

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر اعتماد مشتریان بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی: کاربران بانکداری اینترنتی بانک سامان)

نسرين متدین^۱

^۱دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۸

Identify and prioritize the factors affecting the trust of Internet banking customers .Case Study: Saman Bank Internet Banking Users

Nasrin Motedayen¹

¹Master student of business management, Payame Noor University, Tehran, Iran

Received: (24/02/2021)

Accepted: (29/03/2021)

Abstract

By improving information technologies, banks and financial institutions offer more services to their customers by using new methods. One of these methods is internet banking. Banking concepts indicate the importance of trust of costumers in usage of banking services. So by recognizing the attributes of internet banking and their effects on costumers trust, we presented a conceptual model for this research. The data of this research gathered by 384 questionnaires from internet banking users of SAMAN bank . Data analyses were done by confirmatory factor analysis, structural equation modeling and Friedman test. Results show that transaction speed, easy to use, usefulness and security have positive and significant effect on customers' trust. Also results confirmed that internet banking customer's trust positively influenced customers' intention to use.

Keywords

Internet Banking, Trust, Security

چکیده

با توسعه و پیشرفت تکنولوژی ارتباطات، بانکها و موسسات مالی روشهای جدیدی را به منظور خدمت رسانی بیشتر به مشتریان خود عرضه می کنند، یکی از این روشهای نوین، بانکداری اینترنتی است. با مرور ادبیات بانکداری اهمیت اعتماد مشتریان به استفاده از خدمات بانکی محرز می گردد. بر همین اساس با شناسایی ویژگیهای روش بانکداری اینترنتی و تاثیر آن بر اعتماد مشتریان، مدل مفهومی تحقیق تدوین شد و بر اساس آن پژوهش حاضر انجام شده است. مطالعه حاضر با نظر سنجی از ۳۸۴ نفر از مشتریان بانک سامان انجام گرفته است. به منظور گردآوری اطلاعات میدانی از ابزار مصاحبه و پرسشنامه استفاده گردید که از طریق مقدار ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه و علاوه بر آن با استفاده از نظر خبرگان (اساتید دانشگاه و همچنین کارشناسان بانک)، روایی پرسشنامه تأیید گردید. نتایج بدست آمده نشان داد که کاربر پسندی، سهولت استفاده، سودمندی، آگاهی دهنده و امنیت بر اعتماد تاثیر معناداری دارند. همچنین نتایج نشان داد که اعتماد، گرایش به استفاده را بطور مثبت تحت تاثیر قرار می دهد.

واژه‌های کلیدی

بانکداری اینترنتی، اعتماد