

عنوان مقاله:

بررسی اعتماد مشتریان بانک ملت استان زنجان و تمایل به استفاده از بانکداری الکترونیک

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات بانکی (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

داود آقایی - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد، علی آباد کتول، ایران

جهان تقوی فر - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد، علی آباد کتول، ایران

نادیا رجب زاده - کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد، علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

نظام بانکی طی دهه های اخیر به سرعت به سمت سرمایه گذاری بر روی فناوری های نوین ارائه خدمات به مشتریان، یعنی سامانه های بانکداری الکترونیک، روی آورده است. این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل مشتریان به استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک انجام گرفته است. و بر اساس نتایج این تحقیق بین ویژگیهای فروشنده متغیرهای شهرت ادراک شده و اطمینان سیستم به طور مثبتی با سطح اعتماد مشتری رابطه دارد. هر چه شهرت ادراک شده و اطمینان سیستم بانکداری الکترونیکی افزایش یابد اعتماد مشتری به بانک (فروشنده) نیز افزایش می یابد. تمایل به استفاده از سوی مشتری نیز ارتباط مثبتی با سطح اعتماد مشتری دارد. اعتماد مشتری به طور منفی با نگرش و به طور منفی با ریسک ادراک شده رابطه دارد. ریسک ادراک شده از استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک به طور منفی با نگرش به فروشنده و تمایل به استفاده مجدد رابطه دارد

کلمات کلیدی:

اعتماد مشتریان بانکداری الکترونیک بانک ملت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/178077>

