

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر شفافیت اطلاعات مالی بر وفاداری مشتریان شعب بانک ملی شهرستان میاندوآب

محل انتشار:

نخستین همایش بین المللی جامع مدیریت ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

ابراهیم لطفی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته ی مدیریت بازرگانی گرایش مالی دانشگاه آزاد واحد تبریز

علیرضا حسین پورسنبلی - استادیار پایه ۲۴ رشته ی مدیریت دولتی هیئت علمی دانشگاه آزاد واحد مراغه

خلاصه مقاله:

اطلاعات مایه حیات بازار است و مشتریان و سرمایه گذاران به اطلاعاتی که از طرف سازمان ها منتشر می شود نیاز دارند و تکیه می کنند. برای بیش از یک دهه است که شفافیت اطلاعات مالی، تبدیل به یک عامل موثر در وفاداری، رفتار و تعیین استراتژیهای سرمایه گذاری سرمایه گذاران شده است. و با توجه به نقش غیر قابل انکار شفافیت اطلاعات مالی بر وفاداری مشتریان به این مهم باید بیشتر از پیش توجه و پرداخته شود. تحقیق حاضر، اثرات شفافیت اطلاعات مالی که اصل پنجم از اصول ششگانه حاکمیت شرکتی می باشد، را روی وفاداری مشتریان مورد بررسی و مطالعه قرار می دهد. در این تحقیق، سعی بر آن است که با انجام تحقیقاتی نظیر آنچه که در داخل و سایر کشور ها انجام شده است، ادبیات مناسبی در زمینه شفافیت اطلاعات مالی و اثرات شفافیت و افشاء اطلاعات مالی بر وفاداری مشتریان در شعب بانک ملی شهرستان میاندوآب مشخص نماییم. داده های مورد نیاز در این تحقیق از طریق پرسشنامه که حاوی، 44 سوال می باشد، از مشتریان گردآوری و با انجام تجزیه و تحلیل های آماری، به بررسی تاثیر شفافیت اطلاعات مالی، بر وفاداری مشتریان پرداخته شده است. انجام آزمون های آماری نشان داد که شفافیت اطلاعات مالی، همبستگی مثبت معناداری با وفاداری مشتریان دارد. و می توان با افزایش و بهبود شفافیت اطلاعات مالی، موجب افزایش وفاداری مشتریان شعب بانک ملی شهرستان میاندوآب شد.

کلمات کلیدی:

اطلاعات، شفافیت اطلاعات مالی، افشاء، وفاداری مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/487143>

