

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بین بانکداری الکترونیکی و سرمایه اجتماعی مشتریان شعب بانک ملی شهر یاسوج

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد حقوق و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

رضا داودی - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کازرون، گروه مدیریت، کازرون، ایران

مصطفی صابری - گروه مدیریت دولتی، واحد یاسوج، دانشگاه آزاد اسلامی، یاسوج، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر بین بانکداری الکترونیکی و سرمایه اجتماعی مشتریان شعب بانک ملی شهر یاسوج میباشد. این تحقیق از دیدگاه هدف کاربردی و از نظر چگونگی بدست آوردن داده ها میدانی و از نظر روش همبستگی میباشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه کارکنان شعب بانک ملی شهر یاسوج است که ۱۰۰ نفر میباشد، بنابراین حجم نمونه آماری با استفاده از روش سرشماری یا تک شماری ۱۰۰ نفر برآورد گردید. در این تحقیق به منظور سنجش بانکداری الکترونیکی از پرسشنامه بانکداری الکترونیکی مقیمی، ۱۳۹۰ و برای سرمایه اجتماعی از پرسش نامه سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸ استفاده شده است.. سپس داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد. در بخش توصیفی تجزیه و تحلیل داده ها از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف معیار و در بخش استنباطی از آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی و آزمون رتبه بندی فریدمن استفاده شد. در نهایت نتایج نشان داد از بین ویژگیهای وبسایت و سرمایه اجتماعی  $(r = 0/509)$  و  $(p = 0/0003)$  و مفید بودن درک شده و سرمایه اجتماعی  $(r = 0/273)$  و  $(p = 0/018)$  دارای رابطه مثبت و معنیداری میباشد و بین به کارگیری و سرمایه اجتماعی  $(r = 0/455)$  و  $(p = 0/006)$  و همچنین بین ریسک و حریم خصوصی و سرمایه اجتماعی  $(r = 0/797)$  و  $(p = 0/000)$  رابطه معنا داری وجود دارد. در ادامه نتایج آزمون فریدمن نشان داد که آزمون فریدمن برای رتبه بندی مولفه های بانکداری الکترونیکی معنادار شده است و در واقع متغیر به کارگیری با میانگین رتبه ای  $3/77$  در رتبه ی اول قرار دارد. فزون بر آن مفید بودن با میانگین رتبه ای  $3/49$  در رتبه دوم قرار گرفت و عامل ویژگیهای وبسایت با میانگین رتبه ای  $2/98$  در رتبه سوم قرار گرفت. این درحالی بود که عامل ریسک و حریم خصوصی با میانگین رتبه های  $2/91$  در رتبه چهارم یعنی در رتبه آخر قرار میگردد.

## کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیکی، سرمایه اجتماعی مشتریان، ویژگیهای وبسایت.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1905654>

