

عنوان مقاله:

الگوی ترغیب مشتریان بانکها به استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

علی اوتارخانی - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری شهید بهشتی، تهران، ایران

المیرا صفار ورکیانی - دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

حسن امینی - کارشناسی ارشد حسابداری، بانک مسکن، سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

پیشرفت فناوری اطلاعات به معنای تغییر روابط متعارف چهره به چهره به روابط پیچیده از طریق نوآوریهای موجود در فناوریهای خودمختار می باشد به همین دلیل نیاز به تحول در روابط موجود در بانکداری اینترنتی دیده می شود که استانداردهایی برای فناوری های خودمختار آینده از جمله بانکداری تلفنی و دستگاههای خودپرداز تنظیم می کند. این پژوهش به بررسی تاثیر تکنولوژی های خودمختار بر ایجاد آمادگی و ارزش در مشتریان بانک مسکن سمنان می پردازد. برای رسیدن به هدف با استفاده از روش تحقیق توصیفی - پیمایشی نمونه ای از 105 نفر از کاربران بانکداری اینترنتی بانک مسکن با استفاده از ابزارهای آماری مورد بررسی قرار گرفتند. یافته های آزمون فرضیه ها حاکی از این است که تکنولوژی های خودمختار تاثیر مهمی در ایجاد ارزش و آمادگی مشتریان دارد. با توجه به یافته های پژوهش می توان بیان داشت که توجه به بهبود ویژگی های فناوری های خودمختار بانکداری از جمله کاربرپسندی، صرفه جویی در هزینه، سهولت کاربرد و رضایتمندی منجر به افزایش اشتیاق و ادامه استفاده مشتریان از این فناوری های جدید می شود.

کلمات کلیدی:

فناوری خودمختار، بانکداری اینترنتی، ارزش مشتری، آمادگی مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/236828>

