

## چکیده

در چند سال اخیر صنعت بانک داری ایران با رقابت فزاینده ای روبرو شده است؛ با توجه به ظهور بانک های خصوصی در کنار بانک های دولتی و افزایش شدت رقابت میان آن ها، یافتن راهکارهایی برای خلق رابطه بلندمدت با مشتری و شناسایی و تقویت فعالیت هایی مهم و ارزش زا از نظر مشتری افزایش یافته است. از این رو هدف این تحقیق بررسی تاثیر کیفیت خدمات الکترونیکی بانک ملت در سامانه بیمه آسیا بر رضایت و وفاداری نمایندگان است. این تحقیق از نظرهدف کاربردی و از نظرگردآوری داده ها تویفی است. جامعه ی آماری نمایندگان بیمه آسیا در استان گیلان هستند که تعداد آنها ۱۲۱ نمایندگی است. با توجه به کوچک بودن حجم جامعه آماری در این تحقیق از روش سرشماری استفاده می شود. روش گردآوری داده ها در این تحقیق میدانی و ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه است. در این تحقیق برای اندازه گیری روایی از روایی محتوا و همچنین برای اندازه گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقادیر آن برای تمامی متغیرهای مدل بالاتر از  $0/7$  بدست آمده است. تمامی تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از طریق نرم افزارهای اس پی اس اس و پی ال اس انجام شده است. برای بررسی فرضیه های تحقیق از تحلیل عاملی تاییدی و مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتیجه ی فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت و معنی دار کیفیت خدمات الکترونیکی بر رضایت الکترونیکی نمایندگان بیمه آسیا در استان گیلان است. در فرضیه های دیگر تاثیر مثبت و معنی دار رضایت الکترونیکی بر اعتماد، تعهد و وفاداری نمایندگان بیمه آسیا در استان گیلان به تایید رسیده است. در نهایت در فرضیه های انتهایی تحقیق نیز تاثیر اعتماد و تعهد بر وفاداری الکترونیکی نمایندگان بیمه آسیا در استان گیلان به تایید رسیده است.

واژگان کلیدی :

وفاداری الکترونیک، کیفیت خدمات الکترونیک، تعهد، اعتماد، بانکداری الکترونیک.