

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خدمات نوین بانکی بر وفاداری مشتریان بانک صادرات شهرستان کاشمر

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

سید آرشد علوی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، واحد تربیت جام، دانشگاه آزاد اسلامی، تربیت جام، ایران

علی اصغر هادی زاده - واحد تربیت جام، دانشگاه آزاد اسلامی، تربیت جام، ایران

خلاصه مقاله:

تغییرات سریع در فناوری های مختلف دنیای امروز، سازمان ها را با چالش های مختلفی روبه رو کرده است، لیکن در این میان سازمان هایی موفق هستند که به کمک ابزارهای مدیریتی و فناوری های نوین، از فرصت های ایجاد شده به نفع خود استفاده کنند. تحقیق حاضر از لحاظ هدف کاربردی و بر اساس نحوه گردآوری داده ها توصیفی از نوع همبستگی است با توجه به اینکه مطالعه موردی مشتریان بانک صادرات شهرستان کاشمر است، در این تحقیق مشتریان با مبلغ حساب یک میلیون ریال بعنوان جامعه گرفته شده بود با توجه به مشتریان کلان بانکی در این بانک که تعداد آنها 380 نفر بود، با استفاده از جدول مورگان یکصد و هشتاد نفر انتخاب گردید. برای ارزیابی فرضیه ها و شاخص های مدل پژوهش از پرسشنامه ی مشتمل بر چهل و چهار سوالی دارای طیف 5 گزینه ای لیکرت استفاده شده است. در این راستا 3 عامل وفاداری به تلفن بانک و وفاداری به همراه بانک و وفاداری به خدمات بانکداری الکترونیکی مورد تجزیه و تحلیل واقع شد و جهت تعیین همبستگی از آزمون های استقلال، ضریب همبستگی پیرسون استفاده می شود کلیه تحلیل های آماری به وسیله نرم افزار کامپیوتری SPSS انجام شده است سطح معنی داری نیز در این 5% α در نظر گرفته شده است و به این معناست که هر 3 فرضیه مورد تایید قرار گرفته است

کلمات کلیدی:

خدمات نوین بانکی، وفاداری مشتریان، بانک صادرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/549626>

