

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر تمایل و هنجارهای ذهنی مشتریان بر قصد آنان به استفاده از بانکداری الکترونیک

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

محمد فاریابی - استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز

اکبر رحمانی - دانش آموخته مدیریت اجرایی پردیس بین المللی ارس دانشگاه تبریز

سپیده قنبری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت MBA دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

صنعت بانکداری امروزه به سرعت در حال تغییر است. در این پژوهش تأکید بر بانکداری الکترونیکی از طریق اینترنت است. این تحقیق به بررسی تأثیر عوامل تأثیرگذار، در استفاده مشتریان بانک ملت از خدمات بانکداری اینترنتی میپردازد. هدف تحقیق، مشخص کردن نقش هریک از ابعاد مدل پذیرش فناوری از دیدگاه دیویس در افزایش استفاده از اینترنت، بین مشتریان بانک ملت در شعب مختلف شهرستانهای استان آذربایجان شرقی است. بدین منظور به جمعآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه پرداخته شد. پس از جمعآوری دادهها، تجزیه و تحلیل آنها به روش آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن و روش رگرسیون با استفاده از نرمافزار SPSS انجام شد. در نتایج به دست آمده مشاهده شد متغیر تمایل به استفاده از بانکداری اینترنتی و هنجار ذهنی ارتباط مثبتی با متغیر قصد مشتری به استفاده از بانکداری اینترنتی دارد. همچنین متغیر امنیت و حفظ حریم شخصی و سهولت استفاده درک شده ارتباط مثبتی با متغیر تمایل مشتری به استفاده دارد.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، نظریه پذیرش فناوری، فناوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/367889>

