

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر امنیت ادراک شده بر اعتماد به بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی: بانک اقتصاد نوین)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

هدی فرجی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه،
ایران

فریض طاهری کیا - استادیار و عضو هیئت علمی واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی فیروزکوه، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به صنعتی شدن بانکداری، امنیت ادراک شده از سوی مشتریان اهمیت زیادی بر اعتماد به بانکداری اینترنتی پیدا کرده است، اما تاکنون پژوهش‌های اندکی در این زمینه در کشورمان انجام گرفته است. در این مقاله سعی بر آن داریم به بررسی میزان تأثیر امنیت ادراک شده از سوی مشتریان بر اعتماد به بانکداری اینترنتی بپردازیم. در ابتدا با مروری بر تحقیقات پیشین مهمترین و اثرگذارترین متغیرهای امنیت ادراک شده (حریم خصوصی، شهرت و اعتبار، اندازه بانک و اطمینان از سایت بانک) انتخاب گردید. براساس جامعه آماری منتخب (مشتریان بانک اقتصاد نوین) تعداد با استفاده از نمونه گیری تصادفی ساده و فرمول کوکران برابر با 375 نفر برآورد گردید. و به منظور سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوایی و روایی عاملی 0.908 بهره گرفته شد. در نهایت به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی بانرم افزار اس. پی. اس و لیزرل بهره گرفته شد. براساس تایج حاصل از تحقیق میزان تأثیر امنیت ادراک شده از سوی مشتریان بر اعتماد به بانکداری اینترنتی اقتصاد نوین برابر با 56% حاصل گردید.

کلمات کلیدی:

امنیت ادراک شده از سوی مشتریان، اعتماد به بانکداری اینترنتی، اندازه بانک، حریم خصوصی، اعتبار و شهرت و اطمینان به سایت بانک، مدلسازی معادلات ساختاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/392687>

