



## مطالعه تاثیر بانکداری الکترونیکی بر نیت رفتاری مصرف کنندگان در صنعت بانکداری

ابراهیم جواهری زاده<sup>۱</sup>، رسول ثانوی فرد<sup>۲</sup>، افسانه آزاده دل<sup>۳</sup>

### چکیده:

هدف تحقیق حاضر مطالعه تاثیر بانکداری الکترونیکی بر نیت رفتاری مصرف کنندگان در صنعت بانکداری است. پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی بوده و بر اساس روش گردآوری داده‌ها، تحقیق توصیفی و از نظر روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، شامل مشتریان بانک پاسارگاد شعب شهر قم است که از خدمات الکترونیکی بانکی استفاده می‌کنند، برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی از نوع هدفمند استفاده شد که ۱۱۰ نفر بعنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. در ادامه به بررسی ابزارهای تحلیل داده‌ها شامل آمار توصیفی و آمار استنباطی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (با استفاده از نرم افزار PLS) استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که توقع عملکرد، سهولت درک شده، ریسک درک شده و سودمندی درک شده در استفاده از بانکداری الکترونیکی بر نیت رفتاری مصرف کنندگان در بانک پاسارگاد تاثیر دارد.

**واژه‌های کلیدی:** بانکداری الکترونیکی، توقع عملکرد، سهولت درک شده، ریسک درک شده، سودمندی درک شده، نیت رفتاری مصرف کننده

<sup>۱</sup>دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشگاه قم، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و

مدیریت، javaheri1390@gmail.com

<sup>۲</sup>دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم، قم، ایران، Dr.sanavifard@gmail.com

<sup>۳</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، گرایش استراتژیک، دانشگاه قم، afsaneh.azadehdel83@gmail.com