

عنوان مقاله:

بررسی نقش ارزش ادراک شده مشتری در صنعت بانکداری

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

یاسان الله پوراشرف - دانشیار دانشگاه ایلام

زینب طولابی - استادیار دانشگاه ایلام

زهرا احمدی الوار - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام

خلاصه مقاله:

این مقاله با مرور تعاریف مطرح شده در زمینه ارزش ادراک شده مشتری به بررسی مدل های موجود در حوزه خدمات و اهمیت آنها در صنعت بانکداری می پردازد. در واقع باید گفت که اساس نظام بانکی به مشتریان وابسته می باشد و عملکرد مشتریان است که بقا یا فنای این مؤسسات را تحت تأثیر قرار می دهد. در این پژوهش که از روش مروری و کتابخانه ای استفاده شده است ابتدا به مبانی نظری موجود در این زمینه، پیشینه و اهمیت ارزش ادراک شده مشتری و ... اشاره ای شده، سپس به بررسی مدل های موجود در این زمینه و اهمیت آنها در صنعت بانکداری و در نهایت بعد از توضیح نتایج، به مشکلات موجود در این زمینه و ارائه راهکارهایی در جهت حل آن پرداخته شده است. نتایج مطالعه نیز نشان از اهمیت توجه بیش از پیش به مفهوم مشتری و ارزش ادراک شده وی در موفقیت یا عدم موفقیت بانک ها و مؤسسات مالی دارد.

کلمات کلیدی:

ارزش، ارزش ادراک شده، بانکداری، مدل های ارزش، مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/530263>

