

## عنوان مقاله:

مدل پذیرش بانکداری اینترنتی

## محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره 10، شماره 8 (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

سیدجلیل لاجوردی - دانشگاه شهید بهشتی

سمانه حاجی عسگری نوش آبادی - دانشگاه شهید بهشتی

## خلاصه مقاله:

گرچه میلیونها دلار صرف ساخت بانکداری اینترنتی شده است لیکن گزارش ها حاکی از آن است که کاربران بالقوه علیرغم دسترسی به این امکانات تمایلی به استفاده از آن ها ندارند. این موضوع لزوم انجام پژوهش های جدید برای شناسایی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی را نشان می دهد. تجزیه و تحلیل داده ها در سه بخش آمار توصیفی تحلیل عاملی و آمار استنباطی صورت گرفت. نتایج تحلیل عاملی موید بر ارزش مناسب مدل و مطابقت عوامل استخراج شده با سوالهای طراحی شده و متغیرهای تبیین شده در مدل تحقیق بودند. در سطح آمار استنباطی نتایج استفاده از آزمون های t-test تک نمونه ای و تحلیل واریانس فریدمن فرضیه های تحقق را تایید می نمایند و نشان می دهند سهولت کاربری بیشترین تاثیر را در پذیرش بانکداری اینترنتی داشته است. متغیرهای بعدی به ترتیب عبارتند از کاربردی بودن، امنیت اطلاعات شخصی لذت بخش بودن، سخت افزارهای مناسب و آشنایی با بانکداری الکترونیک

## کلمات کلیدی:

کاربران، پذیرش، بانکداری اینترنتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1290658>

