

عنوان مقاله:

توسعه مدل تاثیر شخصیت و ادراک مشتریان در استفاده از بانکداری اینترنتی

محل انتشار:

کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

علی مروتی شریف آبادی - عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه یزد

عطیه علیخانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه علم و هنر یزد

خلاصه مقاله:

زندگی روزمره ی دنیای امروز ایجاب می کند که با توجه به هیاهوی شهرها و حجم ترافیک شهروندان به استفاده هر چه بیشتر از اینترنت روی آورده و با آموزش صحیح می توان امور جاری بانکی را از طریق بانکداری اینترنتی به انجام رساند با این وجود در استفاده از بانکداری اینترنتی هنوز در مرحله گذر بود و از آن عبور نکرده ایم به منظور درک این که چرا بسیاری از افراد و کاربران اینترنتی به انجام رساند با این وجود در استفاده از بانکداری اینترنتی هنوز در مرحله گذر بوده و از آن عبور نکرده ایم به منظور درک این که چرا بسیاری از افراد و کاربران اینترنتی همچنان در انجام معاملات مالی از طریق اینترنت تردید دارند این موضوع ضرورت دارد که چگونه شخصیت افراد و ادراک آن ها نسبت به بانکداری اینترنتی بر استفاده عملی آن ها تاثیر می گذارد براین اساس هدف از انجام این پژوهش ارائه مدل تاثیر شخصیت و برداشت مشتریان در استفاده از بانکداری اینترنتی در سیستم بانکی می باشد.

کلمات کلیدی:

بانکداری اینترنتی ، شخصیت مشتریان ، ادراک مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/420504>

