت های مختلف از جمله بانک ها به این نتیجه رسیده اند که مشتریان موجود را مبنای قرار دهند. حفظ موفقیت آمیز مشتریان کنونی نیاز به جستجوی مشتریان جدید و ریسک بالقوه آن را کاهش می دهد، در دوره های که مشتریان حق انتخاب دارند، ارائه دهندگان خدمات باید تلاش کنند تا همواره در خاطر مشتری باقی بمانند. بانک ها با استفاده از پیشرفت های تکنولوژیکی، به این چالش ها پاسخ می دهند. به این ترتیب استراتژی های در پیش می گیرند که سعی در راضی کردن مشتریان از طریق ارائه خدمات و محصولات بهتر با هزینه کمتر و در زمان کمتر دارند به این ترتیب ایده بانکداری الکترونیکی به صورت وسیع مورد استفاده قرار می گیرد (بشیری، جنیدی ۲۰۰۷).

فصل اول: بانکداری الکترونیک..... ۱

- ۳..... مقدمه
- ۳..... ۱-۱ بانکداری الکترونیک به چه معنا است؟
- ۳..... ۱-۱-۱ بانکداری دوگانه
- ۴..... ۱-۱-۲ بانکداری مجازی
- ۴..... ۲-۱ انواع بانک داری الکترونیک.
- ۴..... ۱-۲-۱ بانک داری از طریق موبایل
- ۴..... ۲-۲-۱ بانکداری از طریق اینترنت:
- ۵..... ۳-۲-۱ بانک داری از طریق دستگاه پست الکترونیک.
- ۵..... ۴-۲-۱ بانک داری از طریق دستگاه پایانه فروش
- ۵..... ۵-۲-۱ بانک داری از طریق دستگاه های خود پرداز
- ۵..... ۶-۲-۱ بانکداری از طریق تلفن ثابت
- ۵..... ۷-۲-۱ بانک داری از طریق شعب خود کار
- ۶..... ۸-۲-۱ بانک داری از طریق تلوزیون

فصل دوم: روش پژوهش..... ۷

- ۹..... مقدمه
- ۱۰..... ۱-۲ روش تحقیق
- ۱۰..... ۲-۲ جامعه آماری
- ۱۱..... ۳-۲ تعیین حجم نمونه و روش نمونه گیری
- ۱۱..... ۴-۲ روش ها و منابع گردآوری اطلاعات
- ۱۲..... ۵-۲ روایی و پایایی (قابلیت اعتماد) ابزار اندازه گیری
- ۱۴..... ۱-۵-۲ روایی پرسشنامه
- ۱۲..... ۲-۵-۲ پایایی پرسشنامه

فصل سوم: مدل های پذیرش فناوری..... ۱۵

- ۱۷..... مقدمه
- ۱۸..... ۱-۳ مرور ادبیات تحقیق
- ۱۸..... ۱-۱-۳ نظریه ی اقدام منطقی (TRA)
- ۲۰..... ۳-۱-۳ نظریه ی رفتار برنامه ریزی شده (TPB)
- ۲۱..... ۳-۱-۳ مدل پذیرش فناوری (TAM)
- ۲-۳ در این بخش به عنوان نمونه ، نحوی پژوهش در مورد کانال بانکداری اینترنتی که بر اساس مدل پذیرش فناوری ، ارائه شده است. و در فصل چهارم فرضیه و سوال های پژوهش بیان می شوند.
- ۳۰..... ۳-۲-۱ پذیرش بانکداری اینترنتی

۳۱	۲-۲-۳ مدل پژوهش
۳۱	۳-۲-۳ کیفیت دسترسی به اینترنت
۳۲	۴-۲-۳ آگاهی از خدمات و مزایا
۳۲	۵-۲-۳ اعتماد
۳۵	۶-۲-۳ تأثیر اجتماعی
۳۵	۷-۲-۳ مقاومت در برابر تغییر
۳۶	۸-۲-۳ خود تأثیری درک شده در استفاده از رایانه
۳۶	۹-۲-۳ تفاوت های جنسیت
۳۸	۱۰-۲-۳ ویژگی های جمعیت شناختی
۳۹	۳-۳ پیشنه پژوهش
۳۹	۱-۳-۳ تحقیقات صورت گرفته در جهان
۴۱	۲-۳-۳ تحقیقات صورت گرفته در ایران
۴۳	۴-۳ مدل تحقیق
۴۵	فصل چهارم : نمونه ای فصل اول پژوهشی، در مورد کانال بانک داری اینترنتی
۴۷	مقدمه
۴۸	۱-۴ بیان مسأله
۵۰	۲-۴ اهداف تحقیق
۵۱	۳-۴ کاربرد نتایج تحقیق
۵۱	۴-۴ سؤالهای تحقیق
۵۲	۵-۴ فرضیه ها تحقیق
۵۳	۶-۴ تعریف عملیاتی متغیرها
۵۵	۷-۴ روش شناسی
۵۵	۱-۷-۴ روش تحقیق
۵۵	۲-۷-۴ جامعه ی آماری
۵۵	۳-۷-۴ روش نمونه گیری
۵۵	۴-۷-۴ حجم نمونه و روش محاسبه
۵۶	۵-۷-۴ ابزار گردآوری داده ها (پرسشنامه ، مصاحبه و...)
۵۶	۶-۷-۴ ابزار تجزیه وتحلیل
۵۶	۸-۴ تعریف مفاهیم و واژگان تخصصی
۵۷	منابع و ماخذ کتاب:
۵۷	منابع فارسی
۶۰	منابع لاتین