

نقش اعتماد در پذیرش خدمات اینترنتی

مستتران بانک شهر

نویسنده: عطالله خاکسار



انتشارات توس

شناسنامه کتب

عنوان: نقش اعتماد در پذیرش خدمات اینترنتی مشتریان بانک شهر

نویسنده: عطا الله خاکسار

ناشر: انتشارات لیما

صفحه آرا و طراح جلد: سمیه افرشته

مشخصات کتاب: ۲۰۳ ص

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: دل - ۱۳۹۹

شابک: ۷-۶-۶۳۶۰-۶۲۲-۹۷۸

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

سرشناسنامه	خاکسار، عطاالله، ۱۳۵۴-
عنوان و نام پدیدآور	نقش اعتماد در پذیرش خدمات اینترنتی مشتریان بانک شهر / نویسنده: عطاالله خاکسار
مشخصات نشر	تهران: نشر لیما، ۱۳۹۹
مشخصات ظاهری	۲۰۳ ص
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۶۳۶۰-۶-۷
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه
موضوع	بانکداری اینترنتی -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	Internet banking -- Iran -- Case studies:
موضوع	مشتریان بانک -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	Bank customers -- Iran -- Case studies:
موضوع	بانک و بانکداری -- ایران -- خدمات مشتری -- نمونه پژوهی
موضوع	Banks and Banking -- Customer services -- Iran -- Case studies:
رده بندی کنگره	۷/HG۱۷۰۸ :
رده بندی دیویی	۳۳۲/۱۰۲۸۵:
شماره کتابشناسی ملی	۶۱۲۱۵۷۳:

آدرس انتشارات: فلکه دوم صادقیه خیابان کاشانی خیابان ولیعصر خیابان رز غربی پلاک ۷ طبقه اول

تلفن تماس: ۰۹۱۲۵۶۸۰۸۵۱-۴۴۹۵۶۵۰۰

کلیه حقوق و حق چاپ متن، طرح روی جلد و عنوان کتاب با نگرش به قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان

مصوب ۱۳۴۸ محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.



فهرست مطالب

۶	چکیده
۷	فصل اول - کلیات تحقیق
۲۱	فصل دوم - ادبیات تحقیق
۱۲۱	فصل سوم - روش تحقیق
۱۷	فصل چهارم - تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۰۹	فصل پنجم - تحلیل و نتیجه‌گیری
۱۹۱	منابع

امروزه فراگیری استفاده از اینترنت زمینه ساز فرصتی است تا موسسات مالی و بانک ها در محیط پرتلاطم رقابتی از آن به نفع خود بهره جویند. پژوهش حاضر به بررسی نقش اعتماد در پذیرش خدمات اینترنتی مشتریان بانک شهر و شناسایی این ارتباط و توجه به اهمیت اعتماد و تاثیر آن می پردازد.

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی، از نظر روش تحقیق و ماهیت از جمله تحقیقات علمی و از شاخه ی دانش می باشد. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری شده است، ضمناً برای تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک معادلات ساختاری به وسیله روش PLS استفاده شده است. بدین منظور تعداد ۵۰ پرسشنامه در بین مشتریان بانک شهر که حداقل یک بار از خدمات بانکداری الکترونیک استفاده کرده بودند توزیع گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

عوامل متعددی می توانند بر پذیرش خدمات بانکداری اینترنتی تاثیرگذار باشند اما به دلیل اهمیت بالای اعتماد در پذیرش این خدمات و به دلیل محدودیت زمانی در این تحقیق تنها به بررسی تاثیر این متغیر پرداخته ایم. همچنین عدم وجود آمار دقیق از مشتریانی که از خدمات بانکداری اینترنتی استفاده می کنند از عوامل محدودیت را در انجام این تحقیق بوده است. در نهایت به مدیران بان ها پیشنهاد می شود به تدوین و اجرای استراتژی هایی بپردازند که بتواند اعتماد ادراک شده از سوی مشتریان را افزایش دهد. موازات برنامه های اعتمادسازی با ایجاد باجه های تخصصی در شعب خود در جهت آموزش به مشتریان گام بردارند.