



## بررسی گرایش مشتریان در بکارگیری خدمات آنلاین (مطالعه موردی: بانک ملی شعبه شهرداری گرگان)

حسین وطنی<sup>۱</sup>، اسماعیل صیامی

۱- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی

### چکیده

بانکداری آنلاین (بانکداری اینترنتی) یک روش بانکی مبتنی بر وب است که مشتریان بانک را قادر می‌سازد تا معاملات بانکی خود و فعالیت‌های مرتبط با آن را در وب سایت بانک مربوطه تکمیل کنند. با ثبت نام به عنوان یک مشتری آنلاین با بانک خود (یا یک بانک جدید)، شما دسترسی آنلاین به تقریباً تمام خدمات رایج ارائه شده در بانک‌های محلی خود را به دست خواهید آورد. این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین انگیزه‌های بکارگیری خدمات آنلاین با تمایلات رفتاری بکارگیری خدمات آنلاین توسط مشتریان بانک ملی در شهر گرگان انجام شده است. این پژوهش توصیفی پیمایشی است که در آن از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ای استاندارد است که در قالب ۲۵ گویه می‌باشد. تعداد ۳۷۸ پرسشنامه در بین مشتریان بانک ملی شعبه شهرداری گرگان توزیع و جمع‌آوری گردید، سپس داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار Lisrel و Spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها تمام فرضیه‌های تحقیق تایید گردید. بیشترین رابطه معنادار بین سودمندی ادراک شده با تمایلات رفتاری در جهت بکارگیری خدمات آنلاین (۰.۹۳) و کمترین رابطه معنادار بین فرآیند خشنودی با سودمندی ادراک شده (۰.۱۶) وجود داشت.

**واژه‌های کلیدی:** خدمات آنلاین، تمایلات رفتاری، انگیزه، اینترنت