

عنوان مقاله:

تبیین نقش کیفیت خدمات آنلاین در بانکداری اینترنتی و تأثیر آن بر رضایتمندی مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی خدمات مالی (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

امیررضا عبدالله پور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت کار آفرینی دانشگاه شهید بهشتی تهران

میثم کاویانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

بدون تردید، اینترنت باعث وقوع انقلابی فراگیر در کل سیستم ارتباطی دنیا شده است. بانکداری نیز، به واسطه بهره‌گیری روز افزون از ارتباطات، از این قاعده مستثنی نبوده و به قافله ارتباطات جهانی پیوسته است. اگر نگاهی گذرا به ارقام نجومی نرخ رشد و ظرفیتهای بالقوه بانکها برای استفاده بهینه از اینترنت بیندازیم، میتوانیم از کارکردها و تأثیراتی که اینترنت بر بانکداری میگذارد، آگاه شویم. از آنجا که هدف اکثر سازمان های خدماتی، از جمله صنعت بانکداری جلب رضایت مشتریان می باشد، برای این صنعت ارائه خدمات مناسب موجب حفظ مشتری می گردد و همچنین خرسندی مشتری از خدمات ارائه شده موجب توصیه خدمات به وسیله مشتری به دیگران می شود. از طرفی دیگر افزایش سرعت و کیفیت در ارائه خدمات، صنعت بانکداری را نیز تحت تأثیر قرار داده است. همچنین رشد روزافزون معاملات تجارت الکترونیک 1 در سطح جهان و نیاز تجارت به حضور بانک جهت نقل و انتقال منابع مالی، بانکداری الکترونیک 2 به عنوان بخشی تفکیک ناپذیر از تجارت الکترونیک و دارای نقشی اساسی در اجرای آن است. از آنجا که ایجاد مزیت رقابتی برای بقای بانک ها لازم و ضروری به نظر می رسد، شیوه ی نوین در ارائه ی خدمات بانکی که ارتباط بسیار نزدیکی با تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات دارد، از جمله عوامل بسیار مهم در ایجاد مزیت رقابتی برای بانک ها در جذب مشتریان و رضایتمندی آنها می باشد. بنا بر این می توان عنوان کرد که بین کیفیت خدمات ارائه شده در صنعت بانکداری و رضایتمندی مشتریان رابطه تنگاتنگی وجود دارد، که بدین منظور از سروکروال 3 می توان در مطالعات بازاریابی جهت اندازه گیری و سنجش رضایتمندی مشتریان، در شناسائی ابعاد کیفیت خدمات برتر یا ضعیف بخش بانکداری استفاده کرد. اما با وجود شیوه های نوین در ارائه ی خدمات بانکداری اینترنتی، دامنه های کیفیت خدمت سنتی نمیتواند مستقیماً دربانکداری اینترنتی به کار رود، و بر این اساس در این مقاله بر آنیم رضایتمندی مشتریان صنعت بانکداری اینترنتی را با نگاهی نوین به سروکروال، و تحت عنوان کیفیت خدمات آنلاین 1، مورد بررسی قرار دهیم.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، بانکداری اینترنتی، کیفیت خدمات، کیفیت خدمات آنلاین، رضایتمندی مشتری . ن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/96808>

