

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد چهارگانه مسئولیت اجتماعی بر تصویر بانک و رفتار مشتریان بانک پارسیان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

نسرین آقامحمد

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق « بررسی تاثیر ابعاد چهارگانه مسئولیت اجتماعی بر تصویر بانک و رفتار مشتریان بانک پارسیان » می باشد. در این پژوهش ابعاد مسئولیت اجتماعی (بعد اقتصادی، بعد قانونی، بعد اخلاقی، بعد بشردوستانه) به عنوان متغیرهای مستقل می باشد و تصویر بانک و رفتار مشتریان به عنوان متغیرهای وابسته می باشد. الزم به ذکر است در فرضیه پنجم؛ تصویر بانک به عنوان متغیر مستقل و رفتار مشتریان متغیر وابسته می باشد. جامعه آماری تحقیق مشتریان بانک پارسیان شعب غرب تهران می باشد که از طریق جدول مورگان براساس قاعده نمونه گیری از جامعه نامحدود؛ تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. روش پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی با رویکرد کاربردی می باشد. روش گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه ای و پیمایشی است. روش آزمون فرضیه های تحقیق از طریق تحلیل عاملی و معادلات ساختاری می باشد. با توجه به جدول آمار توصیفی؛ میزان ابعاد مسئولیت اجتماعی از نظر مشتریان در حد پائینی ارزیابی شده است؛ و میزان تصویر بانک و رفتار مشتریان در حد مطلوبی می باشد. نتایج تحقیق نشان داد ابعاد چهارگانه مسئولیت اجتماعی (بعد اقتصادی، بعد قانونی، بعد اخلاقی، بعد بشردوستانه) بر تصویر بانک و رفتار مشتریان تاثیر مستقیم و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

مسئولیت اجتماعی، تصویر شرکت، رفتار مشتریان، معادلات ساختاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1229110>

