

عنوان مقاله:

نقش مسئولیت پذیری و صداقت بر پذیرش خدمات بانکداری اینترنتی

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

زهرا بیات - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد زنجان دانشگاه آزاد اسلامی زنجان ایران

محسن بیات - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی زنجان ایران

علی اکبر بیات - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی واحد زنجان دانشگاه آزاد اسلامی زنجان ایران

خلاصه مقاله:

امروزه بانکداری اینترنتی با توجه به مزایای زیاد آن از جمله کاهش هزینه ها، دسترسی آسان، سریع و برخط بودن، حذف محدودیت های زمانی و مکانی و حذف نگرانی های حمل و نقل پول نقد مورد توجه مردم در اقصی نقاط دنیا قرار گرفته است. از سویی، نقش مسئولیت پذیری و صداقت را به عنوان مهم ترین عوامل موثر بر قصد رفتار استفاده از خدمات اینترنتی بانک ها نمی توان نادیده گرفت. از این رو پژوهش حاضر به تبیین نقش مسئولیت پذیری و صداقت بر پذیرش خدمات بانکداری اینترنتی می پردازد. لذا روش پژوهش مقاله، توصیفی بوده و با استفاده از مطالعات کتابخانه ای به گردآوری اطلاعات می پردازد. نتایج مطالعات موید آن است که بین دو مولفه «مسئولیت پذیری و صداقت» و پذیرش خدمات بانکداری اینترنتی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت پذیری، صداقت، بانکداری اینترنتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1402303>

