

چکیده

امروزه تاثیر فناوری اطلاعات، در بخش های مختلف جامعه از جمله بانکداری اجتناب ناپذیر است. با افزایش دسترسی به شبکه جهانی اینترنت، استفاده از بانکداری اینترنتی به عنوان یکی از خدمات جدید بانکداری الکترونیکی، در حال گسترش می باشد. در حالی که اینترنت بانک دائما تلاش می کند تا مشتریان بالقوه ای را جذب کند، ناگزیر با چالش های بسیاری رو به رو می شود که هنوز هم کاربردهای انبوه آن را در شک و شبهه قرار می دهد. از این رو، در تحقیق حاضر به تبیین استفاده مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیکی بانک ملت استان گیلان پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان جامعه آماری این تحقیق مشتریان شعب بانک ملت استان گیلان می باشند که حداقل یکبار از بانکداری الکترونیک استفاده کرده اند که از طریق نمونه گیری روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس و با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۱۳ نفر از بین جامعه آماری تحقیق بعنوان نمونه آماری انتخاب شدند. این پژوهش از نظر هدف تحقیق، از نوع کاربردی می باشد و طرح تحقیق در این پژوهش، توصیفی - تحلیلی از نوع همبستگی است. همچنین از پرسشنامه استاندارد برای گردآوری داده ها کمک گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از آزمون های کولموگوروف - اسمیرنوف جهت تعیین نوع توزیع داده ها و بهره گیری از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر برآزش کلی مدل و آزمون فرضیه ها از نرم افزارهای اسمارت PLS2 و Spss 21 استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که مفید بودن بر قصد استفاده مشتریان، مفید بودن بر سهولت استفاده مشتریان، سهولت استفاده بر قصد استفاده مشتریان، قصد استفاده مشتریان بر استفاده، خودکارائی بر سهولت استفاده مشتریان، هوشمندی بر مفید بودن، درک اجتماعی بودن بر مفید بودن، لذت استفاده بر مفید بودن تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج نشان می دهد که فشار موقعیت بر قصد استفاده مشتریان، هزینه مشاهده شده بر قصد استفاده مشتریان و نوآوری شخصی بر قصد استفاده مشتریان تاثیر معناداری ندارد. در نهایت براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهایی برای مدیران و کارشناسان بانک ملت ارائه شده است.

کلمات کلیدی: بانکداری الکترونیکی، خدمات بانکداری الکترونیکی استفاده مشتریان، سهولت استفاده،

قصد استفاده