

عنوان مقاله:

ارائه مدل سبک زندگی ذهن آگاهی مشتریان در سیستم بانکی

محل انتشار:

فصلنامه جامعه شناسی سیاسی ایران، دوره 3، شماره 4 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سلیمان ایران زاده - استاد گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

هوشیار صالحی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد عجب شیر، دانشگاه آزاد اسلامی، عجب شیر، ایران.

حسین قره بیگلر - استادیار گروه مدیریت، واحد عجب شیر، دانشگاه آزاد اسلامی، عجب شیر، ایران.

حسین بوداقی خواجه نوبر - استادیار گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف ارائه مدل سبک زندگی ذهن آگاهی مشتریان در سیستم بانکی انجام شده است. این تحقیق کاربردی بوده و از لحاظ نحوه گردآوری داده ها توصیفی- پیمایشی است. جامعه مورد بررسی مشتریان بانک صادرات می باشد. بعد از کدگذاری اولیه به ۱۳ مقوله مشخص شد که عبارتند از (سیستم هوشمند، مدیریت ارتباطات، فضای بانک، سیستم نوبت دهی، فضای مطبوع، مالی، تسهیلات، هزینه های مشتری، افکار و هیجانات درونی، تجربه برند، هوشمندی، هوش مشتری، خودآگاهی). که در ۴ کدگذاری محوری شامل (فناوری، محیطی، اقتصادی و فردی) تقسیم شده اند. در بخش کمی بررسی این ۴ محور بر ذهن آگاهی بررسی شد که در آن همه فرضیه های تحقیق مورد تایید قرار گرفته است و در فرضیه اول پژوهش، عوامل فناوری بر سبک زندگی ذهن آگاهی مشتریان در بانک ها تاثیر معنادار دارد. در فرضیه دوم پژوهش، عوامل محیطی بر سبک زندگی ذهن آگاهی مشتریان در بانک ها تاثیر معنادار دارد. در فرضیه سوم پژوهش، عوامل اقتصادی بر سبک زندگی ذهن آگاهی مشتریان در بانک ها تاثیر معنادار دارد. در فرضیه چهارم، عوامل فردی بر سبک زندگی ذهن آگاهی مشتریان در بانک ها تاثیر معنادار دارد. نتایج نشان داد که سبک زندگی ذهن آگاهی، بر درک بهتر ذهن آگاهی در بین بانک ها می تواند باعث رضایت در بین مشتریان بانکی شود. بهره گیری از این مدل به سیستم های بانکی کمک می کند تا سبک زندگی ذهن آگاهی را شناسایی و با رفع نقاط قوت و ضعف در این زمینه، کارایی خود را افزایش دهند

کلمات کلیدی:

سبک زندگی، ذهن آگاهی، مشتریان، سیستم بانکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2077787>

