

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر هنجارهای ذهنی مشتریان ثروتمند نسبت به خدمات مدیریت ثروت و بانکداری اختصاصی

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد، حسابداری و علوم تربیتی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

نجمه جنوبی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

جواد عباسی - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

وجود بازارهای رقابتی و تغییر و تحولات نظام بانکی، بانک ها را به سمت ارائه خدمات منحصر به فرد و متمایز جهت افزایش درآمد و سهم بازار سوق داده است. یکی از مهم ترین راهکارها جهت دستیابی به این هدف ارائه خدمات مدیریت ثروت و بانکداری اختصاصی است. مدیریت ثروت عبارتست از کلیه خدمات مالی و غیر مالی که به افراد ثروتمند و خانواده هایشان ارائه می شود. از آنجاییکه شرایط افراد برای پذیرش خدمات جدید با یکدیگر متفاوت است، شناسایی عواملی که بر رفتار مصرف کننده تاثیر می گذارند، حائز اهمیت است. پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر هنجارهای ذهنی مشتریان ثروتمند نسبت به خدمات مدیریت ثروت انجام شده است. چارچوب تحقیق بر اساس تئوری رفتار برنامه ریزی شده فیش بین و آجزن می باشد. جامعه آماری تحقیق را مشتریان ثروتمند با میزان سپرده بالای 2میلیارد ریال در شعبه های بانک پاسارگاد شهر تهران تشکیل می دهند. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است و در نهایت آزمون فرضیات نشان داد که به ترتیب عامل دوستان بیشترین تاثیر را بر هنجارهای ذهنی مشتریان ثروتمند داشته و پس از آن عامل خانواده و همکاران در رتبه های بعد قرار داشتند

کلمات کلیدی:

: بانکداری اختصاصی، مدیریت ثروت، مشتریان ثروتمند، هنجارهای ذهنی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/445616>

