

# بررسی تاثیر عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی بر مدیریت نقدینگی بانک ها

## با تاکید بر نقش واسطه گری رضایت مشتریان

### ( مطالعه موردی شعب بانک سپه شهر اصفهان )

علی اکبر فرهنگی ۱ راضیه بیگی علمی ۲\* میلاد کوهزادی ۳

گروه مدیریت بازرگانی، واحد نراق، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران

#### چکیده

پیدایش خدمات بانکداری الکترونیکی، طبیعت خدمات مالی را که به مشتریان ارائه می شود به نحوه گسترده ای تغییر داده است. بانک ها از طریق فراهم کردن این خدمات می توانند هزینه قابل ملاحظه ای را صرفه جویی کنند. به علاوه، توسعه بانکداری الکترونیکی باید باهدف مشتری محوری و توجه به رضایت آنان در نظر گرفته شود تا موجبات وفاداری آنان نیز فراهم گردد، زیرا حفظ و بقای هر سازمانی در گرو مشتریان آن می باشد. در همین راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه بین عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی و مدیریت نقدینگی بانک ها با توجه به نقش واسطه گری رضایت مشتریان انجام پذیرفته است. در این مطالعه میدانی تعداد ۳۰۰ پرسشنامه بین مشتریان کلیدی بانک سپه شهر اصفهان توزیع گردید و برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از نرم افزار لیزرل (LISREL) و همچنین نرم افزار SPSS انجام شد و این نتایج اتخاذ شد که از بین عوامل پذیرش بانکداری الکترونیکی، سرعت خدمات، امنیت و محرمانه بودن، هزینه مناسب و طرح و محتوا بر رضایت مشتریان تأثیر دارد ولی عامل دسترسی مناسب بر رضایت مشتریان تأثیر ندارد. همچنین رضایت مشتریان بر مدیریت نقدینگی تأثیر دارد.

#### کلید واژگان

بانکداری الکترونیکی، امنیت و محرمانگی، محتوی و طرح، سرعت، هزینه، رضایت مشتریان

۱. استاد تمام دانشگاه مدیریت، دانشگاه تهران daafarhangi@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نراق rb.elmi66@yahoo.com

۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد milad4934@gmail.com