



تاثیر قصد رفتاری مشتریان بانک پارسیان بر استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک با نقش تعدیل‌گری سبک زندگی الکترونیک

علی نصیری*^۱، امیر خانلری^۲

- ۱- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران؛
تهران، میدان فردوسی، ابتدای خیابان نجات الهی، خیابان فلاح پور، دانشگاه پیام نور مرکز تهران شرق
- ۲- استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، تهران، تهران؛
تهران، بزرگراه جلال آل احمد، پل گیشا، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ساختمان امام رضا، اتاق ۵۱۷

چکیده

امروزه بستر مناسبی برای ارائه خدمات بانکی از طریق ابزارهای الکترونیکی فراهم آمده است و هر روز نیز بر تعداد استفاده-کنندگان از این ابزار افزوده می‌شود. براین اساس شناسایی عوامل موثر بر رفتار مشتری در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، می‌تواند به حفظ مشتری و موفقیت بانک‌ها در کسب سهم بازار بیشتر و کسب مزیت رقابتی کمک نماید. در این پژوهش، اثر سبک زندگی الکترونیک مشتریان به عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده بر رابطه بین قصد رفتاری و رفتار واقعی ایشان در استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌های پژوهش با نظرسنجی از ۳۹۸ نفر از مشتریان بانک پارسیان در شهر تهران به دست آمده و برای آزمون فرضیه‌ها و تایید مدل پیشنهادی از نرم افزار PLS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد سبک زندگی الکترونیک افراد، بر رابطه بین قصد رفتاری و رفتار واقعی افراد موثر است. براساس یافته‌های پژوهش پیشنهادهایی برای پیشبرد اهداف بازاریابی بانک با در نظر گرفتن عامل سبک زندگی الکترونیک مشتریان ارائه شده است.

کلمات کلیدی: تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده، بانکداری الکترونیک، سبک زندگی الکترونیک.

امقدمه

امروزه با استقبال روزافزون مردم از اینترنت و پیشرفت تکنولوژی در عرصه بانکداری، شیوه عرضه خدمات در بانک‌ها متحول شده به نحوی که این تحولات، زمینه رشد استفاده از خدمات بانکداری الکترونیکی را فراهم نموده است. در طول سال‌های اخیر استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک، توسط مشتریان بانکی مورد استقبال قرار گرفته و در حال افزایش است. آمار ارائه شده توسط بانک مرکزی ج.ا.ا. نشان می‌دهد، در سال ۱۳۹۵ بیش از ۱۲ میلیارد تراکنش شاپرک توسط مشتریان سیستم

* Email: alinasiri1360@yahoo.com