

عنوان مقاله:

ارزیابی و رتبه بندی مولفه های کیفیت خدمات الکترونیک موثر بر رضایتمندی و قصد استفاده مشتریان

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند، دوره 6، شماره 22 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

منیژه بحرینی زاده - استادیار گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

مجید اسماعیل پور - استادیار گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

جمال الدین کبوتری - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس بوشهر

خلاصه مقاله:

امروزه پایش و سپس بهبود کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک ازجمله عوامل بسیار مهم در ایجاد مزیت رقابتی برای بانک ها در رضایتمندی و قصد استفاده مشتریان است. با عنایت به گسترش روزافزون رقابت بین بانک ها، ارتقای کیفیت خدمات ابزارهای بانکداری الکترونیک به عنوان رویکردی مهم در جذب، رضایتمندی و قصد استفاده مشتریان ضروری است. در راستای ای هدف، پرسشنامه پژوهش بر پایه پژوهش های زهیر و ناریکارا (2016) و مدل E-S-QUAL و E-RecS-QUAL پاراسورامان و همکاران (2005) طراحی شد. جامعه آماری ای پژوهش کاربران دستگاه های خودپرداز بانک ملت شهر بوشهر بودند که از ای جامعه به روش نمونه گیری خوشه ای تعداد 384 نفر نمونه انتخاب گردیدند. از نرم افزار Amos، جهت تحلیل عاملی تاییدی و تبیین و تایید مدل مفهومی پژوهش استفاده شد. همچنین از آزمون t در نرم افزار SPSS برای تحلیل شکاف مابین دیدگاه های ادراکی مشتریان (وضع موجود) و انتظارات آنها از وضع مطلوب، پس از وزن دهی به وسیله فرآیند تحلیل شبکه ای استفاده شد. یافته ها نشان داد که کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایتمندی و رضایتمندی بر مقاصد رفتاری مشتریان تاثیر معنادار دارد. ابعاد ارتباط، جبران خدمات، دسترسی پذیری، پاسخگویی، کارایی، اجرا و محرمانگی به ترتیب بیشتری شکاف میان انتظارات و ادراکات مراجعی را داشتند. در میان زیر شاخص ها نیز، وجود همیشگی پول در دستگاه، انجام خدمات وعده داده شده، گستردگی مناسب جغرافیایی و دسترسی راحت به دستگاه های خودپرداز از اهمیت بیشتری نسبت به سایر شاخص ها برخوردار بودند.

کلمات کلیدی:

مدل E-S-QUAL، کیفیت خدمات الکترونیک، دستگاه های خودپرداز، فرایند تحلیل شبکه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/804212>

