

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر پذیرش خدمات همراه بانک توسط مشتریان بانک صادرات یزد در سال 1392

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری و علوم اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حامد حکیمی مزرعه نو - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق

اشرف شاه منصوری - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

اعظم طریایی مزرعه نو - آموزش و پرورش استان یزد

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش، بررسی عوامل موثر بر پذیرش خدمات همراه بانک می باشد. لذا عوامل با استفاده از مدلی که بر اساس ادغام مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) با جنبه های تئوری انتشار نوآوری (IDT) و با نظرخواهی از استادان و صاحب نظران بانکی تهیه شده است مورد بررسی قرار می گیرند. روش این مطالعه از نظر ماهیت توصیفی - پیمایشی و از نظر هدف کاربردی می باشد و به مدت 6 ماه در سال 1392 انجام یافته است. جامعه آماری را مشتریان شعب بانک صادرات یزد که از خدمات همراه بانک صادرات استفاده می کنند تشکیل می دهد. از این جامعه نمونه ای به حجم 384 نفر به روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. اطلاعات با استفاده از پرسشنامه ای محقق ساخته که پایایی آن 0/87 برآورد گردید جمع آوری و تجزیه و تحلیل داده ها بوسیله نرم افزارهای SPSS و LISREL انجام شده است. علاوه بر این از تحلیل مسیر برای آزمون فرضیات و بررسی تاثیر مولفه های چارچوب تحقیق استفاده شد، نتایج نشان می دهد عوامل کیفیت خدمات، تاثیرات اجتماعی، سازگاری و سهولت درک شده بر نگرش کاربر تاثیر معنی دار و مثبتی دارند و مزایای درک شده که بر نگرش کاربر تاثیری نداشته بر تمایل به استفاده اثر معنی دار و مثبت دارد، لذا عوامل مذکور که به ترتیب اولویت ذکر گردیده بر استفاده واقعی از خدمات همراه بانک موثرند، لیکن آموزش، آگاهی از خدمات و اعتماد تاثیری بر پذیرش خدمات همراه بانک ندارند.

کلمات کلیدی:

همراه بانک، مدل پذیرش تکنولوژی، تئوری انتشار نوآوری، بانک صادرات یزد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/301580>

