

عوامل موثر در پذیرش بانکداری الکترونیکی در میان مشتریان و وفاداری آنها

مجید صادق زاده

کارشناس ارشد، گروه مدیریت، واحد علوم تحقیقات قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران m.sadeghzadeh59@gmail.com

چکیده

زمینه و هدف: پیاده‌سازی بانکداری الکترونیک در هر کشوری نیاز به زیر ساخت‌های مختلفی دارد که شناخت این زیر ساخت‌ها و شناسایی عوامل مؤثر در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک راهنمای مناسبی برای بانک‌ها در دستیابی به موفقیت خواهد بود. از اینرو در این تحقیق به دنبال یافتن عوامل اصلی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک و ضریب اهمیت هر کدام از عوامل هستیم؟

روش تحقیق: پژوهش حاضر، از نظر زمان انجام پژوهش، مقطعی؛ از نظر نتایج پژوهش، کاربردی؛ از نظر فرآیند اجرای پژوهش، ترکیبی؛ از نظر هدف پژوهش، توصیفی - پیمایشی (و از نوع مطالعه موردی) و از نظر منطق اجرای پژوهش، استقرایی می‌باشد. در این تحقیق جامعه آماری شامل کلیه شعب بانک ملی در شهر تهران می‌باشد. با توجه به اینکه تعداد شعب مشخص (۲۰ شعبه) و همچنین تعداد مشتریان فعال هر شعبه نیز مشخص و محدود می‌باشند، جامعه آماری این پژوهش از نوع محدود می‌باشد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: عوامل فرهنگی - اجتماعی، عوامل فنی - تخصصی، عوامل مالی - اقتصادی و عوامل مدیریتی - استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

واژه‌های کلیدی: بانکداری الکترونیک، زیرساخت، وفاداری مشتری

مقدمه

قرن بیست و یکم با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات که در کار و الگوهای زندگی ما انقلابی بوجود آورده است مشخص می شود (آلساجان و دنیز، ۲۰۰۶). تغییراتی که به این واسطه در زندگی یکایک افراد جوامع مختلف ایجاد شده، باعث گردیده که سرعت نشر مفاهیم، فناوری نوین و نیز خدمات تازه افزایش چشمگیری یابند. در این بین تجارت الکترونیکی به عنوان موتور محرکه اقتصاد دانائی محور قرن بیست و یکم از جایگاهی ممتاز برخوردار است. از مهمترین مؤلفه‌های اثرگذار در عینیت یافتن تجارت الکترونیکی، مبادلات مالی است. با رشد سریع اینترنت، بانکداری آنلاین نقش بسیار مهم و اساسی در پرداخت‌های الکترونیکی پیدا کرده و در حقیقت بستر مناسبی را برای تراکنش‌های مالی ایجاد نموده است (مینگ، ۲۰۰۹).

هیچ نوآوری به سرعت انقلاب بانکداری الکترونیک چهره بانکداری را تغییر نداده است. بانکداری الکترونیک به عبارت ساده، به معنی ارائه محصولات و خدمات بانکی از طریق کانال‌های تحویل الکترونیکی است (نیتسوره، ۲۰۰۳). عوامل متعدد از جمله هزینه رقابتی، خدمات به مشتریان، و ملاحظات جمعیت شناختی در بانک‌ها برای ارزیابی تکنولوژی و تعیین تجارت الکترونیکی و استراتژی‌های بانکداری اینترنتی خود انگیزه ایجاد می کند (سیدول و سایفور، ۲۰۱۰).

برای توسعه تجارت الکترونیک در کشور، ورود به بازارهای جهانی و عضویت در سازمان‌هایی نظیر سازمان تجارت جهانی، داشتن نظام بانکی کارآمد از الزامات اساسی به‌شمار می‌آید. بنابراین، استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات در جهت ایجاد و توسعه بانکداری الکترونیک در نظام بانکی کشور حائز اهمیت است (سید جوادین، سقطچی، ۱۳۹۵).

زیرساخت قدیمی بانک‌ها، عدم تغییر اساسی در روش بانکداری برای سال‌ها و مقررات محدود کننده از جمله موانع بزرگی در مسیر حرکت بانک‌ها در جهت تحول و همگام شدن با بانکداری نوین جهانی به شمار می روند که باید توسط موج جدید بانکداران تحول گرا به کنار زده شوند. موج همه‌گیر شبکه‌های اطلاع رسانی رایانه‌ای منتظر نمی‌ماند که جامعه بانکداری در گوشه‌ای از دنیا، آمادگی لازم را پیدا نماید. هجوم نیاز مشتریان و فعالیت‌های تجاری الکترونیکی با روند فزاینده خود در پشت در بانک‌ها فشار خود را وارد می کنند. پاسخگویی به این نیازها با بافت سنتی بانک‌های کشور آسان نیست. ایجاد زمینه و در اختیار گرفتن فناوری مناسب الزامی است. کندی و ندیده گرفتن این بازار، فضای مناسبی برای شرکت‌ها و مؤسسات غیربانکی ایجاد می‌کند تا با ارائه خدمات خود، در حد توان سهم بزرگی از فعالیت‌های مالی را از آن خود نمایند (نیکبخش تهرانی، آذرصابری، ۱۳۹۰، ص ۲۳۶). در واقع تنها در صورتی که خدمات به گونه‌ای قابل قبول به مشتریان ارائه شوند، می‌توان انتظار داشت تا سیاست‌های کلان مالی و اقتصادی یک بانک یا مؤسسه مالی به نتیجه برسد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۷). در این تحقیق به دنبال یافتن عوامل اصلی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک و ضریب اهمیت هر کدام از عوامل هستیم؟

مفاهیم بانکداری الکترونیک

فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یک فناوری جدید در دهه ۹۰ وارد بازار شد و به سرعت توسعه یافت. این فناوری به دلیل عمومی بودن آن با سایر فناوری‌ها تفاوت اساسی دارد. علاوه بر اثرگذاری در کل فعالیت‌های اقتصادی و غیراقتصادی تأثیر بسزایی در تسهیل انجام امور و بالا بردن بهره‌وری و کارایی دارد (پزشکی، دباغ رضایی، ۱۳۹۴، ص ۳۸).

یکی از بزرگ‌ترین فرصت‌ها و چالش‌هایی که سازمان‌های امروزی با آن مواجه هستند استفاده از تکنولوژی‌های مبتنی بر وب است، اینترنت به عنوان یک کانال جدید برای مبادلات اقتصادی منابع جدیدی برای ایجاد درآمد و فرصت در اختیار

¹ Alsajjan and Dennis

² Ming

³ Nitsure

⁴ Syeedul and Sk. Saifur

سازمان‌ها قرار داده است. میزان مبادلات از طریق اینترنت روز به روز در حال افزایش است و شرکت‌هایی که از این فناوری استفاده نکنند ظرف مدت کوتاهی از صحنه بازار محو خواهند شد (سید جوادین، یزدانی، ۱۳۹۴، ۲).

با توسعه سریع تجارت الکترونیک، اینترنت و بخش‌های مالی و بانکداری، مشتریان به استفاده از بانکداری آن‌لاین ترغیب می‌شوند (بیوهو همکاران، ۲۰۰۷). گسترش و تسهیل در امر دسترسی به خدمات پولی و بانکی با استفاده و بهره‌مندی افراد و جوامع، دستاوردهای بزرگ نظام بانکداری نوین در جهان محسوب می‌شود. رفع نیاز فیزیکی برای حضور در شعب بانک‌ها، افزایش دقت در دریافت‌ها و پرداخت‌ها، تسریع در جریان مبادلات اقتصادی، افزایش ضریب ایمنی و بسیار دیگری از مزایای کوچک و بزرگی که به بانکداری الکترونیک با خود به ارمغان آورده است (بانکداری الکترونیک، ۱۳۹۷، ۲۲).

پایه سازی بانکداری الکترونیک در هر کشوری نیاز به زیر ساخت‌های مختلفی دارد که شناخت این زیر ساخت‌ها و شناسایی عوامل مؤثر در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک راهنمای مناسبی برای بانک‌ها در دستیابی به موفقیت خواهد بود.

مشکلات و موانع گسترش بانکداری الکترونیک در ایران

با وجود تمامی دستاوردهای ذکر شده بابت ایجاد بانکداری الکترونیک در کشور، ما با یک واقعیت تلخ روبه‌رو هستیم و آن این است که هنوز نتوانسته‌ایم همگام با رشد و گسترش این صنعت (بانکداری الکترونیک) در دنیا و حتی کشورهای منطقه، گام برداریم که این امر ناشی از نقصان‌ها و کاستی‌هایی است که برخی از آنها ناشی از بی‌توجهی و کوتاهی خودمان و برخی دیگر خارج از اراده و محصل جبر زمانه بوده است که در زیر به‌طور گذرا به تعدادی از آنها اشاره می‌کنیم:

۱) بستر مخابراتی مناسب برای انتقال داده‌ها وجود ندارد. همان‌گونه که می‌دانید درباره‌ی خدماتی مانند آب، برق و گاز، سازمان‌های مربوطه شاهره اصلی را ایجاد می‌کنند و مشترکان تنها با پرداخت هزینه اشتراک از این خدمات بهره‌مند می‌شوند، اما در مورد خطوط مخابراتی، متقاضیان که در واقع بانک‌ها هستند، خود ناگزیر به ایجاد شاهره ارتباطی با هزینه هنگفت هستند.

۲) میان درک مدیران تصمیم‌گیر و متخصصان تصمیم‌ساز فناوری اطلاعات در سازمان‌ها فاصله وجود دارد، چرا که در بخش فناوری اطلاعات به رغم وجود برخی از بخش‌های تخصصی (مانند پزشکی) به جای این که افراد بی‌تخصص، تقلید کننده باشند، همه مجتهد و صاحب تشخیص شده‌اند.

۳) ضعف مدیریت نگهداری و به کارگیری متخصصان حرفه‌ای سطح بالا در بخش فناوری اطلاعات، برای تهیه بسته‌های نرم‌افزاری نیرومند بانکی.

۴) عدم توجه کافی به مسائل فرهنگی

۵) عدم توجه کافی به مسائل امنیتی، شاید به علت عدم وجود سامانه‌های بانکداری الکترونیک مناسب در کشور هنوز از خطرهای امنیتی که می‌تواند به صورت جدی نظام بانکی را تهدید کند، آگاه نباشیم. بنابراین باید پیش‌بینی خوب و دقیقی برای ورود به عرصه بی‌برگشت بانکداری الکترونیک انجام دهیم.

۶) عدم حمایت کافی از سوی دولت، وجود کاغذبازی‌ها و ساختار بروکراتیک اداری در بخش زیادی از بدنه بانکی کشور که دولتی است مانع حرکت‌های سریع و اثرگذار و مطابق با فناوری روز است.

۷) عدم آگاهی کافی کاربران در مورد سامانه‌ها و مزیت‌های آن

۸) قانون‌های دست و پاگیر اداری و مقاومت کارمندان در مقابل تغییر (حسنی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۲۹).

روش تحقیق

پژوهش حاضر، از نظر زمان انجام پژوهش، مقطعی؛ از نظر نتایج پژوهش، کاربردی؛ از نظر فرآیند اجرای پژوهش، ترکیبی؛ از نظر هدف پژوهش، توصیفی - پیمایشی (و از نوع مطالعه موردی) و از نظر منطق اجرای پژوهش، استقرایی می‌باشد. در این تحقیق جامعه آماری شامل کلیه شعب بانک ملی در شهر تهران می‌باشد. با توجه به اینکه تعداد شعب مشخص (۲۰

⁵ Yiu

شعبه) و همچنین تعداد مشتریان فعال هر شعبه نیز مشخص و محدود می‌باشند، جامعه آماری این پژوهش از نوع محدود می‌باشد.

به منظور تعیین حجم نمونه در این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از هر شعبه بطور متوسط ۵ کارمند و ۱۰ مشتری انتخاب می‌کنیم؛ که در حجم نمونه شامل ۱۰۲ کارمند و ۲۰۷ مشتری می‌باشد. در این پژوهش نمونه‌گیری از نوع تصادفی طبقه‌ای می‌باشد.

در تحقیق حاضر برای جمع آوری اطلاعات از روش پرسشنامه، و بررسی اسناد و تحقیقات موجود در کتابخانه‌ها و جست‌وجو در سایت‌های اینترنتی استفاده شده است.

یافته‌های استنباطی

آزمون فرضیه‌ی اول

عوامل فنی _ تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

فرض آماری:

تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر ندارند. $H_0: \mu \leq 3$ عوامل فنی

تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند. $H_1: \mu > 3$ عوامل فنی

با انجام آزمون مربوطه، سطح معنی‌داری محاسبه شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۰/۰۰۲ بدست آمد. چون مقدار سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد لذا فرض صفر SPSS (یعنی حالت مساوی) را رد کرده و فرض

مقابل را می‌پذیریم و با توجه به این که اختلاف میانگین مثبت می‌باشد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا نمود که عوامل فنی _ تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

جدول ۱- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین	اختلاف میانگین	T	سطح معنی داری
عوامل فنی - تخصصی	۱۰۲	۴/۰۱۵	۰/۶۱۹	۰/۰۶۱	۱/۰۱۵	۱۶/۵۶۰	۰/۰۰۲

آزمون فرضیه‌ی دوم

عوامل فرهنگی _ اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

فرض آماری:

اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر ندارند. $H_0: \mu \leq 3$ عوامل فرهنگی

اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند. $H_1: \mu > 3$ عوامل فرهنگی

با انجام آزمون مربوطه، سطح معنی‌داری محاسبه شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۰/۰۰۲ بدست آمد. چون مقدار سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد لذا فرض صفر SPSS (یعنی حالت مساوی) را رد کرده و فرض مقابل

را می‌پذیریم و با توجه به این که اختلاف میانگین مثبت می‌باشد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا نمود که عوامل فرهنگی _ اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

جدول ۲- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین	اختلاف میانگین	T	سطح معنی داری
عوامل فرهنگی - اجتماعی	۱۰۲	۴/۱۲۳	۰/۶۸۸	۰/۰۶۸	۱/۱۲۳	۴۷ ۱۶	۰/۰۰۲

آزمون فرضیه‌ی سوم

عوامل مدیریتی - استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.
فرض آماری:

استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر ندارند. $H_0: \mu \leq 3$ عوامل مدیریتی
استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند. $H_1: \mu > 3$ عوامل مدیریتی

جدول ۳- نتایج آزمون t تک نمونه‌ای

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد میانگین	اختلاف میانگین	T	سطح معنی داری
عوامل مدیریتی - استراتژیکی	۱۰۲	۳/۹۶۳	۰/۵۳۳	۰/۵۲۸	۰/۹۶۳	۱۸/۲۱۸	۰/۰۰۲

با انجام آزمون مربوطه، سطح معنی داری محاسبه شده در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ۰/۰۰۲ بدست آمد. چون مقدار سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ می باشد لذا فرض صفر SPSS (یعنی حالت مساوی) را رد کرده و فرض مقابل را می پذیریم و با توجه به این که اختلاف میانگین مثبت می باشد، در سطح اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا نمود که عوامل مدیریتی - استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.

نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش

کارکنان: نتایج آزمون فرضیه ها به ترتیب اولویت اهمیت در جدول ۴ آورده شده است:
جدول ۴- نتایج فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	نتیجه‌ی آزمون
فرضیه دوم: عوامل فرهنگی - اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.	تأیید فرضیه
فرضیه اول: عوامل فنی - تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند	تأیید فرضیه
فرضیه سوم: عوامل مدیریتی - استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.	تأیید فرضیه

مشتریان: نتایج آزمون فرضیه ها به ترتیب اولویت اهمیت در جدول ۵ آورده شده است:
جدول ۵- نتایج آزمون فرضیه‌ها

فرضیه‌ها	نتیجه‌ی آزمون
فرضیه اول: عوامل فنی - تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.	تأیید فرضیه
فرضیه دوم: عوامل فرهنگی - اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک تأثیر دارند.	تأیید فرضیه

با توجه به یافته‌های سؤال باز مشتریان اولویت استفاده از فناوری‌های بانکداری الکترونیک به ترتیب زیر است:

۱- خودپرداز ۲- بانکداری تلفنی ۳- بانکداری اینترنتی ۴- بانکداری موبایل ۵- بانکداری نقطه فروش.

بحث و نتیجه گیری

فرضیهی اول

از دیدگاه مشتریان و کارکنان عوامل فنی _ تخصصی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک مؤثر می باشد و با توجه به نتایج آزمون فریدمن، عوامل فنی _ تخصصی از دیدگاه مشتریان بیشترین اهمیت و اولویت و از دیدگاه کارکنان، در اولویت و اهمیت دوم قرار دارند.

فرضیهی دوم

از دیدگاه مشتریان و کارکنان عوامل فرهنگی _ اجتماعی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک مؤثر می باشد و با توجه به نتایج آزمون فریدمن عوامل فرهنگی _ اجتماعی از دیدگاه مشتریان در اهمیت و اولویت دوم و از دیدگاه کارکنان بیشترین اهمیت و اولویت را داشته است. و مهمترین عامل نهادینه شدن بانکداری الکترونیک، عوامل فرهنگی _ اجتماعی محسوب می شود.

فرضیهی سوم

از دیدگاه کارکنان عوامل مدیریتی _ استراتژیکی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک مؤثر می باشد و با توجه به نتایج آزمون فریدمن، عوامل مدیریتی _ استراتژیکی از دیدگاه کارکنان در اولویت و اهمیت چهارم قرار دارند.

فرضیهی چهارم

از دیدگاه کارکنان عوامل مالی _ اقتصادی در نهادینه شدن بانکداری الکترونیک مؤثر می باشد و با توجه به نتایج آزمون فریدمن، عوامل مالی _ اقتصادی از دیدگاه کارکنان در اولویت و اهمیت سوم قرار دارند. جهت بهبود و سرعت بخشیدن به استقرار و توسعه بانکداری الکترونیک در کشور با توجه به نتایج حاصل از تحقیق، پیشنهاداتی به شرح ذیل ارائه می گردد:

الف) عوامل فرهنگی - اجتماعی

۱. نهادینه شدن فرهنگ استفاده از امکانات و توانمندی های بانکداری الکترونیک در جامعه تنها در نتیجهی بسترسازی مناسب فرهنگی، ایجاد اعتماد به این شیوه بانکداری، اجرای برنامه های آموزشی و تبلیغاتی جهت آگاهی دادن از خدمات بانکداری الکترونیک میسر خواهد بود.

۲. جهت آگاه نمودن ذینفعان از مزایای بانکداری الکترونیک، نه تنها تأکید بر مزایای اولیه بانکداری الکترونیک همچون صرفه جویی در زمان، هزینه و ... ضروری است، بلکه باید بر منافع عمومی ناشی از استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک همچون کاهش مصرف سوخت، کاهش ترافیک، کاهش آلودگی محیط زیست، کاهش هزینه های چاپ اسکناس و ... نیز تأکید گردد.

۳. تعیین مشوق های مختلف به استفاده کنندگان از خدمات بانکداری الکترونیک همچون اعطای تخفیف های ویژه، پرداخت رایگان قبوض، دسته بندی تبادلات مالی و آرایه گردش های مالی روزانه، ماهانه و سالانه.

۴. ایجاد ارتباط مناسب با مشتریان.

۵. آموزش و تشویق کارکنان بانک در جهت برخورد مناسب با مشتریان و حل مشکلات مشتریان.

ب) عوامل فنی - تخصصی

۱. توجه کافی و سریع به ایجاد ساختارهای مخابراتی و امنیتی در شبکه های اینترنتی کشور و توسعه آنها.

۲. استفاده از متخصصین دانشگاهی و پرورش کارشناسان و مدیران کارآمد در عرصه بانکداری الکترونیک در کشور.

۳. آموزش مهارت های نوین بانکداری الکترونیک به کارکنان بانک ها در قالب دوره های کارآموزی و ضمن خدمت.

ج) عوامل مالی - اقتصادی

۱. سرمایه‌گذاری شرکت‌های مخابرات و سایر دستگاه‌های ذیربط در زیرساخت‌های مخابراتی جهت افزایش توان این شبکه‌ها و به روزرسانی آنها همراه با مشارکت فعال بخش خصوصی.
۲. تأمین مالی سرمایه‌گذاری‌های مورد نیاز در بند بالا به شکل‌های مختلف از جمله وام از سوی بانک‌ها.
۳. سرمایه‌گذاری مستمر در بخش IT بانکداری الکترونیکی.

د) عوامل مدیریتی - استراتژیکی

۱. وجود نگاه راهبردی و برنامه‌ریزی بلندمدت جهت از میان برداشتن موانع نهادینه شدن بانکداری الکترونیکی ضروری است. سنجش میزان پیشرفت کارها همراه با نظارت دائم و مستمر بر فرآیندهای اجرای پروژه‌های بانکداری الکترونیک می‌تواند بسیار مفید باشد.
۲. ثبات مدیریتی، کاهش میزان جابجایی و تغییر مدیران تصمیم‌گیر و تصمیم‌ساز و تعیین بازه‌های زمانی منطقی جهت پیشبرد فعالیت‌ها و کارها در حوزه بانکداری الکترونیکی.

منابع

۱. پزشکی، یحیی؛ دباغ رضایی، سودابه. (۱۳۹۴). "نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در رشد اقتصادی". تدبیر، ۱۶۳.
۲. حسنی، فرود؛ سلطانی، سهیلا؛ ضرابیه، فرشته. (۱۳۹۷). مدیریت بانکداری الکترونیکی. انتشارات سبزان.
۳. سید جوادین، سید رضا؛ یزدانی، شمس. (۱۳۹۴). "بررسی عوامل موثر بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی (مطالعه بانک سامان)". دانش مدیریت شماره ۴۵.
4. Alsajjan, B. and Dennis, C. (2006). "The Impact of trust on acceptance of online banking". European Association of Education and Research in Commercial Distribution, 27-30 June 2006 Brunel University –West London, United Kingdom.
5. Ming- Chi Lee. (2009). "Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit". Electronic Commerce Research and Applications 8, 130–141.
6. Nitsure, Rupa Rege. (2003). "E-banking: Challenges and Opportunities". Economic and Political Weekly 27, December
7. Syeedul, Al-Amin; Sk. Saifur Rahman. (2010). "Application of Electronic Banking in Bangladesh: An Overview". ISSN: 1998-2003, Volume: 4, Issue: 2, pp: 172-184, July – August
8. Yiu.c. s, Grant.k, Adgar.d. (2007). "Factors affecting the adoption of Internet Banking in Hong kong-implication for the banking sector". International Journal of Informetion management, 27,336-351.