

عنوان مقاله:

چارچوبی جهت شناسایی ابعاد و شاخصهای موثر بر خدمات بانکداری الکترونیکی مطالعه موردی: بانک سپه

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مدیریت راهبردی خدمات 1396 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

هیراد صرفه جو - گروه مهندسی صنایع، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

مهرداد نیکبخت - گروه مهندسی صنایع، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

خلاصه مقاله:

در قرن حاضر و با توجه به اهمیت بخش خدمات، کیفیت آن نیز اهمیت ویژه ای مییابد به نحویکه ارائه خدمات با کیفیت از چالشهای مهم سازمانهای خدماتی به شمار میرود. از مهمترین راه های کسب مزیت رقابتی برای بانکهای امروزی، استفاده از فناوری اطلاعات جهت ارائه خدمات بانکی میباشد که تحت عنوان خدمات بانکداری الکترونیکی از آن یاد میشود. بنابراین بانکداری الکترونیکی نه تنها به عنوان نتیجه رقابتی بلکه بیش از آن به عنوان یک نیاز رقابتی در نظر گرفته میشود. بنابر موارد ذکر شده، مد نظر قرار دادن نظر مشتریان و اخذ بازخورد خدمات ارائه شده به آنان جزو اساسی ترین دغدغه های سازمانهای امروزی از جمله بانکها به شمار می آید. در این پژوهش به بررسی ابعاد و شاخص های تاثیرگذار بر بانکداری الکترونیکی پرداخته شده است. در این تحقیق ابتدا با مطالعه منابع معتبر علمی مختلف و سپس با نظر خبرگان و کارشناسان بانکی، شاخصهای خدمات الکترونیکی بانکی شناسایی شدهاند. نتایج حاصل از این پژوهش بیان میکند که ابعاد به دست آمده عبارتاند از: عوامل محسوس، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، تضمین، همدلی، سهولت استفاده، مسیولیت اجتماعی، جذابیت و وفاداری مشتری. این ابعاد به عنوان عوامل اصلی در نظر گرفته شده است و برای هر کدام، با توجه به ویژگیهای خدمات الکترونیک بانکی در ایران و بانک سپه، از مجموع 114 شاخص شناسایی شده، تعداد 32 شاخص تعریف شده و شاخصها بومی سازی شده اند.

کلمات کلیدی:

بانکداری، بانکداری الکترونیکی، کیفیت خدمات الکترونیک، بانک سپه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/748838>

