

## عنوان مقاله:

رابطه کیفیت خدمات الکترونیکی با رضایت مندی مشتریان

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسندگان:

منوچهر مکی - استادیار، عضو هیات علمی دانشگاه چالوس

امیر حسین کیایی کرانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

امروزه مشتریان وفادار دارای رقابتی هر سازمان محسوب شده و نقش مهمی در توفیق این سازمان ها ایفا می نماید. با گسترش بازارهای آنلاین بانکی، بحث وفاداری و رضایت مشتریان با چالش های نوینی مواجه شده و بسیاری از سازمان ها برای پاسخ به این مهم بر ارایه و بهبود کیفیت خدمات بانکی الکترونیک تمرکز نموده اند. با توجه به گرایش استفاده از خدمات الکترونیک به دلیل ویژگی های منحصر به فرد آن و حضور بانک، جهت نقل و انتقال منابع مالی، الکترونیک را به عنوان بخش تفکیک ناپذیر تجارت الکترونیک و دارای نقش اساسی در اجرای آن نموده است و از طرف دیگر تحقیقات انجام شده نشان می دهد که رضایت مشتری بر روی حفظ مشتریان و در نتیجه بر سود آوری و موفقیت سازمان ها در عرصه رقابت تاثیرگذار است. یافته های تحقیق: یافته های تحقیق نشان داد که بین مولفه های خاطر جمع بودن، پاسخگویی، اطمینان، موارد فیزیکی با رضایت مشتریان رابطه وجود دارد در ادامه برای آزمون فرضیه ها از نرم افزار SPSS و آزمون های همبستگی و الویت بندی فاکتورها بهره جسته و در انتها به بحث و نتیجه گیری پرداختیم. بر طبق نتایج آماری تحقیق، بین کیفیت خدمات و رضایت مشتریان رابطه وجود دارد و در نهایت نتیجه گیری و پیشنهاد ارایه گردیده است

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، مدل سروپرف، رضایت مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/659844>

