

عنوان مقاله:

بررسی نقش میانجی رضایت مشتریان در تاثیرگذاری کیفیت ادراک شده از خدمات بانکداری الکترونیک بر تعهد مشتریان بانک های خصوصی شه تهران

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مطالعات جهانی در علوم انسانی، مدیریت و کار آفرینی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

رضا آشیانی - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه تهران، پردیس فارابی قم

حسین شیخ ویسی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف آباد

خلاصه مقاله:

۷ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت های فعال صادر کننده مواد غذایی شهرستان سنج بودند که از این تعداد،

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، کیفیت ادراک شده، بانکداری الکترونیک، تعهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1448858>

