

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر تمایل به پذیرش بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی مشتریان بانک ملی در شهرسندج)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

زینب زارع پور - دانشآموخته کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز

محمدعلی منتیان - دانشآموخته کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز

الهه شهابی - مربی، مدیریت بازرگانی گرایش استراتژیک، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی عوامل موثر بر تمایل مشتریان به پذیرش بانکداری اینترنتی است. این پژوهش، مطالعه ای کاربردی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری کلیه مشتریان بانک ملی در شهر سندج بود که نمونه 152 نفری از آنها به روش نمونهگیری در دسترس، انتخاب گردید و برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده گردید پایایی آن با استفاده از معیار آلفای کرونباخ 0.87 تایید گردید. دادهها به روش تحلیل معادلات ساختاری با استفاده نرمافزار ایموس AMOS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که مدل به گونه ای مناسب برازش یافته است و سهولت ادراک شده بطور معناداری روی سودمندی ادراک شده تاثیر دارد و تاثیر سودمندی ادراک شده و هنجار ذهنی روی تمایل به استفاده از بانکداری اینترنتی نیز تایید شد. همچنین تاثیر سودمندی ادراک شده و هنجار ذهنی روی تمایل به استفاده از بانکداری اینترنتی و تاثیر سودمندی ادراک شده بر نگرش به سوياستفاده از بانکداری اینترنتی نیز تایید و تاثیر بین سهولت ادراک شده روی نگرش به سوي استفاده از بانکداری اینترنتی و سودمندی ادراک شده روی تمایل به استفاده از بانکداری اینترنتی نیز رد شدند.

کلمات کلیدی:

بانکداری اینترنتی، مدل پذیرش تکنولوژی، مدل معادلات ساختاری، هنجار ذهنی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409433>

