

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عوامل فردی، وظیفهای و اجتماعی بر اعتماد استفاده از همراه بانک (مورد مطالعه: مشتریان بانک ملت در استان تهران)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی نقش حسابداری، اقتصاد و مدیریت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

فریبا رستمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- بین الملل

فرانک خدایاری - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

بهناز خدایاری - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه در سرتاسر جهان بانک ها می کوشند فن آوری های جدید و روزآمد را به منظور جذب هر چه بیشتر مشتریان به کار گیرند. بانکداری مبتنی بر موبایل یکی از جدیدترین دستاوردهای عرصه فن آوری در صنعت بانکداری به شمار می رود باقی ماندن در فضای رقابتی، کاهش هزینه، امکان فعالیت های ارتباطی گسترده تر، صرفه جویی در زمان و هزینه، امکان دسترسی آسان تر و در عین حال سرعت بالاتر ارائه خدمات را می توان مزایایی دانست که بانکداری مبتنی بر موبایل برای مشتریان بانک ها به ارمغان آورده است. از این رو هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر عوامل فردی، وظیفه ای و اجتماعی بر اعتماد استفاده از همراه بانک ملت در سطح استان تهران با استفاده از مدل ملاکویاس و هوانگ (2016) می باشد پژوهش حاضر توصیفی- پیمایشی و از لحاظ هدف کاربردی و روش نمونهگیری از نوع غیراحتمالی در دسترس میباشد دوره تحقیق شش ماهه اول سال 1396 و ابزار جمع آوری دادهها پرسشنامه و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. فرضیات پژوهش با استفاده از روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم افزار Smart PLS و همچنین آزمون کروسکال والیس مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که نوآوری شخصی، نفوذ اجتماعی و ویژگیهای وظیفه ای بر اعتماد مشتریان به همراه بانک ملت تاثیر مثبت دارد. و ریسک درک شده بر اعتماد مشتریان به همراه بانک ملت تاثیر منفی دارد. همچنین برای متغیرهای سن، جنسیت و تحصیلات در گروه های مختلف در اعتماد به همراه بانک ملت تفاوت معناداری وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری شخصی، نفوذ اجتماعی، ویژگی های وظیفه ای، ریسک درک شده، اعتماد به همراه بانک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/695105>

