

تبیین وفاداری مشتریان خدمات بانکداری الکترونیکی در بانکهای تجاری استان اردبیل

پوران جهانگیرزاده*، خیراله سربلند، 187،

1391-11-14

صنعت بانکداری امروزه به سرعت در حال تغییر است با توسعه اقتصاد بین المللی و رقابتی شدن بازارها، بانکها نیز تحت تأثیر قرار گرفته اند، نیروی اصلی در این محیط تکنولوژی است که موجب شکستن موانع قانونی، جغرافیایی و صنعتی شده و محصولات و خدمات جدیدی ایجاد کرده است. امروزه بسیاری از بانک ها در سطح جهان خدمات خود را بصورت الکترونیکی ارائه می دهند، از نیمه اول دهه 90 استفاده از مبادله الکترونیکی داده ها سالانه 23 درصد رشد داشته است. بانک ها باید قبل از ارائه هر گونه خدمات جدید شرایط اقتصادی و اجتماعی کشور را مدنظر قرار دهند، چرا که وجود نرخ تورم بالا، کمی درآمد، پایین بودن سطح آگاهی مردم، عدم شناخت گروههای مختلف مردم و خواسته های آنها، بی اعتمادی مردم نسبت به خدمات جدید و تبلیغات غیر مناسب موجب می شوند تا یک خدمت جدید نتواند بین مردم براحتی گسترش پیدا کند. هدف اصلی تحقیق حاضر، مطالعه و بررسی تبیین وفاداری مشتریان خدمات بانکداری الکترونیکی در بانکهای تجاری استان اردبیل می باشد. روش تحقیق، توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل همه مشتریان شعبات بانک تجاری در استان اردبیل بوده است که حجم نمونه با استفاده از فرمول نمونه گیری کوکران به تعداد 385 نفر می باشد. ابزار اندازه گیری این تحقیق، پرسشنامه خود ساخته محقق می باشد که پایایی آن با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ برابر با 893/0 درصد حاصل گردید روش آماری نیز استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره با روش enter می باشد و البته از آمار توصیفی نیز بهره گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده های این تحقیق از نرم افزار SPSS بهره گرفته شده است. نتایج بدست آمده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که متغیرهای مستقل ابعاد کیفیت خدمات، کارایی، پاسخگویی، قابلیت دسترسی همبستگی بالایی با متغیر وابسته وفاداری مشتریان به خدمات بانکداری الکترونیکی دارند.

کلمات کلیدی : وفاداری مشتریان، بانکداری الکترونیکی، کیفیت خدمات الکترونیکی.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)