

## عنوان مقاله:

عوامل فرهنگی موثر بر سپرده گذاری مشتریان در بانک (مطالعه مشتریان بانک انصار استان چهارمحال و بختیاری)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

محمد عزیزی پور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان (خوراسگان)

اکبر اعتباریان - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

## خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل فرهنگی موثر بر سپرده گذاری مشتریان در بانک انجام گرفت. این پژوهش از منظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری در پژوهش حاضر سپرده گذاران بانک انصار استان چهارمحال و بختیاری بود. بر اساس فرمول کوکران و داده های مفروض، تعداد نمونه 285 نفر به دست آمد که تعداد 285 پرسشنامه در طول یک ماه، توزیع گردید و تعداد 276 پرسشنامه برگشت شد. نمونه گیری به روش طبقه ای در دسترس انجام شد. پایایی پرسشنامه ها از طریق آلفای کرونباخ به ترتیب برای پرسشنامه ارزش ها و هنجارها 0/85 و سرمایه فرهنگی 0/74 محاسبه شد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده گردید. نتایج نشان داد که عامل های ارزش ها و هنجارها بر سپرده گذاری مشتریان تاثیر گذار بود و سپرده گذاری مشتریان از طریق ابعاد ارزش ها و هنجارها قابل پیش بینی است. اما عامل سرمایه فرهنگی بر سپرده گذاری مشتریان در بانک بی تاثیر بود و توانایی پیش بینی سپرده گذاری مشتریان از طریق سرمایه فرهنگی امکان پذیر نبود. نتایج همچنین نشان دادارتباط بین ابعاد هنجارها، ارزش مشارکت و ارزش قدرت با سپرده گذاری مشتریان در بانک معنا دار بود. مدل معادلات ساختاری نشان داد ابعاد ارزش ها شامل مشارکت، قدرت، ریسک، آینده نگری، صرفه جویی، امنیت اقتصادی، و هنجارها پیش بینی کننده سپرده گذاری مشتریان در بانک بودند که هنجارها و ارزش های مشارکت و قدرت بیشترین تاثیر را در سپرده گذاری مشتریان در بانک داشتند.

## کلمات کلیدی:

عوامل فرهنگی، سرمایه فرهنگی، ارزش، هنجار، سپرده گذاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/427527>

