

بررسی تاثیر انگیزه متمایز بودن، تاثیرات اجتماعی و اعتماد بر تمایل به پذیرش بانکداری اینترنتی در بانک گردشگری تهران

سیمین صفوی^۱، علیرضا پیران^۲، سید فخرالدین طاهرزاده موسویان^۳

۱- گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

Simin.safavi1366@yahoo.com

۲- گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان

Simin.safavi1366@yahoo.com

۳- رئیس مرکز پژوهش‌های صنعتی و معدنی تجهیز صنعت نگین پاسارگاد

چکیده

در عصر نوین بانکداری عوامل متعددی وجود دارند که بر روند تجهیز و ماندگاری منابع پولی بانکها تاثیر می‌گذارد. شناسایی این عوامل و تعیین میزان تاثیر و نوع ارتباط آنها با موفقیت بانکها در تجهیز منابع پولی و جذب مشتریان مقوله‌ای مهم می‌باشد. امروزه شرایط و موقعیت بانکها از این حیث با یکدیگر یکسان نیست و ممکن است عوامل تاثیرگذار بر تجهیز منابع پولی حتی برای هر یک از شعب یک بانک واحد متفاوت باشد. با افزایش استفاده از اینترنت، بانکداری اینترنتی یک فرصت جدید برای جذب مشتریان بالقوه می‌باشد. از این رو، هدف اصلی این پژوهش، تاثیر انگیزه متمایز بودن، تاثیرات اجتماعی و اعتماد بر تمایل به پذیرش بانکداری اینترنتی در بانک گردشگری تهران می‌باشد.

این پژوهش، از نظر هدف کاربردی، از نظر روش از نوع توصیفی-تحلیلی به شیوه پیمایشی با رویکرد علی است. جامعه آماری شامل مشتریان بانک گردشگری شهر تهران می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه که ۲۹۶ نفر است از فرمول کوکران استفاده شده و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده می‌باشد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌های استاندارد بومی شده است که پایایی آنها با آلفای کرونباخ (۰/۹۱۰) و مقدار روش دو نیمه کردن آزمون (اسپیلت هالف) (۰/۹۶۶) مورد تایید قرار گرفت. در تحلیل داده‌ها، در تحلیل‌های توصیفی از نرم افزار SPSS 21 و در تحلیل‌های استنباطی و آزمون فرضیه‌های پژوهش از معادلات ساختاری و نرم افزار آموس، استفاده شد.

واژگان کلیدی: بانکداری اینترنتی، انگیزه متمایز بودن، اعتماد، تلاش و عملکرد مورد انتظار، تاثیر اجتماعی