

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی عوامل موثر بر استفاده از بانکداری الکترونیکی با نگرش میزان وفاداری و اعتماد مشتریان

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مطالعات مدیریت در علوم انسانی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

معصومه علی پور - دانش آموخته رشته مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین المللی امام خمینی قزوین، ایران

صفر فضلی - استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین المللی امام خمینی قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به گزارش بازاریابی های جهانی و حضور رقبای متعدد، فعالیت بانک ها برای دستیابی به سهم بیشتری از بازار، شدت یافته است. بررسی عوامل موثر بر استفاده مشتریان از خدمات صنعت بانکداری الکترونیکی یک نوع اقدامی است که چنانچه به آن خوب توجه گردد باعث خواهد شد که سیاست گذار با درک بهتری از شرایط، برنامه ریزی و تصمیم گیری مناسبی اتخاذ نمایند تا به سهم بیشتری در بازار دست یابد. بنابراین در مقاله حاضر برای یافتن عوامل موثر بر استفاده مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیکی و بررسی عواملی که سطح وفاداری و اعتماد مشتریان را بالا میبرند، از مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه نیمه ساختار یافته با خبرگان جامعه آماری پژوهش (شامل روسا و کارشناسان خبره فناوری اطلاعات و کارکنان بخش ستادی بانک ملت) استفاده شده است. همچنین برای رتبه بندی هر یک از عوامل تاثیر گذار بر فناوری های بانکداری الکترونیکاز یک پرسشنامه مقایسات زوجی استفاده شده است که با روش AHP به اولویت بندی و تحلیل آن پرداخته شده است. روایی پرسشنامه به روش محتوایی و پایایی آن با محاسبه نرخ ناسازگاری ماتریس تجمیع حاصل گردید. نتایج نشان داد که در عوامل موثر بر افزایش وفاداری و اعتماد مشتریان؛ سرعت و ارتباطات بهنگام با بانک، اطمینان مشتری از توانایی استفاده و قابلیت اعتبار سیستم به ترتیب با وزون ۰/۲۰۸، ۰/۱۵۶ و ۰/۱۰۹ موثرترین عوامل بر استفاده از بانکداری الکترونیک است.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیکی، وفاداری مشتریان، اعتماد مشتریان.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1474898>

