

عنوان مقاله:

بررسی عوامل مرتبط با قصد استفاده مشتریان از بانکداری اینترنت (مطالعه موردی: بانک ملی)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

پرویز احمدی - عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت

علی ملاحسینی - عضو هیئت علمی دانشگاه باهنر کرمان، دانشکده مدیریت

علیرضا ابراهیمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان

آمنه راهنما - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه باهنر کرمان

خلاصه مقاله:

نتایج مطالعات بیانگر این واقعیت است که موفقیت بانکداری اینترنتی، صرفاً با حمایت دولت و بانک ها حاصل نمی شود، بلکه پذیرش مشتری، عامل کلیدی در توسعه ساختارهای الکترونیکی ارائه خدمات است. با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش، با هدف شناسایی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان بانک ملی شهر کرمان و با استفاده از مدل رفتار برنامه ریزی شده انجام گرفته است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - همبستگی است. جهت آزمون فرضیه های تحقیق و بدست آوردن نتایج از آزمون همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی چندگانه و مدل تحلیل مسیر استفاده شده است. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات این پژوهش نشان داد که هر سه سازه؛ نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده با قصد استفاده مشتریان از بانکداری اینترنتی رابطه معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

بانکداری اینترنتی، نگرش، هنجار ذهنی، کنترل رفتاری درک شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/285985>

