

عنوان مقاله:

توسعه مدل ساختاری خدمات الکترونیکی شرکت های PSP در ایران

محل انتشار:

همایش ملی کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سمیه آقااحمدی - کارشناسی ارشد، مهندسی صنایع، دانشکده صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

فرشید عبدی - استادیار، مهندسی صنایع، دانشکده صنایع دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

خلاصه مقاله:

رشد و گسترش روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات، انقلابی را در ابعاد مختلف زندگی انسان ها و عملکرد سازمان ها ایجاد کرده است. این فناوری روش های کارکرد و نگرش افراد، سازمان ها و دولت ها را دگرگون ساخته و باعث ایجاد صنایع نوین، مشاغل جدید و خلاقیت در انجام امور شده است. ظهور پدیده هایی چون آموزش الکترونیکی، کسب و کار الکترونیکی، تجارت الکترونیکی و بانکداری الکترونیک از نتایج عمده نفوذ و گسترش فناوری اطلاعات در ابعاد مختلف است. بانکداری الکترونیکی یکی از ارکان توسعه فناوری اطلاعات کشور و ارایه خدمات سهل تر و ارزان تر بر مردم و تاثیر این امر در کاهش هزینه های مردم و نظام بانکی و نیز باعث ارتقاء سطح کیفیت خدمات نظام بانکی است. از این رو در این پژوهش یک مدل مفهومی با در نظر گرفتن ابعاد خدمات الکترونیکی، ارزشویژه برند و انتظار موفقیت مشتریان توسعه داده شد. مطابق با نمونه گیری جدول مورگان تعداد 201 نمونه انتخاب گردید که در قالب هفت فرضیه موارد در پرسشنامه 22 سواله در بین نمونه آماری توزیع و نتایج مورد ارزیابی قرار گرفت. مطالب با ارزیابی انجام شده فرضیه ارزش ویژه برند از دیدگاه کیفیت نام تجاری شرکت های PSP در انتظار موفقیت مشتریان و ارزش ویژه برند از دیدگاه اجتماعی شرکت های PSP در ایجاد انتظار موفقیت مشتریان ارتباط رد شده و سایر فرضیات مورد تایید واقع شد در نهایت مدل ارائه شده در یک تحلیل عاملی با نرم افزار AMOS ارزیابی شده و نتایج مورد تایید واقع شد

کلمات کلیدی:

خدمات الکترونیکی شرکت های PSP، ارزش ویژه برند، انتظار موفقیت در مشتریان، تحلیل عاملی تاییدی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/903581>

