

عنوان مقاله:

تاثیر اینترنت و امنیت بانکداری الکترونیکی بر رضایت رابطه مند e-CRM

محل انتشار:

دومین همایش ملی تحقیقات میان رشته ای در علوم مهندسی و مدیریت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

محمدجواد بختیاری - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی صنایع و سیستم ها، دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

سازمانها و شرکتهای در محیط رقابتی جهانی پیچیده ای قرار گرفته اند که ناشی از تغییرات محیطی، سازمانی و فناوریهای نوین است. رشد سریع تکنولوژی اطلاعات و اینترنت، ماهیت کار سازمانها را متحول نموده است بنابراین، استفاده مطلوب و مناسب از تکنولوژی های نوین در کسب و کار از عوامل ضروری بقاء ریسک ادراک شده سازمان ها در محیط رقابتی امروز می باشد. از این رو، کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی به یکی از موضوعات مورد توجه در فضای کسب و کار الکترونیکی، برای حفظ هرچه بیشتر مشتریان تبدیل شده است. روش گردآوری داده های این پژوهش به دوسورت کتابخانه ای و روش میدانی بوده و مهمترین ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه بود، تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گرفته و نتایج تحقیق حاکی از آن است که ابعاد کیفیت خدمات بانکداری الکترونیکی (تراکنش الکترونیک، تجارت الکترونیک) بر قابلیت های استراتژیک کارکنان و رضایتمندی مشتریان تاثیر مثبت معناداری دارد همچنین بیشترین تاثیر بر متغیر درون زای کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک متعلق به عوامل پاسخگویی و سپس عوامل اطمینان خاطر می باشد. هدف پژوهش حاضر، بررسی ارائه مدل ساختاری مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری برپایه کیفیت خدمات تکنولوژی محور سلف سرویس مشتریان الکترونیکی و بررسی تاثیر e-CRM و کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان در بانکداری الکترونیک می باشد. نتایج حاکی از آن است طراحی وب سایت، توانایی جستجو، حریم خصوصی و امنیت و زمان تحویل به عنوان ابعاد مهم و تاثیر گذار مدیریت ارتباط الکترونیکی مشتری که در تحقیق حاضر شناسایی شدند به خروجی های محسوس معناداری مانند بهبود در شاخص های مالی از قبیل کاهش هزینه یا افزایش فروش و سود بخشی و هم سنجی های نامحسوس از قبیل ارزش مشتری منجر می شوند دارد. تراکنش های این شبکه به صورت همتا به همتا و بدون نیاز به واسطه ها انجام می شوند؛ رمز ارز ها روی یک پایگاه داده غیرمتمرکز به اسم بلاک چین فعالیت می کند لذا باتوجه به اینکه موضوع جانشین شدن پول الکترونیکی به عنوان ابزار پرداخت در شرکتهای به مرحله بلوغ رسیده است و شرکتهای در مسیر پیاده سازی و استفاده از این مهم هستند بنابراین نظام بانکداری الکترونیکی می بایست به منظور افزایش سهم خود در بازار رقابتی و بکارگیری بهینه منابع بانکی در ارائه خدمات متناسب با نیاز مشتریان به بخش بندی مشتریان خود بپردازند. از اینرو لازم است تا رفتار مشتریان بانکی شناسایی و تحلیل شود. یکی از رویکردهای نوین جهت کمک به بانکها در این زمینه، تکنیک داده کاوی است بنابراین داده های جمع آوری شده با استفاده از پرسشنامه در دو بخش توصیفی و استنباطی و با استفاده از آزمون های نرمالیتی (K-S) و مدلسازی معادلات ساختاری تبیین گردیده است.

کلمات کلیدی:

تکنولوژی سلف سرویس، ارز دیجیتال، پذیرش ادراکی بانکداری الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیولیکا:

<https://civilica.com/doc/1289825>

