

عنوان مقاله:

بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی توسط مشتریان با استفاده از تلفیق مدل های TAM و TPB

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی مدیریت (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

کامبیز شاهرودی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

سامره صیادآذری - کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

سیدمهدی گل چهره نودهی - کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان

خلاصه مقاله:

بانکداری اینترنتی با استفاده از تکنولوژی وب اینترنت، مشتریان را قادر می سازد تا فعالیت های مالی خود را در یک محیط مجازی انجام دهند. تحقیقات انجام شده بر روی پذیرش بانکداری اینترنتی از سوی مشتریان، درک عقاید مشتری در مورد استفاده از بانکداری اینترنتی را ارتقا می بخشد و نشان می دهد چگونه این عقاید و طرز فکر، بر رفتار مشتری در مورد استفاده از بانکداری اینترنتی تأثیر گذارند. هدف کلی این تحقیق، بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی با تلفیق دو مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) و تئوری رفتار برنامه ریزی شده (TPB) به دنبال بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش بانکداری اینترنتی در میان مشتریان بانک های دولتی و خصوصی در استان گیلان می باشد. جامعه آماری این پژوهش، بانک های دولتی و خصوصی استان گیلان بوده، که از بین این جامعه آماری، با استفاده از روش نمونه گیری سهمیه ای تعداد 408 شعبه انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه و برای آزمون فرضیات از روش مدل یابی ساختاری استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

بانکداری اینترنتی، پذیرش تکنولوژی، رفتار برنامه ریزی شده، نگرش مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/240995>

