

## عنوان مقاله:

نگرشی بر عوامل گسترش دهنده استفاده از بانکداری اینترنتی در اقتصاد ایران مورد مطالعه: بانک تجارت

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

ابراهیم رضایی - عضو هیئت علمی گروه اقتصاد، دانشگاه ارومیه

جعفر رحمتی زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی، دانشگاه ارومیه

رضا محمدپور - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم اقتصادی، دانشگاه ارومیه

## خلاصه مقاله:

این تحقیق بر آن است تا با شناسایی رجحان و سلیقه مشتریان میزان تمایل آن ها به استفاده از بانکداری اینترنتی را بررسی نماید. در واقع، این مقاله در صدد پاسخگویی به این سؤال است که خدمات نوین بانکی از قبیل خدمات درگاه اینترنتی، تلفن بانک، سامانه موبایل بانک و اینترنت بانک و... تا چه حد رضایت مشتریان را به دنبال داشته است؟ بدیهی است پاسخ به این سوال چراغ راه متولیان بانکداری اینترنتی در اقتصاد ایران بوده و کم و کیف عوامل گسترش دهنده آن را مشخص می نماید. به لحاظ روش شناسی این پژوهش یک تحقیق کاربردی می باشد که ضمن آزمون مدل توسعه داده شده TAM به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق را مشتریان بانک تجارت در شهرستان ارومیه تشکیل می دهد. روش نمونه گیری به صورت تصادفی بوده و تعداد نمونه با بهره گیری از تکنیک کوکران تعیین گردیده است. داده های مستخرج از پرسشنامه پس از بررسی روایی و پایایی با استفاده از روش های آماری به کمک نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج مطالعه حکایت از آن دارد که متغیرهای قصد استفاده، نگرش، اعتماد، هنجارهای ذهنی، سودمندی درک شده، سهولت استفاده درک شده و کنترل رفتاری درک شده در راستای افزایش استفاده از سیستم بانکداری اینترنتی مؤثر هستند. نتایج حاصل از این مقاله راهکارهایی برای بانک های تجاری ارائه می دهد که در ارائه خدمات بانکداری الکترونیک می تواند مفید باشد

## کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، بانکداری اینترنتی، بانک تجارت، مدل TAM

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/244700>

