

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش فن آوری خدمات بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان با استفاده از مدل ترکیبی عثمان، امبی و جوسه (مطالعه موردی: بانک آینده استان تهران)

محل انتشار:

چهارمین همایش ملی تحقیقات کاربردی در علوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

شرمین کفیل - گروه مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، عوامل موثر بر پذیرش فن آوری خدمات بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان با استفاده از مدل ترکیبی عثمان، امبی و جوسه در بانک آینده استان تهران بود. پژوهش حاضر، توصیفی-پیمایشی است که به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش مشتریان بانک آینده در استان تهران بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران با حجم جامعه زیاد، 384 نفر برآورد شد. برای گردآوری داده ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. هر پرسشنامه براساس مقیاس پنج‌نمره لیکرت سنجیده شد. روایی پرسشنامه ها به تأیید پنج نفر از اساتید رسید و ضریب پایایی با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ برای پرسشنامه ها بالاتر از 0.80 محاسبه شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات پژوهش، از مدل معادلات ساختاری از طریق نرم افزار لیزرل استفاده شد. نتایج مدل معادلات ساختاری نشان داد سهولت استفاده ادراک شده ($t=4/36; \beta=0/38$)، سودمندی ادراک شده ($t=3/49; \beta=0/25$)، ادراک فرد از نیاز به تعامل با کارکنان بانک ($t=3859; \beta=0/43$)، امنیت و حریم خصوصی ادراک شده ($t=4/28; \beta=0/70$) بر استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی تأثیر معنی داری دارد. ولی لذت ادراک شده از خدمات بانکداری اینترنتی تأثیر معنی داری بر استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی ندارد.

کلمات کلیدی:

پذیرش فن آوری، استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی، بانک آینده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1147865>

