

## عنوان مقاله:

الگوی آمیخته سنجش رضایت مشتریان از خدمات بانکداری برخط

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

نسرین جزنی - دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

ایمان صناعی - نویسنده مسئول - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به روند تغییر بانکداری در جهان از بانکداری سنتی به سمت بانکداری الکترونیک در دهه اخیر به طبع آن برای نهادینه کردن این نوع خدمات در کشورمان نیاز به ایجاد رضایت مشتریان در راستای ایجاد وفاداری آن ها به خدمات الکترونیک امری غیر قابل اجتناب است. در این تحقیق سعی شده است تا به وسیله رویکردی کیفی - کمی به شناسایی مؤلفه های رضایت مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک پرداخته شود. در بخش کیفی از سه گروه کانون متشکل از خبرگان صنعت بانکداری و دانشگاهی به همراه مشتریان بانک در جهت شناسایی این شاخص ها استفاده شده و شاخص های استخراج شده از طریق نمونه گیری خوشه ای در بین 708 نفر از مشتریان بانک ها در سطح شهر تهران در قالب پرسشنامه توزیع و با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی پنج مؤلفه کاربردی بودن، کارآمدی، امنیت، تصویر ذهنی و وب سایت استخراج گردیده است. همچنین با استفاده از آزمون فریدمن به رتبه بندی این مؤلفه ها از دیدگاه مشتریان پرداخته شده است.

## کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، کاربردی بودن، کارآمدی، امنیت، تصویر ذهنی، وب سایت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472177>

