

## عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر میزان اشتیاق مشتریان در انتخاب بانک های تجاری براساس مدل کانو مورد مطالعه: شعب بانک انصار شهر مشهد

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مدیریت و اقتصاد جهانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسندگان:

مرتضی نوری - گروه: مدیریت بازرگانی بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام

مهدی دارینی - استاد راهنمادانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام

## خلاصه مقاله:

بانکداری یکی از رقابتیترین فعالیتهای در کشور بوده و همه بانک ها سعی دارند از طریق تبلیغات و سایر شیوههای ارتباطی، مشتریان را به سوی خود جلب کنند. از طرف دیگر، تا هنگامی که تقریباً تمامی بانک ها خدمات یکسانی را از نظر کیفیت و کمیت ارائه می کنند، دیگر بحث رقابت، دوام و کاربردی نخواهد داشت. آنچه که بانک ها را از یکدیگر متمایز می کند، موفقیت آنان در برآورده کردن نیازهای مشتریان خود در زمانی که آن را مطالبه می کنند، می باشد. اشتیاق مشتری، جنبه جاودانگی را برای بانک در بخش بانکی خلق می کند. از این رو در این مطالعه به بررسی میزان اشتیاق مشتریان در انتخاب بانک های تجاری با مطالعه موردی شعب بانک انصار در شهر مشهد پرداخته شد. برای این منظور از مدل کانو استفاده شده و پرسشنامه های تحقیق بصورت تصادفی میان 263 نفر از مشتریان بانک انصار در سطح شهر مشهد توزیع شد. نتایج مدل کانو نشان داد که از میان 22 مولفه خدمات بانکی در بانک انصار، 6 آیتم در گروه الزامات اساسی، 9 آیتم در گروه الزامات عملکردی و 7 آیتم در گروه الزامات انگیزشی قرار دارند. همچنین نتایج تخمین های رگرسیونی نشان داد که بین الزامات اساسی، عملکردی و انگیزشی با میزان اشتیاق مشتریان در انتخاب بانک انصار در شهر مشهد رابطه مثبت، معنی دار و از نظر آماری قوی وجود دارد. بطوریکه با فرض ثابت بودن سایر شرایط، یک واحد افزایش در الزامات اساسی، عملکردی و انگیزشی، اشتیاق مشتریان در انتخاب بانک انصار را به ترتیب معادل 0/811 و 0/820 و 0/865 واحد افزایش میدهد

## کلمات کلیدی:

اشتیاق مشتریان، مدل کانو، الزامات اساسی، الزامات عملکردی، الزامات انگیزشی، بانک انصار

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/631361>

