

عنوان مقاله:

بررسی انواع مقاصد و نیت رفتاری مشتریان در شعب بانکهای خصوصی استان ایلام

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صادق علی پناه - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

سیدرضا هاشمی - استادیار دانشگاه رازی و آزاد کرمانشاه

سعید گل محمدی - کارشناس مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

یکی از موضوعات کلیدی برای بانکها تصمیم مشتریان به مراجعه یا عدم مراجعه به بانک است. کیفیت ضعیف خدمات دارای رابطه مثبتی با احتمال ترک تأمین کننده خدمات می باشد. در واقع، مصرفکنندگان از تجارب خدماتی گذشته خود به عنوان مبنای تصمیمگیری استفاده میکنند تا استراتژیهای مربوط به رفتار تکراری را تدوین نمایند. این تحقیق در پی آن است که مقاصد رفتاری مشتریان یعنی بازدید مجدد از بانک، تبلیغات شفاهی در شعب بانکهای خصوصی استان ایلام را بررسی کند. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمعآوری دادهها توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان بانک های خصوصی استان ایلام در بازه زمانی شش ماهه اول سال 1391 می باشند. اندازه نمونه در این تحقیق 384 نفر در نظر گرفته شده است. برای گردآوری دادهها از پرسشنامه 9سؤالی و با طیف لیکرت پنج درجهای استفاده شد. در این راستا، بر اساس ادبیات تحقیق مدلی برای نشان دادن تأثیر مقاصد رفتاری مشتریان بر بانکهای خصوصی استان و با استفاده از نرم افزار لیزرل مورد آزمون قرار گرفت. بر اساس نتایج حاصل از انجام تجزیه و تحلیل دادههای پرسشنامه، مشخص شد که با توجه به بارهای عاملی بازدید مجدد از بانک، نیت خرید و تبلیغات شفاهی ترتیب دارای بیشترین اهمیت هستند. در مدل مورد بررسی مقدار شاخص های برازش شاخص های AGFI، GFI و NFI به ترتیب برابر با 0/89، 0/91 و 0/95 نشان دهنده مناسب بودن مدل است.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی، کیفیت خدمات، بانکها

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286636>

