

ارزیابی پذیرش کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت و تمایلات مشتری در شعب غرب بانک ملت تهران

معصومه طاهرخانی^۱، لیلا غلامی^۲

^۱ کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده

سازمان‌هایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می‌یابند، سطوح بالاتری از رضایت‌مندی مشتریان را به عنوان مقدمه‌ای برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار خواهند داشت. مطالعه موردنظر به ارزیابی پذیرش کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت و تمایلات مشتری در شعب غرب بانک ملت تهران خواهد پرداخت. پژوهش از نظر هدف کاربردی؛ و از نوع پیمایشی می‌باشد. اطلاعات لازم برای تحقیق، از طریق مطالعه مبانی نظری و تدوین پرسشنامه به حجم ۳۸۵ نفر (با استفاده از فرمول کوکران) و به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای گردآوری شده است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان بانک ملت شعب غرب استان تهران می‌باشد که دارای حساب جاری متمرکز بوده و از خدمات الکترونیکی متعدد بانک ملت از جمله اینترنت بانک، همراه بانک و غیره استفاده می‌کنند. جهت دستیابی به اطلاعات آماری تحقیق حاضر از پرسشنامه محقق ساخته ۳۲ گویه‌ای که از روایی محتوایی، سازه و پایایی بالایی برخوردار می‌باشد، استفاده شد. و برای بررسی سؤالات پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری PLS شامل تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و به‌طور اخص از تکنیک تحلیل مسیر استفاده شده است. نتیجه اصلی به‌دست‌آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که کیفیت خدمات وب بر رضایت و تمایلات رفتاری مشتریان تأثیر معنی‌دار دارد. همچنین نشان داده شد که متغیرهای ریسک، محتویات وب‌سایت، سهولت خدمات به ترتیب دارای بیشترین تأثیر و متغیر مهارت‌های PC تأثیری بر تمایلات رفتاری و رضایت مشتریان ندارد.

واژه‌های کلیدی: بانکداری الکترونیک، کیفیت خدمات، خدمات الکترونیک، رضایت‌مندی مشتریان.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۷، صفحات ۷۶-۸۹