

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین هوش فرهنگی و شناسایی و جذب منابع مشتریان (مطالعه موردی: بانک تجارت استان سمنان)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

علی مهدی زاده اشرفی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، گروه مدیریت، فیروزکوه، ایران

محمد رضا لطفی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، گروه مدیریت، فیروزکوه، ایران

مجتبی امیدیان - دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه، گروه مدیریت، فیروزکوه، ایران

## خلاصه مقاله:

کارکنان بانک در 32 شعبه دربانک تجارت استان سمنان به عنوان جامعه آماری انتخاب و با استفاده از فرمول کوکران تعداد 120 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده ها با استفاده از پرسشنامه هوش فرهنگی ارلی و آنگ جهت بررسی ابعاد هوش فرهنگی و همچنین آمار ارائه شده توسط بانک درمورد تعداد افتتاح حساب و مبلغ ریالی آن جهت بررسی جذب منابع مشتریان، گردآوری گردید و به وسیله نرم افزار SPSS و براساس آزمون اسپیرمن و تحلیل واریانس رگرسیونی نشان داده شد که بین هوش فرهنگی و مؤلفه های آن با شناسایی و جذب منابع مشتریان رابطه معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

هوش فرهنگی شناسایی مشتری جذب منابع سمنان بانک تجارت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/260547>

