

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی (مطالعه موردی بانک ملت)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 3، شماره 4 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

عباسعلی رستگار - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان

زهره آقامحمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه سمنان

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیکی، با استفاده از مدل پذیرش تکنولوژی صورت گرفته است. روش تحقیق مورد استفاده توصیفی، از نوع پیمایشی همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش آن دسته از مشتریان بانک ملت هستند که در این بانک حساب داشته و از خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده کرده اند. مدل تحقیق با نمونه ای متشکل از ۳۸۴ نفر از مشتریان و با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای مورد سنجش قرار گرفت. اطلاعات لازم از پرسشنامه ای که اعتبار آن مورد آزمون قرار گرفته بود، جمع آوری شد. این اطلاعات در محیط نرم افزاری لیزرل با اعمال آزمون های مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی، تجزیه و تحلیل گردید. در این تحقیق تاثیر متغیرهای آگاهی از خدمات و فواید، امنیت، کیفیت ارتباط اینترنتی، ادراک از مفید بودن، سهولت استفاده و اعتماد بر پذیرش بانکداری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان می دهد آگاهی از خدمات و فواید، امنیت، کیفیت ارتباط اینترنتی، سهولت استفاده و ادراک از مفید بودن روی پذیرش بانکداری الکترونیکی موثر هستند. یافته ها همچنین نشان می دهد که اعتماد روی نگرش مشتریان نسبت به بانکداری الکترونیکی تاثیری ندارد.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیکی، سهولت استفاده، کیفیت ارتباط اینترنتی، مدل پذیرش تکنولوژی، مفید بودن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1740982>

