

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان حقیقی از کیفیت خدمات الکترونیکی (مطالعه موردی بانک تجارت)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: ۱۳۹۸)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۱۸

نویسنده:

علی امیدی - کارشناسی ارشد، دانشگاه جامع علمی کاربردی، لرستان، ایران

خلاصه مقاله:

دنیای پیشرفته امروزی که تکنولوژی از سرعت چشم گیری برخوردار است می طلبد که صنعت وبازار هم سرعت خود را به تکنولوژی نزدیک ترکنند به خصوص درصنعتی که فروش خدمات در راس امور آن می باشد. سودآوری و حفظ مشتریان کنونی و افزایش سهم بازار باتوجه به رقبا وسایر شرایط موثر بر بازار این مهم را بیشتر تداعی می کند که استفاده از ظرفیت های جدید ونوآورانه همچون خدمات الکترونیکی که امروزه در منازل با یک تلفن همراه می توان کارهای بانکی را انجام داد. انجام امور بانکی بدون حضور در فضای فیزیکی بانکی مزیت رقابتی قابل توجهی است که مورد توجه سرمایه گذاران شده است. یکی از کانال های توزیع خدمات به مشتریان بانکداری الکترونیکی می باشد که نیاز رضایت مشتریان را به خوبی شناسایی کرده است. پژوهش حاضر یک تحقیق کاربردی و با هدف تعیین عوامل موثر بر رضایت مشتریان از کیفیت خدمات الکترونیکی ارائه شده توسط بانک تجارت که در این پژوهش به صورت موردی، مورد مطالعه قرار می گیرد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که تمامی هفت متغیر مستقل مورد مطالعه در این تحقیق، مبتنی بر مدل سروکوال و بررسی ادبیات تحقیق، شامل اثربخشی، تضمین، قابلیت دسترسی، ابعاد فیزیکی، تنوع خدمات، بها، و قابلیت اطمینان، بر متغیر وابسته اثر معنادار دارند. این بدین معناست که هر گونه تغییر در این متغیرها میزان رضایت مشتریان بانک تجارت را تحت تاثیر قرار خواهد داد.

کلمات کلیدی:

تکنولوژی، کانال توزیع، رضایت مشتری، خدمات الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986889>