

چکیده

بانکداری الکترونیک را می توان به عنوان یکی از مهم ترین نوآوری های فنی در نظر گرفت که فرصت استفاده از یک محدوده ی وسیع از خدمات نظیر انتقال پول، پرداخت قبوض، کسب اطلاعات درمورد سپرده ها، سرمایه گذاری و خدمات چکی را از طریق اینترنت و وب سایت های طراحی شده توسط بانک ها برای کاربران فراهم نموده است و مشتریان را قادر ساخته تا فارغ از محدودیت زمانی و مکانی، دسترسی مقرون به صرفه و کارآمدی به خدمات بانکداری داشته باشند. تحقیق حاضر به بررسی تأثیر ابعاد مدل پذیرش تکنولوژی (TAM) و مدل ریسک درک شده (PRT) بر نگرش و قصد پذیرش خدمات بانکداری الکترونیک بانک مسکن استان گیلان پرداخته است. این تحقیق از لحاظ روش و اجرا، توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف کاربردی است. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان بانک مسکن استان گیلان می باشند. داده های لازم با استفاده از پرسشنامه جمع آوری گردید و با استفاده از نرم افزارهای SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون فرضیه های تحقیق نشان داد که اعتماد به غیر از قصد رفتاری، بر ریسک درک شده و نگرش استفاده تأثیر معناداری دارد. از سوی دیگر نتایج حکایت از آن دارد که نفوذ اجتماعی بر ریسک درک شده، سود مندی درک شده، سهولت استفاده، و قصد رفتاری تأثیر معناداری دارد. متغیر ریسک درک شده بر نگرش و قصد رفتاری تأثیر معناداری دارد در حالی که این تأثیر با سود مندی درک شده معنادار نمی باشد. سودمندی درک شده با نگرش استفاده تأثیر معناداری ندارد، اما با قصد رفتاری، این تأثیر معنادار است. همچنین نتایج نشان داد که سهولت استفاده بر سود مندی درک شده، نگرش استفاده و قصد رفتاری تأثیر معناداری دارد و در نهایت ثابت گردید که نگرش استفاده تأثیر معناداری بر قصد رفتاری دارد.

واژگان کلیدی: اعتماد، نفوذ اجتماعی، ریسک درک شده، سودمندی درک شده، سهولت استفاده، نگرش و

قصد رفتاری.