

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر هوش رقابتی مدیران بر وفاداری مشتریان به خدمات بانکی (مطالعه موردی بانک صادرات استان آذربایجان غربی)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره 2، شماره 2 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مسعود قهرمانی - گروه مدیریت دولتی، واحد مهاباد، دانشگاه آزاد اسلامی، مهاباد، ایران - نویسنده مسئول

داود کریمی حمزه قاسم - دانشجوی کارشناسی ارشد، واحد مهاباد، گروه مدیریت، مهاباد، ایران

وحید عزیزی - دانشجوی کارشناسی ارشد، واحد مهاباد، گروه مدیریت، مهاباد، ایران

سیاوش شیخ آقایی - گروه مدیریت اجرایی، واحد قزوین، دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر هوش رقابتی مدیران بر وفاداری مشتریان به خدمات بانکی در بانک صادرات استان آذربایجان غربی انجام گرفته است. در این پژوهش تأثیر هوش رقابتی مدیران و ابعاد آن شامل استراتژی رقابتی، تکنولوژی رقابتی و ساختار سازمانی رقابتی بر وفاداری مشتریان مورد بررسی قرار گرفته است. تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری پژوهش حاضر مدیران و کارشناسان بانک صادرات استان آذربایجان غربی به تعداد 768 نفر و مشتریان بانک صادرات استان آذربایجان غربی می باشد. حجم نمونه آماری مدیران بانک بر اساس فرمول کوکران، 256 نفر و حجم نمونه مشتریان بانک 256 نفر برآورد شده است. روش نمونه گیری به صورت تصادفی طبقه ای بوده و ابزار جمع آوری اطلاعات در پژوهش حاضر پرسش نامه می باشد. روایی پرسش نامه به صورت صوری تعیین گردیده است. پایایی پرسش نامه توسط آزمون آلفای کرونباخ برای سوال های هوش رقابتی مدیران و وفاداری مشتریان مورد تأیید قرار گرفته است. برای آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون های کلموگروف-اسمیرنف، آزمون رگرسیون خطی و رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج حاصل بیانگر آن است که استراتژی رقابتی و ساختار سازمانی رقابتی بر وفاداری مشتریان تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی، وفاداری مشتریان، خدمات بانکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/541586>

