

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر تبلیغات شفاهی در بین مشتریان شعب بانک ملی استان هرمزگان

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره 7، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

مجید آشوری - گروه مدیریت، واحد سیرجان، دانشجوی دکترا، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بر تبلیغات شفاهی در بین مشتریان شعب بانک ملی استان هرمزگان بود. تحقیق از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق مشتریان شعب بانک ملی شهر استان هرمزگان تشکیل دادند. در این تحقیق با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری برای تعیین حجم نمونه از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شده است. بنابراین حجم نمونه ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. جهت جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با توجه به نرمال بودن داده ها، از طریق آزمون همبستگی پیرسون و رگرسیون انجام گرفته است. نتایج حاصله از این تحقیق نشان داد که تمامی فرضیه های مرتبط با هدف اصلی تحقیق یعنی ارتباط کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک و مولفه های آن بر تبلیغات شفاهی تاثیر مثبت و معنی دار دارد. نتایج حاصل از رگرسیون نشان داد که متغیر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک حدود ۹۰ درصد از تغییرات تبلیغات شفاهی را پیش بینی می کنند.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، بانکداری الکترونیک، تبلیغات شفاهی، بانک ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1842224>

