

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان بانکداری اینترنتی (مطالعه موردی پست بانک ایران)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

مجید محمدی پورپامساری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

خلاصه مقاله:

گسترش روزافزون فعالیت های تجارت الکترونیکی در دنیای امروز و ضرورت همراهی بانکداری اینترنتی با این قطار پرشتاب در این مسیر پیش رو همچنین اهمیت رضایت مشتریان از این خدمات در وفاداری مشتریان و فعالیت بانکها در این فضای رقابتی مارابرن داشت که به بررسی و شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان بپردازیم از طرفی استفاده از اینترنت و خدمات بانکداری اینترنتی در صنعت بانکداری دنیا و به ویژه در کشور ایران اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. این امر موجب شده تا رقابت تنگاتنگی بین بانکهای دولتی و خصوصی برای استفاده از این خدمات بوجود آید که هر یک با ارایه ی خدمات بهتر سعی می کنند مشتریان بیشتری را به سمت خود جذب نمایند به همین دلیل این تحقیق با هدف شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان بانکداری اینترنتی پست بانک ایران انجام پذیرفت و اثر شش متغیر مستقل سهولت استفاده ، امنیت ، خدمات پشتیبانی از مشتریان، سرعت ، محتوای اطلاعات و طراحی بر روی متغیر رضایت مشتریان مورد بررسی قرار گرفت . پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و براساس نحوه گردآوری داده ها یک تحقیق توصیفی و پیمایشی می باشد و نمونه آماری پژوهش 380 نفر از کاربران اینترنتی پست بانک استان تهران تعیین شده است . که به منظور بررسی فرضیه ها و روابط بین متغیر های تحقیق از رگرسیون خطی و نرم افزار 22 spss استفاده شد که نتایج نشان داد چهار متغیر سهولت ، امنیت ، سرعت و محتوا از خدمات بر روی متغیر رضایت مشتری دارای تاثیر معنادار و مثبت می باشد .

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، سهولت، امنیت، سرعت، محتوا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/911833>

