

چکیده:

در دهه گذشته، فناوری اطلاعات اثرات شگرفی بر صنعت بانکداری داشته است. این امر باعث شده است که بانک‌ها بتوانند محصولات و خدمات متمایزی را برای مشتریان خود فراهم کنند. بانکداری اینترنتی یکی از جدیدترین کانال‌های توزیع بانکداری الکترونیکی می‌باشد. ارائه خدمات اینترنتی از سوی بانک‌ها امکان کاهش هزینه و متمایز کردن و دسته‌بندی خدمات را برای مشتریان فراهم می‌سازد و باعث افزایش تمایل مشتریان بر قصد استفاده از بانکداری اینترنتی در زندگی روزانه آنها می‌گردد. در پژوهش حاضر به بررسی چگونگی تأثیرگذاری نوآوری، ریسک ادراک شده و کیفیت خدمات الکترونیکی بر قصد استفاده از بانکداری اینترنتی و شناسایی متغیرهای میان این مفاهیم به عنوان متغیرهای میانجی در شعب بانک پارسیان استان گیلان می‌پردازد. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی است، و روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه استاندارد است. در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی، کلیه مشتریان بانک پارسیان استان گیلان می‌باشد. با در نظر گرفتن تعداد کل جامعه آماری و با توجه به فرمول کوکران تعداد حجم نمونه ۳۰۹ نفر است. و از روش نمونه برداری غیر احتمالی در دسترس استفاده شده است. داده‌ها از طریق نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۰ و Amos 22 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد:

۱. کیفیت خدمات الکترونیکی دارای اثر مثبتی بر قصد استفاده از بانکداری اینترنتی می‌باشد.
۲. ریسک ادراک شده دارای تاثیر منفی بر کیفیت خدمات الکترونیکی در زمینه بانکداری اینترنتی می‌باشد.
۳. نوآوری شخصی اثر مثبتی بر قصد استفاده از بانکداری اینترنتی دارد.
۴. نوآوری شخصی دارای اثر مثبتی بر کیفیت خدمات الکترونیکی در زمینه بانکداری اینترنتی می‌باشد.
۵. نوآوری شخصی دارای اثر منفی بر ریسک ادراک شده می‌باشد.

کلمات کلیدی: کیفیت خدمات الکترونیکی، ریسک ادراک شده، نوآوری شخصی، قصد استفاده مشتریان از بانکداری اینترنتی.