

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش خدمات بانکداری الکترونیک توسط مشتریان مطالعه موردی بانک شهر

محل انتشار:

کنفرانس اقتصاد توانمند سازی اصلاح رفتارهای اقتصادی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

امین خوران - دانشگاه فردوسی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، مشهد

خلاصه مقاله:

با توسعه اقتصاد بین المللی و رقابتی شدن بازارها، بانک ها تحت تاثیر قرار گرفته اند و صنعت بانکداری به سرعت در حال تغییر است. توجه روزافزون بانک های بزرگ در کشورهای مختلف، به ارائه خدمات بانکی از طریق کانال های الکترونیکی و توسعه بانک ها و موسسات مالی مجازی موجب افزایش رقابت در صنعت بانکداری شده است. استفاده از فناوری اطلاعات توسط بانک ها در جهت بهبود ارائه خدمات در سراسر دنیا در حال افزایش است. نیروی اصلی در این محیط تکنولوژی است که موجب شکستن موانع قانونی، جغرافیایی و صنعتی شده و محصولات و خدمات جدیدی ایجاد کرده است. با توجه به گسترش استفاده از تکنولوژی های اطلاعاتی در بانکداری، امروزه بانکداری الکترونیکی یکی از مهمترین ابزارهایی است که با جذب و بکارگیری صحیح، دقیق و سریع آن می توان در عرصه پر رقابت امروز پیروز شد. تحقیقات گذشته بیشتر بر توسعه تکنولوژی تاکید داشتند اما امروزه تحقیقات به سمت تحقیقات مبتنی بر مشتریان حرکت کرده است. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر جمع آوری اطلاعات و داده ها، یک تحقیق پیمایشی محسوب می گردد. همچنین با توجه به این که به منظور گردآوری داده ها در یک مقطع از زمان (دی، بهمن و اسفند 2931) نمونه گیری انجام شد، این پژوهش از لحاظ زمانی مقطعی می باشد. این تحقیق سعی بر آن دارد تا با اولویت بندی عوامل مؤثر بر استفاده مشتریان از بانکداری الکترونیک، بسترهای لازم برای توسعه خدمات بانکداری الکترونیک و پذیرش این خدمات توسط مشتریان را فراهم سازد. جامعه آماری این پژوهش، مشتریان بانک شهر در شهرستان مشهد می باشند و نمونه گیری، با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای-تصادفی انجام شده است. نتایج حاصل از تحقیق که مبتنی بر آزمون های آماری انجام شده می باشد، نشان می دهد که دو عامل مسائل امنیتی و تجربه اینترنتی بیشترین میزان تاثیرگذاری را بر استفاده مشتریان از بانکداری الکترونیک دارند. از اینرو بانک ها و بانکداران به منظور افزایش تمایل مشتریان به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک باید از طریق راه کارهای ارائه شده در این پژوهش، منابع و توجه خود را در راستای بهبود این عوامل متمرکز کنند.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیکی، بانک شهر، اولویت بندی خدمات الکترونیکی، بازار رقابتی، ترجیحات مصرف کنندگان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/304954>

