

بسمه تعالی



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مؤسسه آموزش عالی پرندک

فرم طرح مقدماتی پایان نامه کارشناسی ارشد
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مؤسسه آموزش عالی پرندک

شماره دانشجویی: ۹۹۱۳۳۰۰۵۷

نام و نام خانوادگی: مهران نوری

ورودی نیمسال اول / دوم سال تحصیلی: نیمسال اول ۱۳۹۹ رشته و گرایش: مالی - بانکداری

عنوان تحقیق: بررسی پیشایندهای پذیرش مشتریان

بانک جهت استفاده از فین تک (فناوری مالی) در خدمات

تاریخ تصویب پروپوزال:

مالی بانکی

فرم شماره (۱)

بسمه تعالی

مدیریت محترم گروه آموزشی

احتراماً، اینجانب **مهران نوری** به شماره دانشجویی **۹۹۱۳۳۰۰۵۷** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مالی - بانکداری که تحصیلات خود را در رشته فوق از نیمسال اول/دوم اول سال تحصیلی ۱۳۹۹ شروع کرده و تاکنون تعداد ۲۰ واحد درسی را با موفقیت گذرانده‌ام، ضمن تقدیم فرم تکمیل شده "فرم طرح مقدماتی پایان نامه کارشناسی ارشد" تقاضای تصویب آن را به عنوان بخشی از برنامه دوره کارشناسی ارشد برابر ضوابط اعلام شده به شرح زیر را دارم.

نام و نام خانودگی دانشجو: **مهران نوری**

تاریخ و امضاء

عنوان پیشنهادی: بررسی **پیشایندهای** پذیرش مشتریان بانک جهت استفاده از فین تک (فناوری مالی) در خدمات مالی بانکی
نظریه مدیر گروه آموزشی:

منظور از پیشنهادها؟
بر اساس عنوان انگلیسی می توان سوابق را استفاده نمود
تجدید نظر در عنوان

نام و نام خانوادگی مدیر گروه:

تاریخ و امضاء

۱- اطلاعات مربوط به دانشجو:

نام و نام خانوادگی: مهرا نوری شماره دانشجویی: ۹۹۱۳۳۰۰۵۷

رشته تحصیلی: مالی گرایش: بانکداری مقطع: کارشناسی ارشد

تاریخ و سال ورود: نیمسال اول ۱۳۹۹ تعداد واحد های گذرانیده: ۲۰ واحد

آدرس پستی در تهران: بزرگراه رسالت (بزرگراه شهید سلیمانی) - مجیدیه جنوبی -

خیابان شهید فرهاد حسینی - پلاک ۱۲ - واحد ۲

تلفن: ۸۸۴۰۲۴۷۴

همراه: ۰۹۱۹۳۹۶۲۹۹۳

آدرس پستی در شهرستان:

تلفن: تلفن

همراه:

۲- اطلاعات مربوط به استاد راهنما و استاد مشاور:

۳- اطلاعات عمومی پایان نامه:

سمت	نام و نام خانوادگی	تخصص یا رشته	رتبه علمی	دانشگاه	امضاء
استاد راهنما	رضا داغانی	حسابداری مالی	دکترای حسابداری	علامه طباطبایی	
استاد مشاور	مهدی فراهانی	اقتصاد (تخصص پولی و مالی)	استادیار	دانشگاه کرج	

الف – عنوان پایان نامه به فارسی:

بررسی پیشایندهای پذیرش مشتریان بانک جهت استفاده از فین تک^۱ (فناوری مالی) در خدمات مالی بانکی

ب- عنوان پایان نامه به زبان انگلیسی:

Investigating the Antecedents of bank customers acceptance to use financial technology (FinTech) in banking financial services

¹ Fintech

ج - تعداد واحد پایان نامه: ۶ واحد

د - اطلاعات اختصاصی پایان نامه:

(۱) بیان مساله تحقیق:

در دنیای کنونی فناوری اطلاعات^۱ با سرعت زیاد در حال توسعه می باشد و همه ی جوانب^۲ کسب و کار را تحت تأثیر خود قرار داده است (هوآنگ و همکاران^۳، ۲۰۲۱). یکی از مهم ترین این جنبه ها، استفاده ی نوآورانه از فناوری اینترنت در علم مالی جهت کمک به شرکت ها برای بهبود عملکرد مالی کسب و کار شان می باشد (استوارت و زائو^۴، ۲۰۰۰؛ شارما^۵، ۲۰۰۲؛ میلیانا و همکاران^۶، ۲۰۱۹). نوآوری تکنولوژیکی^۷ در جهان مالی^۸ منجر به ادغام^۹ و ترکیب^{۱۰} فناوری اطلاعات با علم مالی شده است که

Commented [w2]: چرا مقدمه ارایه نشده است؟

ابتدا مشکل و مساله پیشنهادی را در فضای Commented [w3]: مطالعاتی خود (ایران) شناسایی و مورد بحث قرار دهید و بعد از آن در ادامه به مطالعات صورت گرفته و دیدگاه های مختلف اشاره کنید. بیان مساله بیش از اندازه طولانی است (۴-۵ صفحه) حداکثر در دو صفحه ارایه شود

¹ Information Technology

² facets

³ Hoang., Nguyen., Tran., Nguyen., & Vu

⁴ Stewart & Zhao

⁵ Sharma

⁶ Meyliana., Fernando., Surjandy

⁷ Technological innovation

⁸ finance

⁹ incorporation

¹⁰ combination

نتیجه‌ی آن ظهور فناوری مالی (فین تک)^۱ می‌باشد (نیکولتی^۲، ۲۰۱۷؛ فرناندو^۳، ۲۰۱۸؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱). در سالهای اخیر، فناوری مالی به گرایش و روند (ترند)^۴ اصلی در در جهان کسب و کار تبدیل شده است (هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱). طبق گزارش شرکت خدمات حرفه‌ای آمریکا (اسنچر^۵) میزان سرمایه‌گذاری جهانی در فناوری مالی (فین تک)، از ۱۲/۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به ۱۵۳/۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است که تقریباً یک افزایش ۱۲ برابری را نشان می‌دهد و این استقبال جهانی کماکان در حال افزایش می‌باشد (گابور و بروکس^۶، ۲۰۱۷؛ هو و همکاران^۷، ۲۰۱۹).

فناوری مالی (فین تک) یک فناوری دیجیتال با بلاکچین، کلان داده^۸ (بیگ دیتا) و یک مشاوره‌ی هوشمند سرمایه‌گذاری در قلب خود می‌باشد و به طور گسترده در حوزه‌ی خدمات مالی مورد استفاده قرار گرفته است (هو و همکاران، ۲۰۱۹). فناوری مالی (فین تک) به معنای کاربرد نوآرانه‌ی فناوری در خدمات مالی می‌باشد (سینگ و همکاران^۹، ۲۰۲۱). در گذشته بانکها ارائه دهنده‌ی عمده‌ی خدمات مالی بوده‌اند؛ اما از اواخر دهه‌ی اول قرن ۲۱ میلادی فناوری مالی (فین تک) جهت دیجیتالی‌سازی بخش‌های مختلف کسب و کار مانند پرداخت^{۱۰} (پول الکترونیکی^{۱۱}، پرداخت موبایلی^{۱۲}، پرداخت با کد کیو آر^{۱۳} و غیره)، پس انداز^{۱۴}، سرمایه‌گذاری^{۱۵}، مدیریت دارایی^{۱۶}، بلاکچین^{۱۷} و کاربرد های مرتبط، تأمین اعتبار^{۱۸}، وام^{۱۹}، بیمه^{۲۰} و تجزیه و تحلیل داده‌ها^{۲۱} مورد پذیرش^{۲۲} و استفاده قرار گرفت (داتر و تیلیز^{۲۳}، ۲۰۰۸؛ داتا، ۲۴، ۲۰۱۱؛ وانگلیمپیارات^{۲۵}، ۲۰۱۷؛ استوارت و جورجینز^{۲۶}، ۲۰۱۸). استفاده از فناوری مالی در صنعت بانکداری، انقلابی در ارائه‌ی خدمات مالی بانکی ایجاد کرده، اکوسیستم (زیست

¹ Financial Technology (Fintech)

² Nicoletti,

³ Fernando., Condrobimo., Murad., Tirtamulia., Savina., & Listvo

⁴ trend

⁵ Accenture

⁶ Gabor & Brooks

⁷ Hu., Ding., Li., Chen., & Yang

⁸ big data

⁹ Singh., Sahni., & Kovid

¹⁰ payment

¹¹ electronic money,

¹² mobile payment

¹³ QR code payment

¹⁴ savings

¹⁵ investment

¹⁶ asset management

¹⁷ blockchain

¹⁸ credit

¹⁹ lending

²⁰ insurance

²¹ data analysis

²² Adoption (Acceptance)

²³ Donner & Tellez

²⁴ Datta

²⁵ Wonglimpiyarat

²⁶ Stewart & Jürjens,

بوم)^۱ بانکداری را تغییر داده، مدل‌های کسب کار قبلی و همچنین، مدل های خدمات دهی را به طور کامل دگرگون ساخته است (حمیدی و صفریه، ۲۰۱۹؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱). فناوری مالی در صنعت بانکداری منجر به ارائه ی خدمات بانکی جایگزین با امنیت فوق العاده، سرعت بالا و هزینه ی پایین شده است (رومانووا و کودیسکا^۲، ۲۰۱۶؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

ظهور فین تک برای بانکهای در درجه ی اول یک تهدید، معضل و مسئله ی می باشد، چراکه با ظهور شرکتها ی فناوری مالی (فین تک)^۳، مردم می توانند همان خدمات سنتی بانکی و حتی خدمات نوآورانه ی جدیدی را با سرعت بالاتر، هزینه ی پایین تر و تنوع بیشتر از این شرکت ها دریافت نمایند و اگر بانک ها نتوانند فناوری مالی (فین تک) را به درستی پیاده سازی نمایند مسلماً با شکست مواجه خواهند شد و از گردونه ی رقابت کنار می روند؛ یکی از مهم ترین موضوعات که نقشی استراتژیک در پیاده سازی فناوری مالی (فین تک) در بانک ها دارد، بررسی پذیرش و کنکاش و واریسی عوامل تأثیر گذار بر اتخاذ فناوری مالی (فین تک) توسط مردم یا مشتریان می باشد؛ چراکه درک، شناخت و ایجاد بصیرت های جدید درباره ی طرف تقاضای فناوری مالی (فین تک) یعنی مشتریان، منجر به ارائه ی بهتر خدمات مالی بانکی از طریق فناوری مالی (فین تک) می گردد و حتی می تواند به عنوان یک منبع مزیت رقابتی پایدار برای بانک ها تلقی گردد، رقابت پذیری بانک ها را تقویت نماید گردد و اثربخشی و کارایی خدمات بانکی را به همراه داشته باشد.

هدف استفاده از فناوری مالی (فین تک) در صنعت بانکداری، "بهبود تجربه ی کاربر (مشتری)" و "کارایی خدمات بانکی" می باشد (هو و همکاران، ۲۰۱۹). اما اکثر تحقیقات دهه ی اخیر درباره ی خود استراتژی فناوری مالی (فین تک) و خطرات، ریسک ها و چالشهایی که از طرف عرضه فناوری مالی (فین تک) وجود دارد، انجام شده اند؛ در واقع اکثر تحقیقات به کارایی و اثربخشی خدمات ارائه شده بر مبنای فرایندهای داخلی پرداخته اند و طرف مشتری را نادیده گرفته اند (نصیر و همکاران، ۲۰۲۱). در حالی که بررسی خطرات و ریسک ها طرف تقاضا (مشتریان یا مردم) به مراتب مهمتر از طرف عرضه است؛ چراکه اگر یک بانک به بالاترین فناوری مالی (فین تک) مجهز شود، اما مشتریان آن را نپذیرند هزینه ها و زیانهای جبران ناپذیری بر آنها تحمیل می گردد (چانگ همکاران^۴، ۲۰۱۶؛ هو و همکاران، ۲۰۱۹) لذا بررسی و شناسایی عوامل تأثیرگذار بر پذیرش و استفاده مشتریان از خدمات بانکی ارائه شده از طریق فناوری مالی (فین تک) نقشی حیاتی در موفقیت بانکها و رقابت پذیری بلند مدت آنها ایفا می نماید. در واقع ، مطالعه ی فاکتورهای موثر بر پذیرش خدمات فناوری مالی (فین تک) ارائه شده به وسیله ی بانک، به بانکها کمک می نماید تا خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهند، تماس و ارتباط خود را با مشتریان تقویت نمایند و به بینش کامل تری نسبت به رفتار پذیرش فناوری مالی (فین تک) دست یابند (پریم و همکاران^۵، ۲۰۱۲؛ پریم و سئینک^۶، ۲۰۱۲؛ هو و همکاران، ۲۰۱۹).

¹ ecosystem

² Romānova & Kudinska

³ Fintech companies

⁴ Chang.; Wong.; Lee.; Jeong

⁵ Priem.; Li.; Carr

⁶ Priem.; & Swink

در تحقیق حاضر جهت تعیین میزان پذیرش فناوری مالی (فین تک) توسط مشتریان بانک و نحوه ی تأثیر و تأثر آنها بر یکدیگر شش فاکتور مورد استفاده قرار خواهد گرفت که هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه ی خود از آنها استفاده کردند. در مدل پذیرش آنها دو فاکتور اساسی سودمندی درک شده^۱ و سهولت استفاده ی درک شده^۲ از مدل معروف TAM^۳ اقتباس شده است (که توسط دیویس^۴ (۱۹۸۹) ارائه شد) و چهار فاکتور تصویر برند^۵، اعتماد^۶، ریسک درک شده^۷ و نوآور بودن کاربر^۸ با مطالعه ی ادبیات و پیشینه ی مربوطه استخراج شد. در تحقیق حاضر تأثیر این شش فاکتور بر "نگرش"^۹ مشتریان نسبت به فناوری مالی (فین تک) و تأثیر "نگرش" بر "قصد استفاده"^{۱۰} از آن بررسی می گردد. به عقیده ی دیویس (۱۹۸۹) سودمندی درک شده و سهولت استفاده ی درک شده نقشی حیاتی در ایجاد نگرش مثبت و پذیرش خدمات فناوری مالی (فین تک) ایفا می کنند (هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱). تصویر برند نیز تأثیر مثبت فوق العاده ای بر نگرش نسبت خدمات فناوری مالی (فین تک) و پذیرش و قصد استفاده از آن دارد (دیولین^{۱۱}، ۱۹۹۷؛ پائولینی^{۱۲}، ۲۰۰۳؛ سوچی و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۹؛ خدابنده و لینده^{۱۴}، ۲۰۲۰). همچنین، مطالعات متعددی وجود دارد که نشان می دهد اعتماد نقشی اساسی در نگرش مثبت به یک خدمت مانند فناوری مالی (فین تک) ایفا می نماید (وو و وانگ^{۱۵}، ۲۰۰۵؛ کیو و لی^{۱۶}، ۲۰۰۸؛ مونز-لیو و همکاران^{۱۷}، ۲۰۱۷). ریسک درک شده نیز شکلی از عدم اعتماد است و اکثر محققان عقیده دارند ریسک مالی درک شده دارای تأثیر منفی بر نگرش مشتریان نسبت به خدمات فناوری مالی (فین تک) و استفاده از آن می باشد (لیبرمن و استاچیوسکی^{۱۸}، ۲۰۰۲؛ فورسایت و شی^{۱۹}، ۲۰۰۳؛ کیشاروانی و سینگ بیشت^{۲۰}، ۲۰۱۲؛ مونز-لیو و همکاران، ۲۰۱۷؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱)؛ در نهایت نوآور بودن کاربر (مشتری) به شدت پذیرش اولیه فناوری توسط کاربر اشاره دارد؛ هرچه کاربر نوآورتر باشد به یک خدمت فناورانه ی جدید همچون فناوری مالی (فین تک) نگرش مثبت تری خواهد داشت راحت تر می پذیرد (آلداس-مانزانو و همکاران^{۲۱}، ۲۰۰۹؛ راتن^{۲۲}، ۲۰۱۴؛ تاکور و سریواستوا^{۲۳}،

¹ Perceived Usefulness

² Perceived Ease Of Use

³ Technology acceptance model (مدل پذیرش فناوری)

⁴ Davis

⁵ Brand Image

⁶ Trust

⁷ Perceived risk

⁸ User innovativeness

⁹ Attitude

¹⁰ Intention to Use

¹¹ Devlin

¹² Pauline

¹³ Stocchi., Michaelidou., & Micevski

¹⁴ Khodabandeh and Lindh

¹⁵ Wu & Wang

¹⁶ Qiu & Li

¹⁷ Munoz-Leiva F., Climent-Climent S., & Liébana-Cabanillas

¹⁸ Liebermann & Stashevsky

¹⁹ Forsythe & Shi

²⁰ Kesharwani & Singh Bisht,

²¹ Aldás-Manzano., Lassala-Navarre., & Ruiz-Mafe

²² Ratten

²³ Thakur & Srivastava,

۲۰۱۵؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱). ضمناً "نگرش مثبت" به فناوری از اجزای اصلی مدل TAM می باشد؛ در این مدل نگرش مثبت به فناوری مهمترین پیشبینی کننده ی قصد استفاده از آن و پذیرش و استفاده فناوری می باشد (هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

با توجه به مطالبی که بیان گردید و نظر به اهمیت فناوری مالی (فین تک) در بهبود اثربخشی و کارایی خدمات بانکی، بکارگیری آن توسط بانک ها امری اجتناب ناپذیر می باشد؛ اما بدون شک پیاده سازی موفق فناوری مالی (فین تک) به پذیرش آن توسط مشتریان بستگی دارد و این موضوع مهم ترین مسئله و چالش بانکها و تمامی شرکت هایی که به دنبال استفاده از فناوری مالی (فین تک) هستند، می باشد؛ لذا شناسایی فاکتورهای تأثیرگذار بر پذیرش فناوری مالی (فین تک) و واکاوی تأثیر و تأثیر آنها بر نگرش و قصد استفاده ی مشتریان امری حیاتی می باشد؛ لذا سوال اساسی تحقیق حاضر عبارت است از: عوامل موثر بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) کدامند و این عوامل چگونه بر "قصد استفاده از فناوری مالی (فین تک)" در میان مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران تأثیرگذارند؟

۲) اهمیت موضوع تحقیق:

جهان کنونی در حال ورود به عصر دیجیتالی سازی می باشد و سازمان ها نیز سازگار و همنا با نیازهای محیطی و اجتماعی از طریق به پذیرش، اتخاذ و سرمایه گذاری در فناوریهای جدید خود را برای این عصر آماده کرده اند (نصیر و همکاران^۱، ۲۰۲۱). بانکها نیز از این امر مستثنی نیستند و سعی می کنند روز به روز، سازگار با فناوریهای جدید به تکامل خود ادامه دهند (کیوئی و ژبائو^۲، ۲۰۱۸؛ نصیر و همکاران، ۲۰۲۱). دیجیتالی سازی منجر به ایجاد تغییرات بنیادی در صنعت بانکداری شده است؛ بانک ها بر اساس تغییرات محیطی ساختار و عملیات خود را تغییر داده و به ارائه ی خدمات مختلف جدید به مشتریان می پردازند؛ مانند بانکداری آنلاین، بانکداری موبایلی، پرداخت های موبایلی (پاناگوا^۳، ۲۰۱۸؛ رالوکا^۴، ۲۰۱۹؛ حسن و همکاران^۵، ۲۰۲۱).

فناوری های نوآرانه و فراگیر شدن آنها منجر به ایجاد یک تغییر پارادایمی در صنعت خدمات مالی بانکی فعلی شده است. فناوری مالی (فین تک) یک نوآوری تکنولوژیکی است که بانکداری سنتی و کمپانی های مالی را به چالش کشیده است (انجمن اقتصاد جهانی^۶، ۲۰۱۵؛ سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ ب). بکارگیری فناوری مالی (فین تک) در خدمات بانکی اثربخشی^۷ و کارایی^۸ خدمات مالی بانک ها را ارتقاء و بهبود می بخشد (کیوئی و ژبائو^۹، ۲۰۱۸) و منجر به افزایش سودآوری بانکها، بهبود بهره وری آنها،

¹ Nasir.; Shaukat.; Iqbal Khan.; Hameed.; Alam.; Luo

² Qi & Xiao

³ Yanagawa

⁴ Raluca

⁵ Hasan., Ashcan., & Shao

⁶ World Economic Forum

⁷ Effectiveness

⁸ Efficiency

⁹ Qi & Xiao

ارتقاء کارایی، رشد فزاینده و نهایتاً افزایش رقابت پذیری بانک ها و پایداری بلند مدت آنها می شود (شاخص پذیرش فین تک ای وای^۱، ۲۰۱۶؛ سوبارانو^۲، ۲۰۱۷). تنها در صورتی این منافع حاصل می گردد، که فناوری مالی (فین تک) از سوی مشتریان بانک ها مورد پذیرش واقع شود؛ لذا این فناوری مالی (فین تک) توسط مشتری مورد پذیرش واقع نگردد تمامی سرمایه گذاری ها و منافع متصور حاصل از بکارگیری فناوری مالی (فین تک) به یکباره در معرض نابودی قرار می گیرد. بنابراین با توجه به اهمیت حیاتی "پذیرش فناوری مالی (فین تک)" توسط مشتریان به عنوان متغیری استراتژیک، ضرورت و اهمیت تحقیق و پژوهش در زمینه ی عوامل موثر بر پذیرش فناوری مالی (فین تک) یا پیشایندهای پذیرش آن آشکار می گردد.

در جهان حاضر مشتریان نحوه ی دریافت خدمات مالی را از بانکها به خدمات فین تک تغییر داده اند؛ چراکه خدمات فین تک منجر به بهبود تجربه کاربر و کارایی در ارائه ی خدمات مالی شده اند (سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ ب). پذیرش فناوری مالی (فین تک)، از سوی مشتریان منجر به کاهش موانع سرمایه گذاری (هانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۰)، منجر به کاهش ریسک مشتریان، و دسترسی بهتر مردم به خدمات مالی می شود (شاخص پذیرش فین تک ای وای^۴، ۲۰۱۶؛ سوبارانو^۵، ۲۰۱۷). لذا بانکها خواه ناخواه باید وارد کارزار استفاده از فناوری مالی (فین تک) و این امر خود ضرورت تحقیق و بررسی درباره ی عوامل موثر بر پذیرش فناوری مالی (فین تک) تشدید می کند.

اگرچه روز به روز به کاربران خدمات فین تک افزوده می شود، اما هیچ تحقیقی به طور گسترده به بررسی فاکتورهای موثر بر پذیرش فین تک توسط مشتریان نپرداخته است (پی. وی. سی، ۲۰۱۷؛ سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ ب). در خارج کشور تحقیقات انگشت شماری در این زمینه انجام شده است و در داخل کشور نیز عملاً هیچ تحقیقی به بررسی جامع عوامل موثر پذیرش فناوری مالی (فین تک) نپرداخته است، لذا در این زمینه شکاف نظری و تحقیقاتی عمیقی احساس می گردد و تحقیق حاضر قصد دارد با بکارگیری و گسترش مدل پذیرش فناوری (TAM) به بررسی فاکتورهای موثر بر پذیرش فناوری مالی (فین تک) پرداخته و سهم خود را پر کردن شکاف مذکور به خوبی ایفا نماید.

۳) هدفهای تحقیق:

هدف اصلی

بررسی "عوامل موثر بر نگرش مثبت به فناوری مالی (فین تک)" و چگونگی تأثیر این عوامل بر "قصد استفاده از فناوری مالی (فین تک)"

¹ EY Fintech Adoption Index

² Subbarao

³ Hong., Lu., & Pan

⁴ EY Fintech Adoption Index

⁵ Subbarao

⁶ PWC

هدف های فرعی

- ۱- بررسی تأثیر " تصویر برند " بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک)
 - ۲- بررسی تأثیر " اعتماد " بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک)
 - ۳- بررسی تأثیر " سودمندی درک شده " بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک)
 - ۴- بررسی تأثیر " سهولت استفاده درک شده " بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک)
 - ۵- بررسی تأثیر " ریسک درک شده " بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک)
 - ۶- بررسی تأثیر " نوآور بودن کاربر " بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک)
 - ۷- بررسی تأثیر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) بر "قصد استفاده" از آن
- ۴) فرضیه های تحقیق (بیان روابط بین متغیرهای مورد مطالعه):

فرضیه اصلی

"عوامل موثر بر نگرش مثبت به فناوری مالی (فین تک)" دارای تأثیر معنی دار بر "قصد استفاده از آن" می باشد.

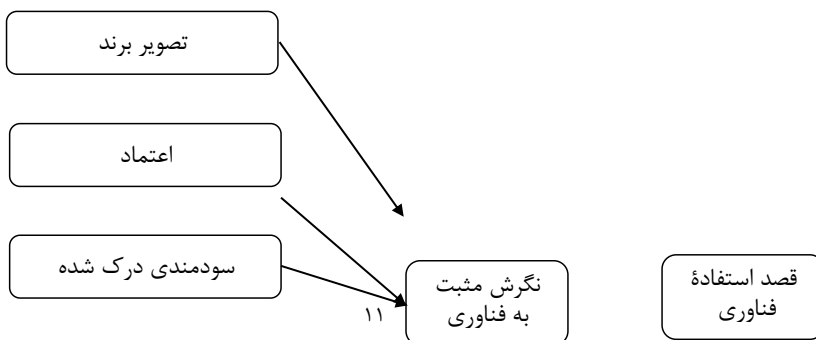
فرضیه های فرعی

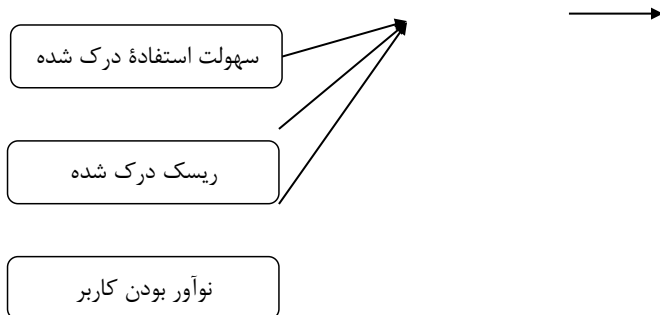
- ۱- " تصویر برند " دارای تأثیر معنی دار بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) می باشد.
- ۲- " اعتماد " دارای تأثیر معنی دار بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) می باشد.
- ۳- " سودمندی درک شده " دارای تأثیر معنی دار بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) می باشد.
- ۴- " سهولت استفاده درک شده " دارای تأثیر معنی دار بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) می باشد.
- ۵- " ریسک درک شده " دارای تأثیر معنی دار بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) می باشد.
- ۶- " نوآور بودن کاربر " دارای تأثیر معنی دار بر "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) می باشد.
- ۷- "نگرش مثبت" به فناوری مالی (فین تک) دارای تأثیر معنی دار بر "قصد استفاده" از آن می باشد.

۵) متغیر های تحقیق در قالب مدل مفهومی:

مدل مفهومی پژوهش نمایانگر روابط تنوریک میان متغیر های پژوهش می باشد که بر اساس مطالعات ادبیات و پیشینه ی نظری طرح گردیده است. مدل مفهومی تحقیق حاضر را نشان می دهد.

مدل تحقیق عنوان این بخش خواهد بود: **Commented [w4]:** متغیرها پس از ارائه مدل براساس نوع طبقه بندی و تعاریف معتبر عملیاتی و مفهومی آنها ارائه می شود. تعاریف عملیاتی براساس شماره سوالات مربوط به هر متغیر در پرسشنامه می باشد





مدل مفهومی تحقیق (منبع: هوآنگ و همکاران ، ۲۰۲۱).

همانطور که در شکل فوق (۱) مشاهده می گردد تحقیق حاضر دارای شش متغیر مستقل، **یک متغیر** **مستقل-وابسته** و یک متغیر وابسته می باشد. متغیرهای مستقل تحقیق شامل ۱- تصویر برند، ۲- اعتماد، ۳- سودمندی درک شده، ۴- سهولت استفاده درک شده، ۵- ریسک درک شده و ۶- نوآور بودن کاربر می باشد. **متغیر مستقل-وابسته** عبارت از نگرش مثبت به فناوری است و متغیر وابسته شامل قصد استفاده فناوری می باشد.

۶) **پیشینه علمی و مطالعات انجام شده گذشته**

پیشینه تجربی داخلی

افتخاری سینجانی و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی تحت عنوان " بررسی تاثیر عوامل موثر بر پذیرش فناوری مالی توسط مشتریان بانک (مطالعه موردی بانک پاسارگاد)" را به انجام رساندند. هدف این تحقیق بررسی و درک بهتر اثرگذاری سودمندی ادراک شده، سهولت ادراک شده، تجربه مشتری، تبلیغات شفاهی، قابلیت اعتمادپذیری بر روی پذیرش فناوری های مالی از سوی مشتریان بانک ها می باشد. این تحقیق از بعد هدف کاربردی بوده و از لحاظ رویکرد تحقیق کمی و دارای استراتژی توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق مشتریان بانک پاسارگاد بوده که از بین آنها تعداد ۳۷۷ نفر به عنوان نمونه توسط فرمول کوکران محاسبه و انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه می باشد و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار PLS استفاده شده است. نتایج نشان می دهد که متغیر سهولت ادراک شده اثر منفی بر اعتماد مشتریان داده و سایر متغیرها بر قابلیت اعتمادپذیری و در نتیجه پذیرش فن آوری مالی اثر مثبت داشته اند.

پاینده و همکاران (۱۴۰۰) تحقیقی تحت عنوان " بررسی نحوه نظارت بر فناوری های نوین مالی فین تک و ارز دیجیتال" را به انجام رساندند. هدف این تحقیق، مرور مقالات علمی و سؤال اصلی مقاله از این قرار است: ادبیات علمی چه دستاوردهایی در زمینه همکاری بانک و فین تک داشته است؟ برای

Commented [w5]: متغیر میانجی: متغیر مستقل - وابسته؟؟؟؟؟ اصلاح شود

Commented [w6]: تعدادی از مطالعات ارایه شده خصوصاً در بخش داخلی ارتباط قابل قبولی با موضوع تحقیق ندارند. به عبارت دیگر نتایج آنها با نتایج احتمالی مربوط به تحقیق پیشنهادی قابل مقایسه نمی باشند و در حوزه های متفاوتی هستند

پاسخ به این سؤال از روش مرور نظام‌مند بر ادبیات (منطبق بر بازبینی پریزما) استفاده شده و ضرورت، سیر تطور، چالش‌ها، پیشران‌ها، منافع، موانع و انواع همکاری بانک و فین‌تک در مقالات علمی بررسی شده است. مهمترین دستاوردهای علمی مقالات ذیل هر کدام از سؤالات فرعی مقاله بررسی شده و در نهایت، پس از بررسی انواع همکاری بانک و فین‌تک در ادبیات علمی، الگوریتم همکاری بانک و فین‌تک ارائه شده است. در پایان، خلاءهای پژوهش‌های پیشین و پیشنهادهایی برای پژوهش آینده بیان شده است.

سلطانی و سلطانی (۱۳۹۹) تحقیقی تحت عنوان "بررسی تأثیر نوآوری و پذیرش فناوری های نوین در بانکداری و ارائه راهکارها" را به انجام رساندند. این تحقیق که به روش توصیفی تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه ای انجام گرفته است، به بررسی مزایا، معایب، فرصت ها و چالش های پیشروی صنعت بانکداری در نوآوری و پذیرش فناوری های نوین پرداخته و در آخر راهکارهای لازم در این خصوص را ارائه داده است. نتایج نشان داد که نوآوری و پذیرش فناوری های نوین در بانکداری باعث بهبود ارائه خدمات و سودآوری بانک ها شده و از طرفی جرایم نیز در سطح بالایی قرار گرفته اند. همچنین موسسات بانکی که می توانند به این چالش ها و فرصت های نوظهور بپردازند، می توانند موفقیت های چشمگیری را کسب کنند، تا موازنه اهداف بلندمدت را با فشار عملکرد کوتاه مدت متعادل کنند. فرصت هایی همچون: تمرکز بر تجارب بانکداری دیجیتال، استفاده از داده ها و هوش مصنوعی، حرکت به سمت رایانش ابری، سرمایه گذاری در حریم خصوصی و افزایش امنیت و... چالش های متعدد مرتبط با مقررات، سیستم های قدیمی، مدل ها و فناوری های مختل کننده، رقبای جدید و سلاقی متفاوت مشتریان روبرو شده است. در ادامه این تحقیق به ارائه راهکارهایی در این زمینه همچون رایانش ابری، استارت آپ ها، ادغام هوش مصنوعی در چت بات های بانکی، رابطه ای نرم افزاری یا API ها و بلاکچین پرداخته شده است.

باغانی (۱۳۹۹) تحقیقی تحت عنوان " بررسی نحوه نظارت بر فناوری های نوین مالی فین تک و ارز دیجیتال " را به انجام رساندند. آنها بیان داشتند با توجه به پیشرفت تکنولوژی، خدمات مالی و بانکی نیز همانند سایر صنعت ها درحال تغییر است و تأثیر فناوری های نوین به نحوی است که ضمن اینکه سودآوری بانک ها و موسسات مالی و اعتباری را افزایش می دهد، سبب افزایش سرعت ارائه خدمات و رضایت مشتریان می گردد. صنعت بانکداری در کشور پیشرفت هایی داشته است، ولی هنوز تغییرات چشمگیری در پلتفرم کسب و کار رخ نداده است بنابراین، لازم است مقررات‌گذاران و مدیران ارشد نظام بانکی، نسبت به فن‌آوری های نوین مالی، نگرشی متفاوت داشته باشند و آن را بعنوان پیشران تحول پلتفرم کسب و کار جدید صنعت بانکی در نظر بگیرند. از فناوری های نوین مالی، فین تک و ارزهای دیجیتال می باشد که در این تحقیق سعی شده ضمن ارائه چارچوب کلی از فناوری های مزبور، روش های نظارتی متداول در کشورهای دیگر بررسی و پیشنهاداتی در خصوص نظارت های فین تک و ارزهای دیجیتال ارائه شود. فین‌تک‌ها و ارز های دیجیتال، می‌توانند شروعی برای عصر جدید خدمات مالی مبتنی بر فن‌آوری باشند که با حمایت بانک‌های کشور و بستر سازی قوانین و مقررات و چارچوب

نظارتی آن توسط بانک مرکزی، پتانسیل و ظرفیت آن را دارند که اکوسیستم بانکی را به نفع مشتریان تغییر دهند.

مرادی و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی تحت عنوان " بررسی فرآیند توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک در ایران: با تأکید بر عوامل و موانع پیش رو" را به انجام رساندند. این پژوهش از منظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها کیفی است و برای نیل به هدف پژوهش از رویکرد نظریه داده بنیاد بهره گرفته شد. گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۱۳ نفر از مدیران خبره بانکی در حوزه فین‌تک‌ها، کارآفرینان و هم‌بنیانگذاران استارت‌آپ‌های فین‌تک و به روش نمونه‌گیری هدفمند انجام گرفت. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا تحلیل شدند. نتایج نشان دادند که مهم‌ترین موانع توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک در ایران عبارت است از: چالش‌های قانون‌گذاری، عدم وجود استراتژی شفاف در بانک‌ها برای همکاری و شرایط کلان سیاسی و اقتصادی کشور به ویژه تحریم‌ها بوده و راهبردهایی از جمله تدوین استانداردها و قوانین جدید متناسب با نیاز استارت‌آپ‌ها و به‌ویژه تسهیل فرآیندهای بانکداری باز و ترسیم نقشه راه تحول دیجیتال صنعت بانکداری با همکاری ذی‌نفعان کلیدی، می‌تواند به توسعه استارت‌آپ‌ها منجر شود.

نجفی و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی تحت عنوان " شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تعامل بانک‌ها و فناوری‌های نوین مالی (فین‌تک‌ها) با رویکرد ترکیبی" را به انجام رساندند. ایت تحقیق با هدف شناسایی و رتبه‌بندی عوامل موثر بر تعامل بانک‌ها و فناوری‌های نوین مالی به روش ترکیبی اکتشافی متوالی انجام شده است. بدین منظور داده‌ها در دو مرحله جمع‌آوری شده‌اند. در بخش کیفی از طریق مصاحبه با ۱۱ تن از مدیران بانک‌ها و ارائه دهندگان خدمات فناورانه مالی که به صورت نمونه گیری قضاوتی هدفمند انتخاب شده‌اند، داده‌ها جمع‌آوری و کدگذاری گردید. چهار دسته عوامل شامل ویژگی‌های ذینفعان، عوامل محیطی، عوامل سازمانی و عوامل مالی شناسایی شدند. سپس در مرحله کمی به شیوه توصیفی پیمایشی، بر مبنای یافته‌های حاصل از مرحله کیفی، پرسشنامه‌ای طراحی و پس از سنجش روایی و پایایی بین ۸۳ نفر از مدیران بانک‌ها و ارائه دهندگان خدمات فناوری مالی که با استفاده از فرمول کوکران و به روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای انتخاب شده‌اند، توزیع گردید، برای بررسی عوامل و رتبه بندی آن‌ها از آزمون‌های ناپارامتریک دوجمله‌ای و فریدمن استفاده شده است یافته‌ها نشان می‌دهد که کلیه عوامل شناسایی شده در حد مطلوبی بر این ارتباط اثر گذارند همچنین، ویژگی‌های ذینفعان بالاترین رتبه و عوامل محیطی، عوامل مالی و عوامل سازمانی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

خانلری و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی تحت عنوان "تبیین و طراحی مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در ایران بر اساس رویکرد داده بنیاد" را به انجام رساندند. هدف این تحقیق تبیین و طراحی مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در ایران هدف اصلی این پژوهش کیفی بود. از نظر سطح اکتشافی، از نظر هدف کاربردی و از منظر روش شناختی در دسته ی پژوهش های کیفی بر اساس رویکرد داده بنیاد است. داده‌ها، توسط مصاحبه های نیمه ساختاریافته از نمونه ۲۴ نفره خبرگان صنعت و دانشگاه گردآوری شده است. یافته ها: ۹ کد

محوری ۳۸ مقوله اصلی و ۴۳۰ کد اولیه، در قالب مدل پارادایمی شامل، شرایط علیّ (عوامل اقتصادی و اشتغالی سال ۱۳۹۱، نوآوری در اقتصاد و تغییر رفتار مشتریان)، مقوله ی اصلی (خلاءنهادی)، عوامل مداخله گر (چالشهای فین تک)، عوامل زمینه ای (توسعه فناوری دیجیتال)، راهبردها (توسعه اکو سیستم فین تک) و پیامدها(مدل بانکداری آینده و تحول در صنعت خدمات مالی) پدیدار شدند. نتیجه‌گیری: یافته های حاصل منجر به کشف و تبیین مدل شکل گیری بازار خدمات بانکی بر اساس فناوری مالی (فین تک) در ایران گردید.

شاه ویسی و همکاران (۱۳۹۹) تحقیقی تحت عنوان " ارائه مدل بهبود عملکرد مالی بانکها بر مبنای فناوریهای نوین مالی" را به انجام رساندند. این تحقیق یک تحقیق کاربردی است. از نظر گردآوری داده‌ها، از نوع آمیخته می‌باشد. جامعه آماری تحقیق در قسمت کیفی ۳۰ نفر به روش نمونه‌گیری گلوله برفی و در قسمت کمی، ۳۸۴ نفر از خبرگان و صاحبانظران حوزه فناوری مالی، مدیران، سرپرستان و کارمندان بانکها تشکیل گردیده است. برای تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل عاملی تأییدی و از نرم افزارهای SPSS و آموس استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که متغیر مستقل با عنوان فناوری‌های نوین مالی از طریق شاخص‌های کاهش هزینه، بهبود آرایه خدمات مالی، افزایش درآمد، امنیت مالی، شفافیت مالی، مدیریت دارایی‌ها، افزایش جریان نقدی، کاهش عدم تقارن اطلاعات و زمان انجام حساسی، بر متغیر وابسته(بهبود عملکرد مالی بانکها) مؤثر است.

مغنی و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی تحت عنوان " چگونگی تاثیر گسترش فناوری‌های مالی بر بهبود عملکرد خدمات مالی" را به انجام رساندند. در این تحقیق کیفیت خدمات بانکداری نوین تابعی از شخصی سازی خدمات و اطلاعات، پایداری، سهولت دسترسی به خدمات، امنیت و احراز هویت و نوآوری خدمات مالی و بانکی می باشد. در نمونه ای متشکل از ۳۸۵ متخصص و صاحب نظر با روش ترکیبی کیفی و کمی نقش امنیت خدمات بر اساس ضرایب استاندارد ۰,۷۰۵، سهولت خدمات ۰,۸۶، نوآوری خدمات ۰,۷۸۲، پایداری خدمات ۰,۶۶۸ و شخصی سازی خدمات ۰,۷۹۶، برآورد شده است. در ضرایب استاندارد سهولت خدمات و شخصی سازی خدمات و نوآوری خدمات بیشتری کمیت را داشته اند.

اسدالله و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی تحت عنوان " الگوی کسب و کار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتکها و استارت‌آپ‌های مالی" را به انجام رساندند. این تحقیق این مقاله با هدف شناسایی مولفه‌ها و عوامل تاثیرگذار و تاثیرپذیر بر مدل کسب و کار بانکداری الکترونیک در قالب پیشران‌ها و پیامدها با استفاده از ادبیات موضوع و روش فراترکیب، همچنین نظرسنجی از خبرگان به کمک پرسشنامه و تکنیک دلفی، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (قضاوتی و گلوله برفی) از نظرات ۱۷ خبره دانشگاهی و ۱۷ مدیر یکی از بانک‌های خصوصی کشور بهره گرفته است. جهت توقف نظرسنجی از ضریب توافق کندال استفاده شده و از آزمون فریدمن نیز اولویت مولفه‌ها شناسایی گردیده است. نتایج نشان می‌دهد که از نظر خبرگان در حوزه پیشران‌های مدل کسب و کار بانکداری الکترونیک به ترتیب شاخص‌های ساختار موسسات مالی، بخش‌بندی مشتریان، توسعه‌دهندگان فناوری‌های مالی و محیط کسب و کار دارای بیشترین اهمیت می‌باشند. در خصوص ابعاد مدل کسب و کار نیز به ترتیب خدمات پیشنهادی ارائه شده دارای بیشترین اهمیت و پس از آن سازه ارتباطی مشتریان، مدیریت زیرساخت و

جنبه مالی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در حوزه پیامدهای طراحی مدل کسب و کار بانکداری الکترونیک نیز به ترتیب شاخص‌های بهبود فضای کسب و کار، بهبود عملکرد سازمانی و رواج بانکداری مجازی دارای بیشترین اهمیت است.

نوروزی مبارکه و عراقی زاده (۱۳۹۷) تحقیقی تحت عنوان " بررسی عوامل موثر بر اتخاذ بانکداری همراه توسط مشتریان: توسعه و گسترش UTAUT2 همراه با اعتماد (مورد مطالعه: بانک شهر در شهر تهران)" را به انجام رساندند. هدف از این تحقیق بررسی عوامل موثر بر اتخاذ بانکداری همراه توسط مشتریان: توسعه و گسترش UTAUT2 همراه با اعتماد (مورد مطالعه: بانک شهر در شهر تهران) است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل کلیه مشتریانی است که از خدمات الکترونیکی بانک شهر در شهر تهران استفاده می‌کنند که تعداد آنها نامحدود می‌باشند که با روش تصادفی ساده تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی - همبستگی است. بر حسب روش تحقیق و نوع داده‌های مورد نیاز در این پژوهش ابزار مورد استفاده پرسشنامه استاندارد می‌باشد. برای اندازه‌گیری پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرانباخ استفاده شد که مقدار آن برابر ۰/۸۹۹ / ۰ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS22 بوده است. یافته‌ها بیانگر آن است که نیت رفتاری به صورت قابل توجه و به طور مثبت توسط امید به عملکرد، امید به تلاش، نفوذ و تاثیر اجتماعی، شرایط تسهیل کننده، انگیزه‌ی درونی، ارزش قیمت، اعتماد و اطمینان تحت تاثیر قرار می‌گیرد.

دهدشتی شاهره و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی تحت عنوان " تأثیر عوامل مؤثر بر پذیرش موبایل‌بانک در بانک صادرات ایران" را به انجام رساندند. هدف از این پژوهش بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر قصد رفتاری و پذیرش موبایل بانک در بانک صادرات ایران براساس یک مدل جامع و جدید است. داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه که به صورت طیف لیکرت بین ۲۰۷ نفر از مشتریان بانک در طی زمانی ۱ ماه با در نظر گرفتن روش نمونه‌گیری خوشه‌ای در دسترس توزیع گردید، جمع‌آوری شده‌اند. لذا این مطالعه از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ محتوی، توصیفی- پیمایشی است. نتایج تحلیل آماری با استفاده از مدلیابی معادلات ساختاری و نرم افزار AMOS نشان داد که عملکرد مورد انتظار، تلاش مورد انتظار، تأثیر اجتماعی، شرایط تسهیل کننده، ارزش قیمت و اعتماد اولیه تأثیر مثبتی بر قصد رفتاری دارند. همچنین تمایل شخصی به اعتماد و اطمینان ساختاری بر اعتماد اولیه تأثیر گذارند. نتایج همچنین نشان داد که عوامل انگیزه لذت، عادت و شهرت بانک بر قصد رفتاری تأثیری ندارند. همچنین بین شهرت بانک و اعتماد اولیه نیز هیچگونه رابطه‌ای یافت نشد و در نهایت نتایج نشان داد که قصد رفتاری بر پذیرش موبایل بانک تأثیر مثبتی دارد.

شاه بنده نجف آبادی (۱۳۹۶) تحقیقی تحت عنوان " بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری از طریق موبایل براساس مدل پذیرش فناوری TAM مطالعه موردی: شعب بانک تجارت نجف آباد" را به انجام رساندند. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی عملی و از نوع روش، توصیفی پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه مشتریان بانک تجارت شهرستان نجف آباد می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی، ۳۸۴ نفر از مشتریان به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. ابزار جمع‌آوری اطلاعات،

پرسشنامه محقق ساخته با تعداد ۲۴ سوال می باشد که از پرسشنامه ای که شامل مشخصات فردی و سوال های اصلی که ویژه ی بررسی فرضیه های تحقیق می باشد، استفاده شده است. روایی آن با استفاده از نظر اساتید راهنما، متخصصان و صاحب نظران مدیریت و همچنین با استفاده از نرم افزار AMOS و پایایی آن، از طریق شاخص آلفای کرونباخ معادل ۰/۹۶ / به دست آمده است. بر اساس نتایج بدست آمده همه فرضیه های پژوهش به خصوص تأثیر مثبت سودمندی درک شده، سهولت استفاده ی درک شده و نگرش مثبت به فناوری بر پذیرش و استفاده از بانکداری موبایلی مورد تایید است.

قلی زاده و قاسم نژاد (۱۳۹۵) تحقیقی تحت عنوان " بانکداری و فینتک: چالش یا فرصت؟" را به انجام رساندند. آنها بیان کردند رشد سریع فینتکها، دورنمای کسب و کار بانکداری را که نیازمند راه حل های نوآورانه تر بود، تغییر داده است. گروهی در صنعت خدمات مالی، پیشرفت فینتک را به عنوان یک تهدید برای صنعت بانکداری سنتی می پندارند و برخی معتقدند که فینتک یک چالشی است که می توان آن را تبدیل به فرصت نمود. بر همین اساس هدف اصلی این مقاله، تحلیل روندهای اخیر در بانکداری، شناسایی فرصت ها و ریسک های فینتک برای بانکها است. بنابراین در این تحقیق پس از بررسی روندهای اخیر در فینتک و بانکداری، توسعه نوآوری های مالی و بازار تکنولوژی مورد مطالعه قرار گرفته و ریسک های عمده مرتبط با فینتک و نوآوری های مالی که بانکها در سطح خرد و کلان با آن مواجه هستند را شناسایی می کند و در نهایت مجموعه دستورالعمل های کاربردی را برای بانک های تجاری به منظور تقویت موقعیتشان در نوآوری های مالی و کنترل ریسک های مرتبط با معرفی نوآوری های مالی ارائه می کند.

برادران (۱۳۹۴) تحقیقی تحت عنوان " عوامل موثر بر پذیرش اینترنت بانک اشخاص حقوقی بر اساس توسعه مدل پذیرش فناوری (مورد مطالعه: بانک اقتصاد نوین)" را به انجام رساندند. با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت بانکداری، برخی از بانکها اقدام به توسعه خدمات بانکداری الکترونیک برای مشتریان حقوقی خود نموده اند. ظهور فناوری اینترنت بانک اشخاص حقوقی نمونه ای از این خدمات است. لازمه موفقیت و پذیرش این خدمات مانند هر فناوری دیگری نیاز به مطالعه و شناسایی مؤلفه های مؤثر بر پذیرش آن توسط کاربران دارد. در این مقاله ضمن مطالعه ادبیات تحقیق، مدل پذیرش فناوری (TAM) متناسب با فناوری بانکداری الکترونیک اشخاص حقوقی و بر مبنای مصاحبه های انجام شده با خبرگان صنعت بانکداری توسعه داده شده است. پرسشنامه ای بر مبنای آن طراحی شده و بین مشتریان بانک اقتصاد نوین (اولین بانک خصوصی کشور) توزیع شده تا میزان تأثیر مؤلفه های مختلف شناسایی شده بر پذیرش این فناوری بررسی شود. از رویکرد معادلات ساختاری برای بررسی فرضیه های تحقیق و تأیید مدل مفهومی تحقیق استفاده شده است. نتایج مدل آماری نشان می دهد، مدل پیشنهادی برازنده داده ها می باشد و مؤلفه های اعتماد و امنیت بیشترین تأثیر را بر پذیرش این فناوری دارد. همچنین هیجان های درونی کاربران حقوقی بر خلاف کاربران حقیقی بر پذیرش این نوع فناوری تأثیری ندارد.

پیشینه تجربی خارجی

هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان "پذیرش مشتریان نسبت به خدمات مالی ارائه شده بانک ها و مشارکت فین تک ها: شواهدی از یک اقتصاد در حال گذار" را در میان ۲۳۴ مشتری که از خدمات مالی فین تک بانکهای ویتنام استفاده می کردند، انجام دادند. یافته های تحقیق مبتنی بر روش مدلیابی معادلات ساختاری (SEM) نشان داد چهار متغیر سودمندی درک شده، تصویر برند، نوآور بودن کاربر و اعتماد دارای تأثیر مثبت و معنی دار بر نگرش مثبت به فناوری می باشد؛ اما تأثیر مثبت دو متغیر سهولت استفاده ی درک شده و ریسک درک شده مورد تأیید واقع نشد؛ و نهایتاً، نتایج نشان داد که نگرش مثبت به اینترنت تأثیر مثبت و معنی داری روی قصد استفاده از فناوری دارد.

حسن و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان "ارزیابی محرک های پذیرش فین تک در هلند" بررسی اعتماد و پاسخگویی به عنوان پیشایندهای قصد استفاده از خدمات مالی فین تک را در میان ۲۰۴ کاربر که از خدمات مالی فین تک در کشور هلند استفاده می کردند، انجام دادند. یافته های این تحقیق نشان داد که ایمنی درک شده از فناوری فین تک، اعتماد به فناوری فین تک، سودمندی درک شده از فناوری فین تک، سهولت استفاده ی درک شده از فناوری فین تک دارای تأثیر مثبت و معنی دار بر پذیرش فین تک و زیان مالی درک شده دارای تأثیر منفی و معنی دار بر پذیرش فین تک دارد.

نصیر و همکاران (۲۰۲۱) تحقیقی با عنوان "روند ها و جهت های فناوری مالی (فین تک) در جامعه و محیط: یک مطالعه ی کتابشناسانه"^۱ را انجام دادند. نتایج ناشی از نرم افزار بیبلیومتریکس^۳ نشان داد که مجموعه مقالات کنفرانس بین المللی ACM منبع اصلی و مادر^۲ ادبیات منتشر شده درباره ی فناوری مالی (فین تک) می باشد. کشر چین در زمینه ی انتشارات متون مرتبط با فناوری مالی (فین تک) در رتبه ی اول جای دارد. دانشگاه بینا ناسانتارا^۴ دارای بیشترین محقق درباره ی فناوری مالی (فین تک) می باشد. آرتر و باکلی^۴ تأثیرگذارترین ادبیات مرتبط با فناوری مالی (فین تک) را ارائه دادند. یافته های این مطالعه نشان داد که ۳ جریان تحقیقاتی عمده آتی عبارتند از: رمز ارزها، قراردادهای هوشمند^۵ و فناوری مالی.

سینگ و همکاران (۲۰۲۱ الف) تحقیقی با عنوان "بررسی پیشایندهای پذیرش فین تک با استفاده از مدل پذیرش فناوری به روز شده" را در میان ۸۵۰ کاربر که از خدمات مالی فین تک در شهر دهلی نو هندوستان استفاده می کردند، انجام دادند. یافته های تحقیق نشان داد که "سهولت استفاده درک شده" دارای تأثیر مثبت و معنی دار سودمندی درک شده، قصد استفاده و استفاده ی واقعی، "امنیت" دارای تأثیر مثبت و معنی دار سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده و پاسخگویی، "پاسخگویی" دارای تأثیر مثبت و معنی دار بر سودمندی درک شده و سهولت استفاده درک شده، "نفوذ اجتماعی" دارای تأثیر مثبت و معنی دار بر سهولت استفاده درک شده و استفاده ی واقعی، و نهایتاً، سودمندی درک شده دارای تأثیر مثبت و معنی دار قصد استفاده می باشد.

¹Bibliometric

² core source

³ Bina Nusantara

⁴ Arner and Buckley

⁵ cryptocurrencies

⁶ smart contracts

سینگ و همکاران (۲۰۲۱ ب) تحقیقی با عنوان "بررسی اعتماد و پاسخگویی به عنوان پیشایندهای قصد استفاده از خدمات مالی فینک تک" را در میان ۴۳۹ کاربر که از خدمات مالی فین تک در شهر دهلی نو هندوستان استفاده می کردند، انجام دادند. یافته ها نشان داد که اعتماد دارای اثر مثبت و معنی دار بر سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده و قصد استفاده از فناوری می باشد. پاسخگویی نیز دارای اثر مثبت و معنی دار بر سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده و قصد استفاده از فناوری می باشد. سودمندی درک شده اثر مثبت و معنی دار بر سهولت استفاده درک شده دارد. نهایتاً، سودمندی درک شده و سهولت استفاده درک شده دارای اثر مثبت و معنی دار بر قصد استفاده از فناوری می باشد.

هو و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان "قصد پذیرش خدمات فین تک برای کاربران بانک: یک بررسی تجربی از طریق مدل پذیرش فناوری گسترش یافته" را در میان ۳۸۷ نفر کاربر که از خدمات مالی فین تک در کشور چین استفاده می کردند، انجام دادند. یافته های تحقیق نشان داد "سهولت استفاده درک شده" دارای تأثیر مثبت معنی که "سودمندی درک شده"؛ تصویر برند، حمایت دولت، نوآور بودن کاربر و اعتماد دارای اثر مثبت و معنی دار بر سودمندی درک شده "نگرش مثبت به برند"؛ تصویر برند، حمایت دولت، نوآور بودن کاربر دارای اثر مثبت و معنی دار بر "اعتماد" و ریسک درک شده دارای اثر منفی و معنی دار بر "اعتماد"؛ "اعتماد" دارای اثر مثبت و معنی دار بر "نگرش مثبت به برند" و "نگرش مثبت به برند" دارای اثر مثبت و معنی دار بر "قصد استفاده" می باشد.

میلیانا و همکاران (۲۰۱۹) تحقیقی با عنوان "تأثیر ریسک درک شده و اعتماد در پذیرش خدمات فین تک در اندونزی" را در میان ۵۴۸ کاربر که از خدمات مالی فین تک در کشور اندونزی استفاده می کردند، انجام دادند. نتایج نشان داد که اعتماد دارای اثر مثبت و معنی دار بر سودمندی درک شده می باشد. سهولت استفاده درک شده دارای اثر مثبت و معنی دار بر سودمندی درک شده و بر نگرش مثبت به فین تک می باشد. سودمندی درک شده دارای اثر مثبت و معنی دار بر قصد استفاده از فین تک و نگرش مثبت به فین تک دارای اثر مثبت و معنی دار بر قصد استفاده از فین تک می باشد. همچنین، یافته ها نشان داد که ریسک درک شده تأثیری بر سودمندی درک شده ندارد و سودمندی درک شده نیز بر نگرش مثبت به فین تک تأثیری ندارد.

۷ روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی است؛ زیرا هدف اساسی آن بهبود و ارتقاء "قصد استفاده از فناوری مالی (فین تک)" در میان مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران می باشد. همچنین، روش انجام پژوهش از لحاظ ماهیت و نحوه ی گرد آوری داده ها توصیفی – همبستگی و از نوع پیمایشی می باشد. بر این اساس توصیفی است که به تشریح شرایط موجود متغیرهای تحقیق در میان مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران یعنی آنچه که هست می پردازد و از این نظر همبستگی می باشد که به واکاوی روابط و همبستگی بین شش متغیر تصویر برند، اعتماد، سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده، ریسک درک شده و نوآور بودن کاربر با نگرش مثبت به فناوری مالی (فین تک) و تأثیر نگرش مثبت به فناوری مالی (فین تک) بر قصد استفاده از آن می پردازد. همچنین، از آنجایی که به

پیمایش مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران می پردازد، پیمایشی است و از نظر فلسفه و پارادایم تحقیقی، تحقیق حاضر در حیطه ی پارادایم اثباتی قرار می گیرد. در این پژوهش هم از مطالعات کتابخانه ای و هم از مطالعات میدانی استفاده خواهد شد. به منظور آشنایی با ادبیات و پیشینه تحقیق و تسلط بر موضوع تحقیق از مطالعات کتابخانه ای استفاده می شود و به منظور تحقق هدف اصلی پژوهش، از مطالعات میدانی و توزیع پرسشنامه استفاده خواهد شد.

۸) جامعه آماری و حجم آن:

جامعه آماری این تحقیق شامل "مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران" می باشند که جامعه ی بزرگ می باشد که اطلاعات دقیقی از تعداد این مشتریان در دسترس نیست؛ لذا چارچوب جامعه ی آماری تحقیق حاضر نامحدود و نامشخص می باشد.

۹) برآورد حجم نمونه و روش نمونه گیری (در صورت نمونه گیری):

در تحقیق کنونی با توجه به نامحدود و نامشخص بودن چارچوب جامعه آماری (تعداد مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران)، برای تعیین حجم نمونه باید از فرمول نمونه گیری از جامعه ی نامحدود استفاده کرد. این فرمول در ذیل نشان داده شده است:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{\epsilon^2}$$

مفروضات: $\alpha = 0.05$ ، $p = q = 0.5$ ، $\epsilon = 0.05$

بر اساس فرمول تعیین حجم نمونه ی نامحدود فوق و مفروضات آن تعداد نمونه ی مورد نیاز پژوهش حاضر به صورت ذیل محاسبه شده است:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{\epsilon^2} = \frac{1.96^2 0.5 * 0.5}{0.05^2} = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 \approx 385$$

بنابراین با توجه به محاسبات فوق مقدار نمونه ی آماری که باید پرسشنامه ی پژوهش را میان آن ها توزیع نمود ۳۸۵ نفر از مشتریان بانک اقتصاد نوین کلانشهر تهران خواهد بود. همچنین روش نمونه گیری این پژوهش نمونه گیری در دسترس است؛ نمونه گیری در دسترس روشی از نمونه گیری غیر احتمالی است و در پژوهش هایی بکار می رود که مقدار جامعه ی آماری مشخص نیست و پژوهش گر مجبور است، ابزار تحقیق (پرسشنامه) را به افرادی بدهد که در دسترس او می باشند.

۱۰) ابزار گرد آوری اطلاعات:

ابزار گرد آوری اطلاعات در تحقیق حاضر پرسشنامه ها استاندارد می باشد. در این تحقیق برای سنجش متغیرهای ۸ گانه ی تحقیق از پرسشنامه ی ۲۳ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۰) استفاده خواهد است. در این پرسشنامه گویه های ۱-۳ متعلق به متغیر تصویر برند (۳ سوال)، گویه های ۴-۵ متعلق به متغیر اعتماد (۲ سوال)، گویه های ۶-۹ متعلق به متغیر سودمندی درک شده (۴ سوال)، گویه های ۱۰-۱۲ متعلق به متغیر سهولت استفاده درک شده (۳ سوال)، گویه های ۱۳-۱۵ متعلق به متغیر ریسک درک شده (۳ سوال)، گویه های ۱۶-۱۷ متعلق به متغیر نوآور بودن کاربر (۲ سوال)، گویه های ۱۸-۲۰ متعلق به متغیر نگرش مثبت به فناوری (۳ سوال) و گویه های ۲۱-۲۳ متعلق به متغیر قصد

استفاده فناوری (۳ سوال) می باشد. مقیاس سنجش نیز طیف ۵ درجه ای لیکرت می باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱) می باشد. جهت اطمینان از روایی پرسشنامه ها نیز از روایی محتوا و نظر خبرگان و به منظور اطمینان از پایایی پرسشنامه ها نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده خواهد شد.

۱۱) روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:

در پژوهش کنونی به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از: ۱- آمار توصیفی و ۲- آمار استنباطی استفاده می گردد. آمار توصیفی به منظور الف: بررسی اطلاعات دموگرافیک نمونه ی تحقیق و ب: توصیف متغیر های تحقیق در نمونه استفاده می شود؛ سپس در سطح استنباطی ابتدا به منظور تعیین نرمال بودن توزیع داده ها ی حاصل از پرسشنامه تحقیق باید آزمون کولموگروف - اسمیرنوف استفاده گردد. چنانچه توزیع داده های حاصل از پرسشنامه ی تحقیق نرمال باشد، باید از آزمون های آماری پارامتریک جهت تحقق هدف پژوهش استفاده نمود و بنابراین، ضریب همبستگی پیرسون، آزمون t تست تک نمونه ای، و مدل یابی معادلات ساختاری (SEM) بر اساس تحلیل کوواریانس ها از طریق نرم افزار LISREL 8.8 مورد استفاده خواهد بود و اگر توزیع داده های حاصل از پرسشنامه ی تحقیق غیر نرمال باشد، باید از آزمون های آماری ناپارامتریک جهت دستیابی به هدف پژوهش استفاده نمود و بنابراین به جای همبستگی پیرسون از همبستگی اسپیرمن، به جای آزمون t تست تک نمونه ای از آزمون دوجمله ای و به جای مدلیابی معادلات ساختاری (SEM) بر اساس تحلیل کوواریانس ها از حداقل مربعات جزئی یا PLS بر اساس واریانس ها از طریق نرم افزار SMART PLS استفاده خواهد شد. برخی از محاسبات مرتبط نیز با استفاده از نرم افزار SPSS 25 صورت خواهد پذیرفت.

۱۲) متغیرها و واژه های کلیدی:

۱-۱۳- تعریف نظری متغیرها

تصویر برند: تصویر برند یک دارایی نامحسوس^۱ با ارزش اقتصادی می باشد که یک شرکت را از شرکت دیگر متمایز می سازد و نمایش دهنده ی شهرت آن می باشد (پارک همکاران، ۲۰۱۵؛ هو و همکاران، ۲۰۱۹؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

اعتماد: اعتماد یک ادراک روانشناختی می باشد که نشان می دهد آیا فناوری منفعت^۳ و خیر^۴ کاربر خود را در نظر می گیرد (بونوچی^۵، ۲۰۰۵؛ سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ ب).

سودمندی درک شده: به عقیده ی دیویس (۱۹۸۹) سودمندی درک شده به حدی اشاره دارد که شخص اعتقاد دارد استفاده از فناوری بهره وری^۶ یا عملکرد^۷ او را در زمینه ی مورد نظر ارتقاء می بخشد (سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ الف؛ سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ ب؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

^۱ intangible asset

^۲ Park., Kim.; & Ohm

^۳ benefit

^۴ benevolent

^۵ Bunduchi

^۶ Productivity

^۷ performance

سهولت استفاده درک شده: سهولت استفاده ی درک شده به ادراک فرد درباره ی آسانی و ساده بودن استفاده از فناوری زمینه ی مورد نظر اشاره دارد (هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱). در واقع، سهولت استفاده ی درک شده به ادراک فرد درباره ی عاری از تلاش بودن^۱ استفاده از فناوری (سینگ و همکاران، ۲۰۲۱ ب).

ریسک درک: ریسک درک شده شکلی از عدم اطمینان می باشد و شامل ریسک مالی و ریسک حریم خصوصی^۲ است. ریسک مالی به ادراک فرد درباره ی ضرری است که فناوری می تواند به دارایی شخص وارد نماید و ریسک حریم خصوصی به ادراک فرد درباره ی افشاء اطلاعات شخصی و مرتبط با تراکنش در هنگام استفاده از فناوری از طریق اینترنت اشاره دارد (هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

نوآور بودن کاربر: نوآور بودن کاربر به عنوان درجه ی پذیرش اولیه ی فناوری اشاره دارد و اینکه فرد چقدر تمایل دارد به جست و جوی محصولات جدید، فناوری ها و یا خدمات جدید بپردازد (هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

نگرش مثبت به فناوری: نگرش مثبت به قضات ذهنی^۳ و گرایش های شخصی^۴ کاربرد درباره ی استفاده از فناوری اشاره دارد (ژائو و همکاران^۵، ۲۰۱۰؛ هو و همکاران، ۲۰۱۹).

قصد استفاده فناوری: قصد استفاده فناوری به تمایل فرد جهت استفاده از فناوری در آینده ای نزدیک اشاره دارد و پیشبینی کننده ی قوی رفتار یا استفاده واقعی از فناوری می باشد (فیشبین آجنز^۶، ۱۹۷۷؛ هوآنگ و همکاران، ۲۰۲۱).

۲-۱۳- تعریف عملیاتی متغیرها

تصویر برند: منظور از تعریف عملیاتی "تصویر برند"، نمره ای است که آزمودنی از متغیر "تصویر برند" در پرسشنامه به دست می آورد. برای اندازه گیری متغیر "تصویر برند"، پرسشنامه ی استاندارد ۳ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورداستفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجها دارای طیف ۵ درجه ای لیکرت به این صورت می باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره ی متغیر "تصویر برند"، ۳ و حداکثر نمره ۱۵ می باشد؛ کسی که نمره ی ۹ بگیرد از نظر نمره ی "تصویر برند" در وضعیت متوسطی قرار دارد.

اعتماد: منظور از تعریف عملیاتی "اعتماد"، نمره ای است که آزمودنی از متغیر "اعتماد" در پرسشنامه به دست می آورد. برای اندازه گیری متغیر "اعتماد"، پرسشنامه ی استاندارد ۲ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورداستفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجها دارای طیف ۵ درجه ای لیکرت به این صورت می باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره ی متغیر "اعتماد"، ۲ و حداکثر نمره ۱۰ می باشد؛ کسی که نمره ی ۶ بگیرد از نظر نمره ی "اعتماد" در وضعیت متوسطی قرار دارد.

¹ be free of effort

² privacy

³ subjective judgment

⁴ personal tendencies

⁵ Zhao.; Koenig-Lewis.; Hammer-Lloyd.; & Ward

⁶ Fishbein & Ajzen

سودمندی درک شده: منظور از تعریف عملیاتی " سودمندی درک شده "، نمره‌ای است که آزمودنی از متغیر " سودمندی درک شده " در پرسشنامه به دست می‌آورد. برای اندازه‌گیری متغیر " سودمندی درک شده "، پرسشنامه ی استاندارد ۴ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجه‌ها دارای طیف ۵ درجه‌ای لیکرت به این صورت می‌باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی‌نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره‌ی متغیر " سودمندی درک شده "، ۴ و حداکثر نمره ۲۰ می‌باشد؛ کسی که نمره‌ی ۱۲ بگیرد از نظر نمره‌ی " سودمندی درک شده " در وضعیت متوسطی قرار دارد.

سهولت استفاده درک شده: منظور از تعریف عملیاتی " سهولت استفاده درک شده "، نمره‌ای است که آزمودنی از متغیر " سهولت استفاده درک شده " در پرسشنامه به دست می‌آورد. برای اندازه‌گیری متغیر " سهولت استفاده درک شده "، پرسشنامه ی استاندارد ۳ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجه‌ها دارای طیف ۵ درجه‌ای لیکرت به این صورت می‌باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی‌نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره‌ی متغیر " سهولت استفاده درک شده "، ۳ و حداکثر نمره ۱۵ می‌باشد؛ کسی که نمره‌ی ۹ بگیرد از نظر نمره‌ی " سهولت استفاده درک شده " در وضعیت متوسطی قرار دارد.

ریسک درک شده: منظور از تعریف عملیاتی " ریسک درک شده "، نمره‌ای است که آزمودنی از متغیر " ریسک درک شده " در پرسشنامه به دست می‌آورد. برای اندازه‌گیری متغیر " ریسک درک شده "، پرسشنامه ی استاندارد ۳ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجه‌ها دارای طیف ۵ درجه‌ای لیکرت به این صورت می‌باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی‌نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره‌ی متغیر " ریسک درک شده "، ۳ و حداکثر نمره ۱۵ می‌باشد؛ کسی که نمره‌ی ۹ بگیرد از نظر نمره‌ی " ریسک درک شده " در وضعیت متوسطی قرار دارد.

نوآور بودن کاربر: منظور از تعریف عملیاتی " نوآور بودن کاربر "، نمره‌ای است که آزمودنی از متغیر " نوآور بودن کاربر " در پرسشنامه به دست می‌آورد. برای اندازه‌گیری متغیر " نوآور بودن کاربر "، پرسشنامه ی استاندارد ۲ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجه‌ها دارای طیف ۵ درجه‌ای لیکرت به این صورت می‌باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی‌نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره‌ی متغیر " نوآور بودن کاربر "، ۲ و حداکثر نمره ۱۰ می‌باشد؛ کسی که نمره‌ی ۶ بگیرد از نظر نمره‌ی " نوآور بودن کاربر " در وضعیت متوسطی قرار دارد.

نگرش مثبت به فناوری: منظور از تعریف عملیاتی " نگرش مثبت به فناوری "، نمره‌ای است که آزمودنی از متغیر " نگرش مثبت به فناوری " در پرسشنامه به دست می‌آورد. برای اندازه‌گیری متغیر " نگرش مثبت به فناوری "، پرسشنامه ی استاندارد ۳ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجه‌ها دارای طیف ۵ درجه‌ای لیکرت به این صورت می‌باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی‌نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره‌ی متغیر

"نگرش مثبت به فناوری"، ۳ و حداکثر نمره ۱۵ می‌باشد؛ کسی که نمره ۹ بگیرد از نظر نمره‌ی "ریسک درک شده" در وضعیت متوسطی قرار دارد.

قصد استفاده فناوری: منظور از تعریف عملیاتی "قصد استفاده فناوری"، نمره‌ای است که آزمودنی از متغیر "قصد استفاده فناوری" در پرسشنامه به دست می‌آورد. برای اندازه‌گیری متغیر "قصد استفاده فناوری"، پرسشنامه‌ی استاندارد ۳ سوالی هوآنگ و همکاران (۲۰۲۱) مورد استفاده قرار خواهد گرفت؛ در این پرسشنامه سنجه‌ها دارای طیف ۵ درجه‌ای لیکرت به این صورت می‌باشد: کاملاً موافق (۵)، موافق (۴)، بی‌نظر (۳)، مخالف (۲) و کاملاً مخالف (۱)؛ بنابراین حداقل نمره‌ی متغیر "قصد استفاده فناوری"، ۳ و حداکثر نمره ۱۵ می‌باشد؛ کسی که نمره ۹ بگیرد از نظر نمره‌ی "قصد استفاده فناوری" در وضعیت متوسطی قرار دارد.

۱۳) منابع مورد استفاده (فارسی و انگلیسی):

- ۱) افتخاری، سیده شیماء؛ علیرضا روستا؛ عبدالله نعیمی (۱۴۰۰). بررسی تاثیر عوامل موثر بر پذیرش فناوری مالی توسط مشتریان بانک (مطالعه موردی بانک پاسارگاد). فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، ۱۰(۳۸)، صص. ۱۳۵-۱۵۳.
- ۲) اسدالله، مهسا و ثانوی فرد، رسول و حمیدی زاده، علی، ۱۳۹۸، الگوی کسب و کار بانکداری الکترونیک مبتنی بر ظهور فینتک‌ها و استارت‌آپ‌های مالی، <https://civilica.com/doc/1023859>.
- ۳) برادران، وحید. (۱۳۹۴). عوامل موثر بر پذیرش اینترنت بانک اشخاص حقوقی بر اساس توسعه مدل پذیرش فناوری (مورد مطالعه: بانک اقتصاد نوین). فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۳(۲)، ۹۹-۱۲۲.
- ۴) باغانی، الهه. (۱۳۹۹). بررسی نحوه نظارت بر فناوری‌های نوین مالی فین تک و ارز دیجیتال. دانش سرمایه‌گذاری، ۹(۳۵)، ۱۵۳-۱۶۸.
- ۵) پاینده، رضا، شهبازی، میثم، منطقی، منوچهر، کریمی، تورج. (۱۴۰۰). همکاری بانک و فین تک: مروری نظام‌مند بر ادبیات علمی. پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۲۳(۴)، ۱۳۰-۱۷۲.
- ۶) خانلری، امیر؛ انصاری چهارسوقیف شهریار؛ حسنقلی پورف طهمورث؛ عزیزی، شهریار. (۱۳۹۹). تبیین و طراحی مدل شکل‌گیری بازار خدمات بانکی مبتنی بر فناوری مالی (فین تک) در ایران بر اساس رویکرد داده بنیاد. تحقیقات حسابداری و حسابرسی، ۱۲(۴۷)، ۷۳-۸۶.
- ۷) دهدشتی شاهره، زهره، عبدالله پور، سجاد. (۱۳۹۶). تأثیر عوامل مؤثر بر پذیرش موبایل‌بانک در بانک صادرات ایران. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۶(۳۱)، ۳۱-۴۸.
- ۸) نجفی، فریبا، ایراندوست، منصور، سلطان پناه، هیرش، شیخ احمدی، امیر. (۱۳۹۹). شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر تعامل بانک‌ها و فناوری‌های نوین مالی (فین تک‌ها) با رویکرد ترکیبی. مدیریت نوآوری، ۹(۳)، ۱۷۱-۱۹۶.

- ۹) قلی زاده، محمد حسن، قاسم نژاد، میثم. (۱۳۹۵). بانکداری و فینتک: چالش یا فرصت؟. بررسی‌های بازرگانی، ۱۴(۸۰)، ۳۱-۳۹.
- ۱۰) سلطانی، کوثر و سلطانی، ساسان، ۱۳۹۹، بررسی تأثیر نوآوری و پذیرش فناوری های نوین در بانکداری و ارائه راهکارها، ششمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری، تهران، <https://civilica.com/doc/1178497>
- ۱۱) شاه ویسی، فرهاد، طارمی، شهرام، خیراللهی، فرشید، طاهر ابادی، علی اصغر. (۱۳۹۹). ارائه مدل بهبود عملکرد مالی بانک‌ها بر مبنای فناوریهای نوین مالی. دانش حسابداری مالی، ۷(۴)، ۵۷-۹۶. doi: 10.30479/jfak.2021.14205.2751
- ۱۲) شاه بنده نجف آبادی، شکوفه، ۱۳۹۶، بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری از طریق موبایل براساس مدل پذیرش فناوری TAM مطالعه موردی: شعب بانک تجارت نجف آباد، چهارمین کنفرانس بین المللی تکنیک های مدیریت و حسابداری، تهران، <https://civilica.com/doc/743230>
- ۱۳) مرادیف شیوا؛ نادری، نادرغ دل انگیزان، سهراب. (۱۳۹۹). بررسی فرآیند توسعه استارت‌آپ‌های فین‌تک در ایران: فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۳(۱)، ۱۲۱-۱۴۰.
- ۱۴) مغنی، حیدر، ناصحی فر، وحید، ناطق، تهمینه. (۱۳۹۸). چگونگی تاثیر گسترش فناوری‌های مالی بر بهبود عملکرد خدمات مالی. اقتصاد مالی، ۱۳(۴۹)، ۱۸۳-۲۱۲.
- ۱۵) نوروزی مبارکه، علی و عراقی زاده، علی، ۱۳۹۷، بررسی عوامل موثر بر اتخاذ بانکداری همراه توسط مشتریان: توسعه و گسترش UTAUT2 همراه با اعتماد (مورد مطالعه: بانک شهر در شهر تهران)، چهارمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/849395>

- 1) Aldás-Manzano J, Lassala-Navarre C, Ruiz-Mafe C, et al. (2009) The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage. *Int J Bank Mark* 27: 53-75.
- 2) Bunduchi, R. (2005) 'Business relationships in internet-based electronic markets: the role of goodwill trust and transaction costs', *Information Systems Journal*, Vol. 15, No. 4, pp.321-341.
- 3) Chang, Y.; Wong, S.; Lee, H.; Jeong, S. (2016). What Motivates Chinese Consumers to Adopt Fintech Services: A Regulatory Focus Theory; ACM: New York, NY, USA.
- 4) Datta PA (2011) Preliminary study of ecommerce adoption in developing countries. *Inform Syst J* 21: 3-32.
- 5) Donner J, Tellez CA (2008) Mobile banking and economic development: Linking adoption, impact, and use. *Asian J Commun* 18: 318-332.
- 6) Davis FD, Bagozzi RP, Warshaw PR (1989) User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Manage Sci* 35: 982-1003.
- 7) Devlin JF (1997) Adding value to retail financial services. *J Mark Pract* 3: 251-267.
- 8) EY (2016) EY FinTech Adoption Index 2016. EY, pp.1-44, Retrieved from <http://www.ey.com/>
- 9) GL/en/Industries/Financial-Services/ey-fintech-adoption-index on 25th March, 2018.

- 10) Fernando, E., Condrobimo, A. R., Murad ,D. F., Tirtamulia, L M., Savina, G., & Listvo, P., (2018). User behavior adopt utilizing FinTech services on online transportation in Indonesia (Scale validation and developed instrument),” in 2018 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech). Jakarta, Indonesia: IEEE, Sept. 3–5, pp. 1–9.
- 11) Forsythe SM, & Shi B (2003) Consumer patronage and risk perceptions in Internet shopping. *J Bus Res* 56: 867–875.
- 12) Fishbein M, Ajzen I (1977) Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research. *Contemp Sociol* 6: 244.
- 13) Gabor, D.; Brooks, S. (2017). The Digital Revolution in Financial Inclusion: International Development in the Fintech Era. *New Polit. Econ.* 22, 1–14.
- 14) Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, 11(340), 1-16. doi:10.3390/sym11030340.
- 15) Hasan, R., Ashcan, M., & Shao, L. (2021). Evaluating Drivers of Fintech Adoption in the Netherlands. *Global Business Review*, 1-14. doi: 10.1177/09721509211027402.
- 16) Hong, C. Y., Lu, X., & Pan, J. (2020). Fintech adoption and household risk-taking (No. w28063). National Bureau of Economic Research.
- 17) Hamidi, H. & Safareeyeh, M. (2019). A model to analyze the effect of mobile banking adoption on customer interaction and satisfaction: a case study of m-banking in Iran. *Telematics Inform* 38: 166–181.
- 18) Hoang, Y. H., Nguyen, D. T. T., Tran, L. H. T., Nguyen, N. T. H. & Vu, N. B. (2021). Customers’ adoption of financial services offered by banks and fintechs partnerships: evidence of a transitional economy. *DSFE*, 1(1): 77–95. DOI: 10.3934/DSFE.2021005.
- 19) Khodabandeh A, & Lindh C (2020) the importance of brands, commitment, and influencers on purchase intent in the context of online relationships. *Australas Mark J*.
- 20) Meyliana M, Fernando E, Surjandy S (2019) the influence of perceived risk and trust in adoption of fintech services in Indonesia. *CommIT J* 13: 31–37.
- 21) Kesharwani A, Singh Bisht S (2012) The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India: An extension of technology acceptance model. *Int J Bank Mark* 30: 303–322.
- 22) Liebermann Y, & Stashevsky S (2002) Perceived risks as barriers to Internet and e-commerce usage. *Qual Mark Res* 5: 291–300.
- 23) Munoz-Leiva F, Climent-Climent S, Liébana-Cabanillas F (2017) Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Span J Mark-ESIC* 21: 25–38.
- 24) Nasir, A.; Shaukat, K.; Iqbal Khan, K.; A. Hameed, I.; Alam, T.M.; Luo, S. (2021). Trends and Directions of Financial Technology (Fintech) in Society and Environment: A Bibliometric Study. *Appl. Sci.* 11(10353), 1-19. <https://doi.org/10.3390/app112110353>.
- 25) Nicoletti, (2017). The future of FinTech: Integrating finance and technology in financial services. Cham: Palgrave Macmillan.
- 26) Priem, R.L.; Li, S.; Carr, J.C. (2012). Insights and new directions from demand-side approaches to technology innovation, entrepreneurship, and strategic management research. *J. Manag.* 2012, 38, 346–374.

- 27) Pauline R (2003) Inter-Organizational-Trust in Business to Business E-Commerce: A Case Study in Customs Clearance. *J Glob Inform Manage* 11: 1–19.
- 28) Priem, R.L.; Swink, M. A (2012). Demand-side perspective on supply chain management. *J. Supply Chain Manag*48, 7–13.
- 29) Park, E.; Kim, H.; Ohm, J.Y. (2015). Understanding Driver Adoption of Car Navigation Systems Using the Extended Technology Acceptance Model. *Behav. Inf. Technol*, 34, 741–751.
- 30) PWC (2017) FinTech Trends Report, Retrieved from <https://www.pwc.in/assets/pdfs/publications/2017/fintech-india-report-2017.pdf> (Accessed 27 August, 2018).
- 31) Sharma. (2002). Trends in Internet-based business-to business marketing. *Industrial Marketing Management*. 31(2), 31(2), 77–84.
- 32) Romānova I, & Kudinska M (2016) Banking and fintech: A challenge or opportunity? *Contemp Stud Econ Financ Anal* 98: 21–35.
- 33) Qi, B.Y.; Xiao, J. (2018). Fintech: AI powers financial services to improve people’s lives. *Commun. ACM* 2018, 61, 65–69.
- 34) Qiu LY, Li D (2008) Applying TAM in B2C E-commerce research: An extended model. *Tsinghua Sci Technol* 13: 265–272.
- 35) Raluca, S. (2019). Banks digitalization—A challenge for the Romanian banking sector. *Studies in Business and Economics*, 14(1), 221–230.
- 36) Ratten V (2014) A US-China comparative study of cloud computing adoption behavior: The role of consumer innovativeness, performance expectations and social influence. *J Entrepreneurship Emerg Econ* 6: 53–71.
- 37) Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2021a). Exploring Antecedents of FinTech Adoption Using Adapted Technology Acceptance Model. *Advances in Systems Engineering, Lecture Notes in Mechanical Engineering*, 337-352. https://doi.org/10.1007/978-981-15-8025-3_34.
- 38) Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2021b). Exploring trust and responsiveness as antecedents for intention to use FinTech services. *Int. J. Economics and Business Research*, 21(2), 254-268.
- 39) Stewart D. W. & Zhao, Q. (2000). Internet marketing, business models, and public policy. *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(2), 287–296.
- 40) Stewart H, & Jürjens J (2018) Data security and consumer trust in FinTech innovation in Germany. *Inform Comput Secur* 26: 109–128.
- 41) Wonglimpiyarat J (2017) FinTech banking industry: a systemic approach. *Foresight* 19: 590–603.
- 42) Stocchi L, Michaelidou N, Micevski M (2019) Drivers and outcomes of branded mobile app usage intention. *J Prod Brand Manage* 28: 28–49.
- 43) Subbarao, D. (2017) ‘Disruptive innovation in the financial sector’, *IDRBT Journal of Banking Technology*, Vol. 1, No. 1, pp.85–88.
- 44) Thakur R, Srivastava M (2015) A study on the impact of consumer risk perception and innovativeness on online shopping in India. *Int J Retail Distrib Manage* 43: 148–166.
- 45) Wu JH, Wang SC (2005) What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Inform Manage* 42: 719–729.

- 46) World Economic Forum (2015) The Future of Financial Services: How Disruptive Innovations are Reshaping the Way Financial Services are Structured, Provisioned and Consumed, Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/future-financial-services-2015> (Accessed 8 December, 2015).
- 47) Yanagawa, E. (2018). Digital transformation in Japan's banking industry. Journal of Payments Strategy and Systems, 12(4). 351–364.
- 48) Zhao, A.L.; Koenig-Lewis, N.; Hammer-Lloyd, S.; Ward, P. (2010). Adoption of Internet Banking Services in China: Is It All About Trust? Int. J. Bank Mark, 28, 26.

فرم شماره (۲)

نظریه کمیته تخصصی گروه آموزشی

موضوع پایان نامه کارشناسی ارشد جناب آقای / سرکار خانم:

با عنوان:

در تاریخ: در دفتر مدیر گروه: با حضور اعضای کمیته تخصصی گروه بررسی و به تصویب رسید.

نام و نام خانوادگی اعضای کمیته تخصصی گروه و مدیر گروه تاریخ

امضاء

-۱

-۲

-۳

نام و نام خانوادگی معاون آموزشی و قائم مقام مؤسسه آموزش عالی پرندک:

تاریخ:

امضاء