



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: کیوان رحیمی، ۱۴۰۰

بررسی تاثیر باورهای مشتری بر قصد استفاده مشتری از فناوری اطلاعات با توجه به نقش میانجی نگرش فناورانه و نگرش اعتمادساز

تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر باورهای مشتری بر قصد استفاده مشتری از فناوری اطلاعات با توجه به نقش میانجی نگرش فناورانه و نگرش اعتمادساز در شعب بیمه‌های دولتی و خصوصی شهرستان سبزوار انجام گرفته است. روش به کارگرفته شده در این تحقیق بر حسب روش توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد. به منظور جمع آوری اطلاعات آمیزه‌ای از روشهای تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. همچنین از حیث کاربرد نتایج تحقیق این مطالعه در دسته تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد. جامعه آماری حاضر، کلیه مشتریان شعب بیمه دولتی و خصوصی شهرستان سبزوار است که تعداد آنها نامحدود می باشد. با توجه به جدول مورگان، حجم نمونه تعداد 384 نفر می باشد که جهت اطمینان از برگشت پرسشنامه تعداد 400 پرسشنامه به صورت تصادفی ساده، بین مشتریان توزیع شده است. داده‌ها توسط معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار smart pls مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاکی از این بود که در تحقیق حاضر تمام فرضیات مورد تایید قرار گرفتند و باورهای مشتری بر قصد استفاده مشتری از فناوری اطلاعات با توجه به نقش میانجی نگرش فناورانه و نگرش اعتمادساز در شعب بیمه‌های دولتی و خصوصی شهرستان سبزوار تاثیر معناداری دارد.

کلیدواژه‌ها: واژگان کلیدی: فناوری اطلاعات، نگرش فناورانه، نگرش اعتمادساز، بیمه آنلاین، سهولت استفاده، احساس مفید

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۹۰۷۹۴۴۰۶۷۳۴۱۳۹۹۱۶۲۳۵۷۳۵۴

تاریخ دفاع: ۱۴۰۰/۱۱/۰۷

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت فناوری اطلاعات

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر محمد پوراحشام

M.A. Thesis:

Investigation the effect of Beliefss customer on Intention To Use with meditorial Role of Technology Attitude and Trusting Attitude

The present study aimed to investigate the effect of customer beliefs on the customer's intention to use information technology with respect to the mediating role of technological attitude and trust-building attitude in public and private insurance branches in Sabzevar.



The method used in this research is descriptive and survey method
is In order to collect mixed information, library and field research methods have been used. Also in terms of application of research results, this study falls into the category of applied research. The statistical population is all customers of public and private insurance branches in Sabzevar, the number of which is unlimited. According to Morgan's table, the sample size is 384 people, which is a simple random questionnaire to ensure the return of the questionnaire Distributed among customers. Data were analyzed by structural equations using smart pls software. The results showed that in the present study, all hypotheses were confirmed and the customer's beliefs have a significant effect on the customer's intention to use information technology due to the mediating role of technological attitude and trust building attitude in public and private insurance branches in Sabzevar.