

عنوان مقاله:

بررسی عوامل اجرایی اثربخش شبکه های اجتماعی در ارائه خدمات الکترونیکی بانکی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

زهرا انبساطی رود برده - کارشناس مدیریت امور فرهنگی شهرداری تهران

خلاصه مقاله:

خط مشی گذاری در بانکداری الکترونیک به دلیل ماهیت پویا و وابستگی بالا به فناوری اطلاعات از حساسیت بیشتری نسبت به سایر صنایع برخوردار است. در این پژوهش به بررسی نقش شبکه های اجتماعی در ارائه خدمات الکترونیکی به مشتریان بانک های خصوصی پرداخته می شود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، بر اساس نتیجه، توسعه ای و از لحاظ شیوه، کیفی است. جامعه آماری شامل تعدادی از مدیران و خبرگان صنعت بانکداری در بانک های خصوصی است که با بازاریابی شبکه های اجتماعی آشنایی کامل داشتند و از بین آنها تعداد ۱۲ نمونه به روش گلوله برفی هدفمند جهت انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته انتخاب گردید. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده های مصاحبه، از روش تحلیل محتوا مبتنی بر تئوری داده بنیاد استفاده شد. برای این منظور ابتدا رمزهای مناسب به بخش های مختلف داده ها اختصاص یافته و مفاهیم تعیین گردید. سرانجام، با کدگذاری انتخابی، مقوله ها پالایش شده و ابعاد اصلی تحقیق در قالب شرایط علی، محوری، زمینه، مداخله گر، راهبردها و پیامدها پدیدار شد. یافته های پژوهش نشان داد، خدمات الکترونیکی شامل کیفیت خدمات الکترونیکی و بازیابی کیفیت خدمات الکترونیکی به عنوان عوامل علی بر بانکداری الکترونیکی تاثیرگذار است؛ بانکداری الکترونیکی نیز از طریق اطلاع رسانی، ارتباطات و تراکنش موجب رضایت مشتریان شده و بر ارزش ادراک شده آن ها تاثیر می گذارد. علاوه بر این، خط مشی شبکه های اجتماعی از طریق قابلیت پذیری و تعاملات اجتماعی، در قالب شرایط مداخله گر بر رضایت و ارزش ادراک شده مشتری، موثر بوده و و زیرساخت ها که شامل زیرساخت های امنیتی و زیرساخت های فنی است، به عنوان زمینه حاکم، بر پدیده مورد بررسی (ارزش ادراک شده) اثر می گذارد و در نهایت باعث وفاداری مشتری و ایجاد ارزش برای مشتری و بانک می گردد. در مجموع نتایج تحقیق حاضر نشان داد، خط مشی شبکه های اجتماعی بانکداری الکترونیکی به شدت تحت تاثیر خدمات الکترونیکی قرار دارد. هر چند در این میان شبکه های اجتماعی و زیرساخت ها می تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم بر تاثیرگذار باشد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات الکترونیک، خط مشی، شبکه های اجتماعی، بانکداری الکترونیک، ارزش ادراک شده مشتری، بانک های خصوصی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1573464>

