

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ارائه خدمات الکترونیکی و میزان شهرت سازمانی در شعب بانک پارسیان شهر کرمان

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

اعظم کروکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رفسنجان

ملیکه بهشتی فر - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رفسنجان

خلاصه مقاله:

در این پژوهش تحت عنوان بررسی رابطه بین ارائه خدمات الکترونیکی و میزان شهرت سازمانی در شعب بانک پارسیان شهر کرمان جامعه آماری شامل مشتریان شعب بانک پارسیان کرمان و نمونه ای به تعداد 285 نفر از مشتریان شعب بانک پارسیان کرمان انتخاب گردید و اطلاعات لازم جهت بررسی خدمات الکترونیکی و میزان شهرت سازمانی از طریق 2 پرسشنامه ارائه خدمات الکترونیکی با روایی و پایایی 97٪، 92٪ و پرسشنامه شهرت سازمانی با روایی و پایایی 89٪، 93٪ جمع آوری گردید پس از تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده از آزمودنی ها از طریق نرم افزار SPSS و همچنین با استفاده از آزمون های آماری پیرسون و اسپیرمن و رگرسیون چند متغیره مشخص شد که بین ارائه خدمات الکترونیکی، ودکارآمدی، کامل بودن، در دسترس بودن، محرمانگی، پاسخگو بودن و جبران خدمات با شهرت سازمانی رابطه مستقیمی وجود دارد. نتیجه کلی نشان می دهد که برای ارتقای شهرت سازمانی به عنوان یک عامل مهم جهت موفقیت در بانکهای کشور نیاز است ارتقای خدمات الکترونیکی بهبود یابد.

کلمات کلیدی:

ارائه خدمات الکترونیکی- شهرت سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231664>

