

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر جایگاه اجتماعی بر بکارگیری بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی: موسسه اعتباری کوثر)

محل انتشار:

کنفرانس ملی تحقیقات علمی جهان در مدیریت، حسابداری، حقوق و علوم اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

عبدالواحد حسینی - کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، تهران، ایران

هادی رزقی شیرسوار - عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر تاثیر جایگاه اجتماعی بر بکارگیری بانکداری اینترنتی در موسسه اعتباری کوثر بررسی می کند. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی-پیمایشی و همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه مشتریان موسسه اعتباری کوثر در شهر تهران می باشند که از طریق فرمول نامحدود کوکران، 411 نفر می باشد که بصورت نمونه گیری تصادفی ساده انجام گرفته است. در این پژوهش جهت سنجش اعتبار محتوا بر اساس نظر اساتید راهنما و مشاور استفاده شده است. پایایی همه متغیر در دامنه قابل قبول قرار داشت که از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که پایایی کل سوالات برابر با 0.92 است. برای جمع آوری داده های لازم جهت آزمون فرضیه های تحقیق از پرسشنامه 24 سوالی استفاده شده است. برای تحلیل توصیفی داده ها، از جداول نمودارها، شاخص های پراکندگی و برای تحلیل آمار توصیفی از آماره های میانگین-میانه- فراوانی، میانگین متغیرهای تحقیق و آزمون کولموگروف اسمیرنوف در بسته نرم افزاری SPSS و برای بررسی استنباطی فرضیه ها از روش مدل معادلات ساختاری از بسته نرم افزاری Lisrel نسخه 8.8 استفاده شده است. یافته ها و نتایج تحقیق نشان میدهد که متغیر تاثیر اجتماعی بر پذیرش بانکداری اینترنتی موثر است.

کلمات کلیدی:

جایگاه اجتماعی، بانکداری اینترنتی، پذیرش بانکداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/737557>

