

بررسی انتظارات مربوط به عملکرد و تلاش بر پذیرش بانکداری الکترونیکی همراه مشتریان بانک کشاورزی شهرستان بابلسر

دکتر زین‌العابدین رحمانی^۱، جواد بیداد^۲

۱- استادیار گروه مدیریت دانشگاه هدف ۲- دانشجوی ارشد مدیریت دانشگاه پارسا

چکیده- هدف از انجام این پژوهش بررسی انتظارات مربوط به عملکرد و تلاش بر پذیرش بانکداری الکترونیکی همراه مشتریان بانک کشاورزی شهرستان بابلسر می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش در زمره پژوهشات توصیفی - پیمایشی قرار می‌گیرد. جامعه آماری پژوهش حاضر مشتریان و متقاضیان بانکداری تلفن همراه شعب بانک کشاورزی شهرستان بابلسر می‌باشد. برای محاسبه تعداد نمونه در جامعه نامحدود از جدول مورگان استفاده شده است که براساس جدول مورگان حجم نمونه ۳۸۴ تعیین شده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، غیراحتمالی در دسترس می‌باشد. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد می‌باشد که پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰٫۸۲۰ تایید شد. برای تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در بخش نخست، تجزیه و تحلیل توصیفی یافته‌ها به صورت ترسیم جداول و نمودارهای فراوانی ارائه شده است. در بخش دوم برای استنباط آماری و آزمون فرضیات از نرم‌افزار آماری SPSS نسخه ۲۴ و مدلسازی معادلات ساختاری smart pls با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که انتظارات مربوط به عملکرد و انتظارات مربوط به تلاش بر تمایلات رفتاری تاثیر معناداری دارد همچنین تمایلات رفتاری مشتریان بر پذیرش بانکداری الکترونیکی مشتریان تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی: تمایلات رفتاری. پذیرش. انتظارات مربوط به عملکرد. انتظارات مربوط به تلاش.

۱-۱- مقدمه

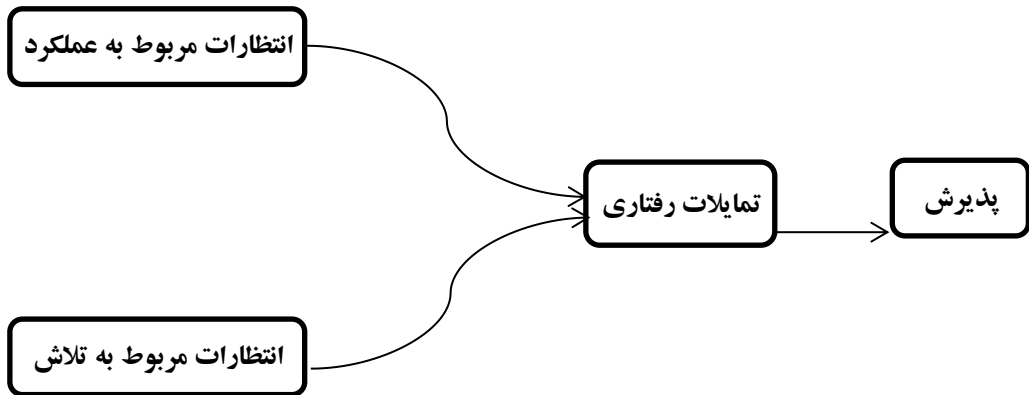
به‌عنوان یکی از فن‌آوری‌های نوآورانه و جدید، بانکداری همراه نشان‌دهنده یک نمونه خوب از پیشرفت‌های تکنولوژی تلفن همراه در بخش بانکی است که مشتریان را قادر می‌سازد تا به‌طور مستقل تولید معاملات مالی

¹ p_z_rahmani@yahoo.com

² javad1360bi@gmail.com

نظیر تعادل سوالات، نقل و انتقال پول، پرداخت صورتحساب) از طریق دستگاه‌های تلفن همراه، تلفن‌های هوشمند یا کمک‌های شخصی دیجیتال (PDA) در زمان و مکان‌هایی که مشتریان انتخاب می‌کنند کارهای بانکی خود را انجام دهند. (آلالوان و همکاران ۲۰۱۶). به‌نظر می‌رسد که بانک‌ها بیشتر به انگیزه برای ادغام کانال‌های بانکی موبایل در سیستم‌های لجستیکی و منابع مالی و فنی متنوعی که در این مورد اختصاص داده شده‌اند تمایل دارند (لین، ۲۰۱۳). بیش از ۱۱۵ میلیارد دلار توسط بانک‌های سراسر دنیا سرمایه‌گذاری شده است تا پایان سال ۲۰۱۳ سیستم‌های بانکداری الکترونیک موبایل را به اجرا درآورد (کامپته پولس، ۲۰۱۳) این شتاب در بانکداری تلفن همراه می‌تواند در ابتدا به یک پیشرفت تکنولوژیکی در تکنولوژی تلفن همراه و ارتباطات راه دور تبدیل شود. در واقع، این انقلاب، راه‌حلی را فراهم می‌کند که بانک‌ها بتوانند به‌طور موثر در خدمت مشتریان خود با بهترین کیفیت‌ها و در خارج از کشور، به ویژه در مناطقی که محدودیت‌های شبکه‌های اینترنتی یا ایجاد شاخه‌های سنتی وجود دارد قرار داشته باشند. (وسلس و همکاران ۲۰۱۰). برای مثال، انتظار می‌رود که تعداد کاربران تلفن همراه در سال ۲۰۱۷ به ۱ میلیارد برسد (کامپته پولس، ۲۰۱۳). با این حال، نرخ پذیرش خدمات بانکداری موبایل به سطح مورد انتظار به ویژه در کشورهای در حال توسعه نزول نمی‌کند و مشتریان کمتر برای بهره‌وری را بیان می‌کنند (آلالوان و همکاران، ۲۰۱۶). نظرسنجی که تقریباً ۴۰۰۰ مشترکین خدمات تلفن همراه در ۱۹ کشور در سراسر جهان را مورد بررسی قرار داد، تعداد کاربران بانکداری موبایل ۱۹ درصد از کاربران تلفن‌های همراه بود. بر این اساس، می‌توان گفت که بزرگترین چالش برای موفقیت این تکنولوژی، متقاعد کردن مصرف‌کنندگان برای استفاده از آن به‌عنوان یک جایگزین کامل برای کانال‌های سنتی است. این مطالعه تجربی از مهمترین عواملی است که می‌تواند قصد مشتریان از استفاده کردن بانکداری موبایل بانک کشاورزی را بررسی کند. بر این اساس در این تحقیق ضمن شناسایی عوامل موثر بر پذیرش خدمات بانکداری الکترونیک از دیدگاه مشتریان، میزان تاثیر هر یک از این عوامل نیز تعیین خواهد گردید.

۲-۱- مدل مفهومی



منبع پژوهشی آلانوان وهمکاران، ۲۰۱۷

۳-۱- فرضیات پژوهش

- ۱- انتظارات مربوط به عملکرد بر تمایلات رفتاری در بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد.
- ۲- انتظارات مربوط به تلاش بر تمایلات رفتاری مشتریان در بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد.
- ۳- تمایلات رفتاری مشتریان بر پذیرش بانکداری الکترونیکی بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد.

۴-۱- قلمرو تحقیق

۴-۱-۱- قلمرو موضوعی تحقیق

قلمرو موضوعی تحقیق حاضر در حوزه مدیریت بازرگانی و بازاریابی می‌باشد که به بررسی انتظارات مربوط به عملکرد و تلاش بر پذیرش بانکداری الکترونیکی همراه مشتریان بانک کشاورزی شهرستان بابلسر می‌پردازد.

۴-۱-۲- قلمرو مکانی تحقیق

قلمرو مکانی پژوهش حاضر بانک کشاورزی شهرستان بابلسر می‌باشد.

۴-۱-۳- قلمرو زمانی تحقیق

شروع این پژوهش زمستان ۱۳۹۶ می‌باشد و اجرای آن در تابستان ۱۳۹۷ می‌باشد.

۱-۵- تعاریف مفهومی

بانکداری الکترونیک و پذیرش آن

همان‌طور که در مباحث قبلی بیان شد یکی از زیرساخت‌های بانکداری الکترونیک منابع انسانی و مسائل فرهنگی جامعه است و اینکه تاکنون در بسیاری از کشورها بانکداری الکترونیک نتوانسته است متناسب با رشد زیرساخت‌های مخابراتی، نرم‌افزاری و سخت‌افزاری رشد یابد به عقیده بسیاری از کارشناسان، یکی از موانع اصلی رشد بانکداری الکترونیک بحث پذیرش فناوری و پذیرش بانکداری الکترونیک است که در بسیاری از کشورها به یک مشکل عمومی تبدیل شده است. نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که موفقیت بانکداری الکترونیک، تنها توسط حمایت دولت و بانک‌ها حاصل نمی‌شود بلکه به پذیرش مشتریان نیز نیازمند است. از این رو می‌توان بیان کرد که مشتریان نقش مهمی در موفقیت بانکداری الکترونیک دارند (یغما و لگزیان، ۱۳۸۹). چرا که تلاش‌های صورت گرفته در گسترش و توسعه خدمات بانکداری الکترونیک بدون پذیرش این خدمات از سوی مشتریان به موفقیت نخواهد انجامید. پذیرش بانکداری الکترونیک از جمله مقوله‌هایی است که طی دهه‌های اخیر، از سوی محققان بسیاری مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا نکته حائز اهمیت آن است که در حالی که تحقیقات گذشته بیشتر بر توسعه فناوری تاکید داشتند، اخیراً جهت‌گیری تحقیقات بیشتر بر رویکرد تحقیقات مبتنی بر مشتری معطوف گردیده است (لگزیان و یغما، ۱۳۸۹). در زمینه پذیرش فناوری، تحقیقات گسترده‌ای صورت گرفته و تئوری‌ها و مدل‌های مختلفی ارائه شده است.

انتظارات مربوط به عملکرد^۱: میزانی که فرد اعتقاد دارد استفاده از فناوری به او در دستیابی به اهداف کاری‌اش کمک خواهد کرد این سازه معادل با سازه‌های سودمندی درک شده (مدل پذیرش فناوری، مدل ثانویه پذیرش فناوری، مدل مرکب حاصل از مدل‌های پذیرش فناوری و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده)، انگیزش بیرونی (مدل انگیزشی)، تناسب شغلی (مدل استفاده از رایانه شخصی)، مزیت نسبی (نظریه اشاعه نوآوری) و انتظارات مربوط به نتایج (نظریه شناختی اجتماعی) است.

انتظارات مربوط به تلاش^۲: به صورت درجه سهولت استفاده از فناوری تعریف شده است (چیو و تی.جی.ونگ، ۲۰۰۸). این سازه معادل با سازه‌های سهولت استفاده درک شده (مدل پذیرش فناوری، مدل

^۱ performance expectancy

^۲ effort expectancy

ثانویه پذیرش فناوری، نظریه اشاعه نوآوری) و پیچیدگی (مدل استفاده از رایانه شخصی) می‌باشد. لازم به ذکر است که بین سازه‌های مذکور و شاخص‌های اندازه‌گیری آنها شباهت زیادی وجود دارد.

۱-۶- پیشینه پژوهش‌های خارجی

(آلالوان و همکاران ۲۰۱۷) هدف این مطالعه بررسی عوامل موثر بر قصد رفتاری و پذیرش مشتریان بانکداری موبایل بانک‌های اردن است. نتایج به‌طور عمده نشان داد که توجه به رفتار، به‌طور معناداری و مثبت تحت تاثیر انتظارات عملکرد، امید به تلاش، هوشیاری، ارزش قیمت و اعتماد قرار می‌گیرد. این مطالعه همچنین به دنبال ارائه بانک‌های اردن به دستورالعمل‌های کاربردی برای اجرای و طراحی بانکداری موبایل است. علاوه بر این، محدودیت‌های تحقیق و جهت‌های آینده در بخش آخر مورد بحث قرار خواهد گرفت.

(بونسرتوماچایی و همکاران، ۲۰۱۷) این مطالعه با هدف بررسی عوامل موثر بر قصد رفتاری برای پیاده‌سازی بانکداری تلفن همراه در نسل جوان انجام شد. نتایج پژوهش نشان داده است که انگیزه لذت کاربران از بانکداری تلفن همراه به‌عنوان مهمترین عوامل تشویق مشتری برای پیاده‌سازی بانکداری تلفن همراه شناسایی شد، در حالی که امنیت سیستم بانکی تلفن همراه با انگیزه لذت رابطه منفی داشت.

(چاوعوالی و همکاران، ۲۰۱۶) هدف این مقاله بر توافکنی بر نقش‌های انگیزه ضد انطباق، تأثیر اجتماعی، و اعتماد در توضیح قصد مشتریان برای انتخاب خدمات اینترنتی بانکی است. نتایج نشان داده‌اند که قصد افراد برای انتخاب خدمات بانکی عمدتاً تحت تأثیر اعتماد به خدمات اینترنتی بانکی، پس از انگیزه ضد انطباق و انتظارات عملکردی است. اگرچه، تأثیر اجتماعی و اعتماد در بانک‌های فیزیکی بر قصد مشتریان در انتخاب بانکداری اینترنتی تأثیر مستقیم دارد. انتظارات تلاش تأثیری بر آن ندارد.

۱-۷- پیشینه پژوهش‌های داخلی

(وزیری و همکاران، ۱۳۹۶) هدف تحقیق حاضر، انجام یک مطالعه تجربی در بخش خدمات (بانک اقتصاد نوین) به‌منظور شناسایی عوامل اعتماد مشتری بر پذیرش بانکداری الکترونیک است که از مدل محقق ساخته استفاده شده است. در این مدل تاثیر اعتماد مشتری و عوامل اعتماد مشتری بر پذیرش بانکداری الکترونیک بررسی می‌شود. نتایج تجزیه و تحلیل از وجود تاثیر مثبت اعتماد مشتری و عوامل آن بر پذیرش بانکداری الکترونیک حکایت دارد.

(ریاضی و همکاران، ۱۳۹۶) پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر روند به کارگیری بانکداری الکترونیکی صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان داد که از فاکتورهای: عوامل اقتصادی، فرهنگی، و امنیتی اثر معناداری بر به کارگیری بانکداری الکترونیک (بانک ملی استان کهگیلویه و بویراحمد) داشته است.

(حق‌شناس و همکاران، ۱۳۹۵) هدف از پژوهش حاضر عوامل موثر بر پذیرش بانکداری از طریق تلفن همراه می‌باشد. نتایج نشان داد که مزیت نسبی درک شده، سهولت درک شده، سازگاری درک شده، صلاحیت درک شده و تمامیت درک شده بر نگرش نسبت به پذیرش بانکداری موبایلی تاثیر مثبت دارند. از طرفی تاثیر خیرخواهی درک شده بر نگرش نسبت به پذیرش بانکداری از طریق تلفن همراه مورد تایید قرار نگرفت. همچنین تاثیر نگرش نسبت به پذیرش استفاده از بانکداری از طریق تلفن همراه بر قصد رفتاری در خصوص استفاده از بانکداری از طریق تلفن همراه تاثیر مثبت و معنی‌دار داشت.

۸-۱- جامعه آماری و نمونه آماری

جامعه آماری پژوهش حاضر مشتریان و متقاضیان بانکداری تلفن همراه شعب بانک کشاورزی شهرستان بابلسر می‌باشد. که دو شعبه بانک کشاورزی در بابلسر وجود دارد. برای محاسبه تعداد نمونه در جامعه نامحدود از جدول مورگان استفاده شده است که براساس جدول مورگان حجم نمونه ۳۸۴ تعیین شده است.

۹-۱- روش نمونه‌گیری

در این پژوهش پرسشنامه به نسبت مساوی بین دو شعبه پخش شده است و به روش غیراحتمالی در دسترس در اختیار مشتریان قرار گرفته است.

۱۰-۱- روایی و پایایی پرسشنامه

تعیین پایایی (قابلیت اعتماد) پرسشنامه

متغیر	آلفای کرونباخ
انتظارات مربوط به عملکرد	0.7355
انتظارات مربوط به تلاش	0.8866
تمایلات رفتاری	0.8090
پذیرش	0.7900
مجموع	0.820

۱-۱۱- تعیین اعتبار (روایی) پرسشنامه

اعتبار محتوای یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. پرسشنامه این پژوهش توسط استاد راهنما و مشاور تایید شده است و از اعتبار لازم برخوردار می‌باشد.

۱-۱۲- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

در تحقیق حاضر پس از جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات لازم به‌وسیله پرسشنامه، همگی آن‌ها کدگذاری شده، ضمن طبقه‌بندی آن‌ها، آمارهای توصیفی مربوط به داده‌ها محاسبه شده، و در نهایت به‌منظور تأیید یا رد فرضیات طراحی شده در تحقیق به روش علمی، از آزمون‌های مناسب استفاده شد. برای تحلیل داده‌های عمومی و جمعیت‌شناختی جمع‌آوری شده از آزمودنی (مانند سن، جنسیت، تحصیلات و تاهل) عمدتاً از آمار توصیفی توسط نرم‌افزار SPSS و Excel استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌های تحقیق، و به‌منظور بررسی تأثیر هم‌زمان چند متغیر مستقل بر متغیر وابسته از نرم‌افزار SMART PLS و ضریب رگرسیون استفاده شده است.

۱-۱۳- نتایج ضرایب مسیر و آماره تی جهت آزمون فرضیه‌ها

نتیجه	آماره تی	ضریب مسیر	مسیرها	فرضیه
تایید	۶/۴۵۱	۰/۳۰۶	انتظارات عملکرد -> تمایلات رفتاری	اصلی اول
تایید	۲/۲۸۱	۰/۵۲۲	انتظارات تلاش -> تمایلات رفتاری	اصلی دوم
تایید	۴/۲۱۸	۰/۲۳۲	تمایلات رفتاری -> پذیرش	اصلی سوم

۱-۱۴- نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های تحقیق

نتیجه فرضیه اول: انتظارات مربوط به عملکرد بر تمایلات رفتاری در بانک کشاورزی تأثیر معناداری دارد.

در این فرضیه با توجه به اینکه، ضریب مسیر بین انتظارات مربوط به عملکرد و تمایلات رفتاری برابر با ۰/۳۰۶ که مقداری مثبت است و آماره تی برابر با ۶/۴۵۱ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین انتظارات مربوط به عملکرد و تمایلات

رفتاری تایید می‌شود و می‌توان گفت انتظارات مربوط به عملکرد بر تمایلات رفتاری در بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد. بنابراین فرضیه اصلی اول پژوهش تایید می‌گردد.

مقایسه: همچنین با توجه به پیشینه‌های مطالعه شده در این خصوص، مشخص شده است که مطالعات هاشیمان و همکاران در سال ۱۳۹۲ و آلالوان و همکاران در سال ۲۰۱۷ و چاعووالی و همکاران در سال ۲۰۱۶ در راستای این فرضیه می‌باشد.

بررسی فرضیه‌ی دوم: انتظارات مربوط به تلاش بر تمایلات رفتاری مشتریان در بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد.

در این فرضیه با توجه به این که ضریب مسیر بین انتظارات مربوط به تلاش و تمایلات رفتاری برابر با ۰/۵۲۲ که مقداری مثبت است و آماره تی برابر با ۲/۲۸۱ است. که بیشتر از ۱/۹۶ است می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین انتظارات مربوط به تلاش و تمایلات رفتاری تایید می‌شود و می‌توان گفت انتظارات مربوط به تلاش بر تمایلات رفتاری مشتریان در بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد. بنابراین فرضیه اصلی دوم پژوهش تایید می‌گردد.

مقایسه: همچنین با توجه به پیشینه‌های مطالعه شده در این خصوص، مشخص شده است که مطالعات آلالوان و همکاران ۲۰۱۷ و مالاکوویس و همکاران ۲۰۱۶ در راستای این فرضیه می‌باشد.

بررسی فرضیه‌ی سوم: تمایلات رفتاری مشتریان بر پذیرش بانکداری الکترونیکی بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد.

در این فرضیه با توجه به این که، ضریب مسیر بین تمایلات رفتاری مشتریان و پذیرش بانکداری الکترونیکی برابر با ۰/۲۳۲ که مقداری مثبت است و آماره تی برابر با ۴/۲۱۸ است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنادار است و وجود رابطه‌ی معنادار و مثبت بین تمایلات رفتاری مشتریان و پذیرش بانکداری الکترونیکی تایید می‌شود و می‌توان گفت تمایلات رفتاری مشتریان بر پذیرش بانکداری الکترونیکی بانک کشاورزی تاثیر معناداری دارد. بنابراین فرضیه اصلی هشتم پژوهش تایید می‌گردد.

مقایسه: همچنین با توجه به پیشینه‌های مطالعه شده در این خصوص، مشخص شده است که مطالعات وزیری و همکاران در سال ۱۳۹۶ و آلالوان و همکاران در سال ۲۰۱۷ در راستای این فرضیه می‌باشد.

۱۵-۱- پیشنهادهای کاربردی

- پیشنهاد می‌شود که بانک کشاورزی سیستم‌های پاسخگویی سریع از طرق مختلف به‌عنوان مثال وب-سایت‌ها، ارتباط تلفنی، افزایش پاسخگویی حضوری ایجاد کند. زیرا از این طریق می‌تواند ادراک کیفیت خدمات بالا را در مشتریان بانکی افزایش دهد.
- پیشنهاد می‌شود که قرعه‌کشی‌ها و اعطای جوایز در میان افرادی که از خدمات بانکداری همراه استفاده می‌کنند جدی گرفته شود و این قرعه‌کشی‌ها در دوره‌های کوتاه و به مراتب برگزار شود.
- پیشنهاد می‌شود که در بانک کارمندی که مسئول صدور کارت بانکی می‌باشد به‌شخصه این برنامه را در گوشی مشتریان خود نصب کند و به آن‌ها استفاده از این نرم‌افزار را آموزش دهد.

۱۶-۱- محدودیت‌های پژوهش

- انجام تحقیقات علمی معمولاً با مشکلات فراوانی همراه بوده است، زیرا در این‌گونه تحقیقات باید واقعیت‌های علمی مبنا و اساس کار باشند. لذا جمع‌آوری اطلاعات واقعی و تجزیه و تحلیل آن‌ها با مشکلات و موانعی همراه بوده است که در این تحقیق این‌گونه مشکلات عبارتند از:
- فقدان فرهنگ اطلاع‌رسانی در سازمان‌های ایرانی.
 - برخی عدم همکاری‌ها و پائین بودن روحیه همکاری در تکمیل پرسشنامه از طرف نمونه آماری.

۱۷-۱- پیشنهادات برای تحقیقات آتی

مستند به بیان مسأله و تحلیل‌های ارائه شده، موارد ذیل به‌عنوان پیشنهاداتی به‌منظور انجام پژوهش‌های آتی در ارتباط با موضوع تحقیق مطرح می‌گردد:

- بررسی مدل پیشنهادی در این پایان‌نامه، در میان جوامع دیگر (استان دیگر)
- بررسی چگونگی تاثیر فرهنگ بر اعتماد مشتریان و پذیرش بانکداری همراه
- بررسی عوامل مؤثر بر افزایش اعتبار بانک‌ها در محیط بانکداری همراه

منابع

۱. هاشمیان مژده، عیسایی محمدتقی، میکائیلی فتاح، طباطبایی محسن. (۱۳۹۲) عوامل مؤثر بر پذیرش ابزارهای بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان (پیمایشی درباره بانک سامان).
۲. زمانی اشنی، ریحانه (۱۳۹۴) بررسی عوامل مؤثر در پذیرش بانکداری همراه از دیدگاه مشتریان

۳. عثمانی محمد، منصوری ابراهیم، قاسمی معصومه، (۱۳۹۵) بررسی عوامل مؤثر بر نیت رفتاری استفاده کاربران از خدمات اینترنتی بانک کشاورزی با استفاده از تئوری UTAUT
۴. ابراهیمی ابوالقاسم، و سالار جمشید، (۱۳۹۱) ارائه مدلی برای تبیین عوامل مؤثر بر اعتماد در بانکداری الکترونیکی: پیمایشی پیرامون بانک ملی استان آذربایجان غربی
۵. بهروزوزیری مرضیه، (۱۳۹۶)، شناسایی عوامل اعتماد مشتری بر پذیرش بانکداری الکترونیک از طرف مشتری مطالعه موردی: بانک اقتصاد نوین، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری، تهران، موسسه آموزش عالی صالحان
6. Alalwan, A. A., Dwivedi, Y., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2016). Consumer adoption of mobile banking in Jordan: Examining the role of usefulness, ease of use, perceived risk and self-efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1).
7. BuddeComm. (2014). Jordan – Telecoms, mobile broadband and forecasts.. Available from <http://www.budde.com.au/Research/Jordan-Telecoms-MobileBroadband-and-Forecasts.html?r=51>. Accessed: 08 February 2015.
8. Chaouali, W., Yahia, I. B., & Souiden, N. (2016). The interplay of counter-conformity motivation, social influence, and trust in customers' intention to adopt Internet banking services: The case of an emerging country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 28, 209-218.
9. Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., Williams, M. D., & Williams, J. (2013). RFID systems in libraries: An empirical examination of factors affecting system use and user satisfaction. *International Journal of Information Management*, 33(2), 367–377.
10. Hossain, M. A., & Dwivedi, Y. K. (2014). What improves citizens' privacy perceptions toward RFID technology? A cross-country investigation using mixed method approach. *International Journal of Information Management*, 34(6), 711–719.
11. Khraim, H. S., Shoubaki, Y. E., & Khraim, A. S. (2011). Factors affecting Jordanian consumers' adoption of mobile banking services. *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 96–105.
12. Lin, H. F. (2013). Determining the relative importance of mobile banking quality factors. *Computer Standards & Interfaces*, 35(2), 195–204.
13. Malaquias, R. F., & Hwang, Y. (2016). An empirical study on trust in mobile banking: A developing country perspective. *Computers in Human Behavior*, 54, 453-461.
14. Sinha, I., & Mukherjee, S. (2016). Acceptance of technology, related factors in use of off branch e-banking: an Indian case study. *The Journal of High Technology Management Research*, 27(1), 88-100.