

## عنوان مقاله:

اندازه گیری میزان رضایتمندی کاربران نهایی از خدمات بانکداری الکترونیکی (مورد مطالعه : بانک های پارسبان، پاسارگاد، اقتصاد نوین)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس جهانی بانکداری الکترونیکی (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

دکتر محمد حقیقی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه تهران

دکتر حسین بیورانی - استادیار گروه آمار دانشگاه تبریز

ابراهیم قارلقی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

سمانه میراسدی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

## خلاصه مقاله:

امروزه بانکداری الکترونیکی نقش بسیار مهمی را در صنعت بانکداری ایفا می کند و این مهم در چند سال اخیر توجه بسیار زیادی را در ادبیات دانشگاهی به خود اختصاص داده است. امروزه نگرانی های زیادی در مورد تاثیر بانکداری الکترونیکی و ارائه خدمات به صورت الکترونیکی بر رضایتمندی و وفاداری مشتریان وجود دارد. این مقاله سعی بر پرکردن این خلاء در ادبیات بازاریابی از طریق اندازه گیری رضایتمندی مشتریان از خدمات ارائه شده بانکداری الکترونیکی در سه بانک خصوصی پارسبان، پاسارگاد و اقتصاد نوین دارد. داده های مورد نیاز مقاله با پرسش از 600 کاربر خدمات اینترنتی بانکهای مزبور جمع آوری گردیده است. روش پژوهش مقاله از نوع پیمایشی و همبستگی است و برای بررسی فرضیات از آزمون های مرتبط آماری استفاده و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای آماری Spss و Lisrel استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان میدهد که سه عامل اصلی محتوا، سهولت استفاده و صحت و دقت خدمات الکترونیکی در رضایتمندی مشتریان تاثیر معنادار دارد.

## کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیکی ، رضایت مشتری ، ویژگی های جمعیت شناختی ، محتوا ، سهولت استفاده ، صحت و دقت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/68248>

