

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر مقبولیت خدمات بانکداری مجازی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

محمدجواد صادقی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه آزاد ایلام

حامد انوری پور - دانشجوی دکترای تخصصی مدیریت صنعتی دانشگاه آزاد کرمانشاه

خلاصه مقاله:

پیشرفت‌های تکنولوژی چهره جهان را دگرگون ساخته است. در طول دو دهه گذشته صنعت بانکداری برای استفاده از فناوری اطلاعات (IT) سرمایه گذاری های زیادی انجام شده است. در پاسخ به قوانین جدید، رشد شبکه های جهانی و افزایش سطح درآمدها صنعت بانکداری تکنولوژی های جدیدی را با عنوان بانکداری الکترونیکی با هدف دستیابی و حفظ مزیت های استراتژیک به کار می گیرد. بانکداری الکترونیکی به بانک ها این فرصت را می دهد تا به نیازهای متفاوت مشتریان در مکانهای گوناگون به صورت همزمان پاسخ گویند. علیرغم ظهور این سیستم های تکنولوژی در بانکداری، پذیرش این تکنولوژی ها از طرف مشتریان دچار نوعی عقب افتادگی بوده و میزان رشد افراد استفاده کننده از این خدمات در حد انتظار نمی باشد (Flavian, et al., 2004). به همین منظور، هدف این مقاله بررسی دلایل مقاومت مشتریان در برابر استفاده از بانکداری الکترونیکی می باشد. در این مقاله مدلی برای پذیرش تکنولوژی به صورت خاص در صنعت بانکداری الکترونیکی معرفی می گردد. این مطالعه چهار عامل خود کارآمدی کامپیوتری افراد، آموزش در بانکداری الکترونیکی، سهولت درک شده بوسیله افراد در استفاده از تکنولوژی بانکداری الکترونیکی، مرکز کنترل و میزان تاثیر آنها بر پذیرش و استفاده از بانکداری الکترونیکی را مورد بررسی قرار می دهد. در ادامه نقش و تاثیر متغیرهای سن و جنس بر این چهار عامل مورد کاوش قرار می گیرد. نتایج این تحقیق می تواند مدیران را در شناسایی عوامل تاثیر گذار بر پذیرش و استفاده از بانکداری الکترونیکی یاری نموده و مسیری را برای تحقیقات آینده فراهم آورد

کلمات کلیدی:

بانکداری مجازی، پذیرش، فناوری اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/410705>

