

## عنوان مقاله:

تحلیل رابطه بین اجرای کامل سوئیچینگ و وفاداری مشتریان مطالعه موردی سیستم بانکی شهر لاهیجان

## محل انتشار:

اولین همایش ملی رویکردهای نوین در مهندسی کامپیوتر و بازیابی اطلاعات (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

## نویسندگان:

رامتین صفا بخش قاسمی - دانشجوی کارشناسی ارشد

فرشاد ثامنی کیوانی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی رودسر واملش

## خلاصه مقاله:

بانکداری الکترونیکی یکی از نقطه های حساس و بزنگاه های فنی تقابل سنت و مدرنیته است یکی از مقوله های اساسی در بهبود و پیشرفت بانکداری الکترونیکی ایجاد یک هسته مرکزی برای اتصال تمام بانکهای کشور بانه عبارتی ایجاد حلقه سوئیچینگ است راه اندازی و راهبری سوئیچ ملی گام موثری در جهت تحقق اتصال شبکه پرداخت بانکها به یکدیگر و نهایتا ایجاد زمینه برای انجام مبادلات بین بانکی بصورت الکترونیکی برداشته است سوئیچینگ به معنای یکپارچه شدن تمامی بانکها به وسیله یک هسته است این مطالعه به بررسی رابطه بین اجرای کامل سوئیچینگ و انواع سه گانه وفاداری شناختی - احساسی - کنشی می پردازد جامعه آماری تحقیق مشتریان بانکهای دولتی و خصوصی است نمونه آماری براساس روش خوشه ای طبقه بندی تصادفی به حجم 384 نفر تعیین شده است سپس معناداری فرضیه های پژوهش را با آزمون d سامرز مورد بررسی قرار گرفته است و نتیجه بیان میکند که در بین انواع سه گانه وفاداری ارتباط معناداری بین اجرای کامل سوئیچینگ و وفاداری شناختی و کنشی وجود دارد ولی براساس اطلاعات بدست آمده رابطه معناداری بین اجرای کامل سوئیچینگ و وفاداری احساسی مشاهده نمی شود

## کلمات کلیدی:

شبکه های الکترونیکی، بانکداری الکترونیکی، وفاداری مشتریان، آزمون d سامرز، لاهیجان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/225483>

