

## عنوان مقاله:

عوامل تاثیر گذار بر پذیرش خدمات موبایل بانک با تاکید بر مدل توسعه یافته پذیرش فناوری TAM

## محل انتشار:

دومین همایش بین المللی مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

هنگامه مهدور - دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی دانشگاه یزد

مرتضی محمودی میمند - عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی امام جواد (ع) یزد

امیررضا کنجکاو منفرد - دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه یزد

## خلاصه مقاله:

امروزه پژوهشگران دریافته اند که رفتار مشتری یکی از عوامل حیاتی تاثیرگذار بر استراتژی های رقابتی بانک ها به شمار می آید، بنابراین بررسی عوامل موثر بر رفتار وی اهمیت بسزایی دارد. چرا که به منظور توسعه فناوری های جدید، پذیرش آن از سوی مشتری الزامی است. بنابراین با توجه به اهمیت بانکداری الکترونیک و نو پا بودن این فناوری در کشورمان، انجام تحقیقاتی برای شناسایی عوامل موثر بر پذیرش موبایل بانک ضروری است. لذا، هدف این مقاله واکاوی عوامل موثر بر پذیرش موبایل بانک توسط مشتریان بانک تجارت است. در این راستا از مدل توسعه یافته پذیرش فناوری استفاده شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی است. جامعه آماری شامل کاربران موبایل بانک تجارت در شهرستان یزد می باشد. به منظور جمع آوری داده ها از پرسشنامه ای که روایی و پایایی آن تایید گردیده استفاده شد. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات، پیچیدگی، اعتماد، سهولت دریافت شده و مزایای دریافت شده تاثیر معنی داری بر نگرش نسبت به موبایل بانک دارد. همچنین یافته ها نشان داد که نگرش کاربران موبایل بانک تاثیر معنی داری بر تمایل رفتاری آنها به استفاده از موبایل بانک دارد.

## کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، موبایل بانک، مدل پذیرش فناوری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/512056>

