

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک در میان مشتریان بانک ملت استان اردبیل

محل انتشار:

اولین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

یحیی رضایی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی رشت، ایران

خیرالله سربلند - عضو هیات علمی، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی پارس آباد مغان، ایران

خلاصه مقاله:

با گسترش استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطاتی، جهان شاهد تحول عظیمی است که از آن تحت عنوان عصر اطلاعات یاد می شود. صنعت بانکداری نیز تحت تاثیر این تغییرات تحول شگرفی را تجربه می کند. مطابق تحقیق میسرا (2014) بدیهی است در صورت عدم استقبال مشتریان از سیستم های بانکداری الکترونیک ارائه اینگونه خدمات با شکست مواجه شده و با وجود اینکه در بسیاری از کشورها؛ میلیون ها دلار در جهت ایجاد سیستم های بانکداری الکترونیک هزینه شده است. گزارشها حاکی از آن است که علیرغم در دسترس بودن این سیستم ها کاربران بالقوه از این خدمات استفاده نمی کنند. بنابراین تحقیق حاضر با هدف ارزیابی و رتبه بندی و اولویت بندی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری الکترونیک در میان مشتریان بانک ملت صورت گرفته است. پژوهش حاضر، کلیه مشتریان شعب بانک ملت استان اردبیل که دارای حساب سپرده ای بالای یک میلیون ریال می باشند (به تعداد 126915 نفر) در قلمرو زمانی شش ماهه دوم سال 1393 را به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته و مورد بررسی قرار می دهد که نمونه ای به حجم 383 نفر مطابق فرمول کوکران انتخاب گردید. نتایج حاصل از تحلیل فرضیه های تحقیق نشان داد که انتظار عملکرد انتظارات کارکردی، تمایلات رفتاری مشتریان، نفوذ اجتماعی، امنیت و اعتماد و استفاده واقعی مشتریان از بانکداری الکترونیک بر پذیرش بانکداری الکترونیک از سوی مشتریان بانک ملت تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، مشتری، بانک ملت، اقتصاد مبتنی بردانایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374920>

