

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر استفاده مشتریان از اینترنت بانک ملت

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 41

نویسندگان:

فرانک کمال آبادی

مهندسید عطاریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

استفاده از سیستم های الکترونیکی در موسسات مالی و اعتباری جهان به سرعت رو به گسترش بوده و شمار استفاده کنندگان از خدمات بانکداری الکترونیکی روز بروز در حال افزایش است. از این رو صنعت بانکداری تلاش دارد تا با بکارگیری اینترنت به عنوان یکی از کانالهای اصلی ارائه خدمات، برای نفوذ و قدرتمند ساختن کسب و کار خود اقدام کند. بنابراین شناسایی عوامل موثر بر استفاده مشتریان از اینترنت بانک از اهمیت ویژه ای برای بانک ها برخوردار می باشد. در این تحقیق تلاش شده است تا بس بررسی عوامل موثر بر استفاده مشتریان از اینترنت بانک ملت پرداخته شود. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مشتریان بانک ملت می باشد که تجربه استفاده 1 بار از اینترنت بانک ملت را دارند. نمونه آماری نیز با استفاده از فرمول نمونه گیری از جامعه نامحدود به تعداد 131 نفر به دست آمد. جهت آزمون فرضیه های تحقیق و بدست آوردن نتایج از نرم افزار لیزرل و روش تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات این پژوهش نشان داد که سودمندی درک شده، هنجار ذهنی(فشار اجتماعی) و اعتماد الکترونیک بس طور مثبت و معناداری بر استفاده مشتریان از اینترنت بانک ملت تاثیر دارند.

کلمات کلیدی:

اینترنت بانک، سودمندی درک شده، سهولت درک شده، هنجار ذهنی، خودکارآمدی درک شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/244637>

