

عنوان مقاله:

بررسی استقبال از بانکداری اینترنتی توسط مشتریان بانک تجارت در استان مازندران

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

صادق تنکابنی - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابرسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، دانشکده گروه مدیریت دولتی و حسابداری، ایران

علی فلاح - عضو هیئت علمی گروه حسابرسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نور، دانشکده گروه مدیریت دولتی و حسابداری، ایران

خلاصه مقاله:

پذیرش فناوری توسط گروه های هدف یکی از محورهای مهم پژوهشی سال های گذشته در حوزه مطالعات فناوری اطلاعات بوده است. در این پژوهش ها سودمندی، سهولت، دسترسی به اطلاعات، امنیت اطلاعات و بهره مندی به عنوان عوامل تعیین کننده پذیرش بانکداری اینترنتی شناخته شده است. با وجود این، به نظر می رسد که در محیط مجازی، عوامل مذکور به طور کامل نمی توانند رفتار کاربران را توضیح دهند. با توجه به اهمیت موضوع، در این تحقیق سعی شده است بر اساس تیوری تجزیه شده رفتار برنامه ریزی شده، با هدف توسعه الگوی موردنظر، فرضیه های تحقیق طراحی و با تاکید بر پذیرش بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان بانک تجارت ایران در شرق استان مازندران به آزمون گذارده شود. نتایج تحلیل های آماری این تحقیق با استفاده از آزمون های ناپارامتریک دوجمله ای و رتبه بندی فریدمن نشان می دهد که سودمندی، سهولت، دسترسی به اطلاعات، امنیت اطلاعات و بهره مندی در وضعیت مطلوبی بوده و از عوامل اصلی موثر بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی است و در رتبه بندی انجام شده، مولفه دسترسی به اطلاعات دارای بالاترین رتبه و مولفه سهولت استفاده دارای پایین ترین رتبه در بین مولفه ها است.

کلمات کلیدی:

بانکداری اینترنتی، سودمندی، سهولت، دسترسی به اطلاعات، امنیت اطلاعات و بهره مندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757040>

