

عنوان مقاله:

طبقه‌بندی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری شرکتی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

مجید اسماعیل پور - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه خلیج فارس، بوشهر، ایران

وحید زارع زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر، گروه مدیریت اجرایی، بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

بانکداری شرکتی تلاشی فراگیر برای تمرکز بر نیازهای مشتریان شرکتی و خلق راه‌حل‌های بانکی و مالی برای پاسخگویی موثر و دقیق به آنهاست. آنچه این پژوهش درصدد دستیابی به آن است طبقه‌بندی عوامل موثر بر پذیرش بانکداری شرکتی است. لذا برای شناسایی گویه‌های پژوهش و در نهایت ارایه مدل مفهومی پژوهش، پیشینه پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج از کشور مورد مطالعه قرارگرفت. روش تحقیق پژوهش حاضر، از حیث هدف، پژوهشی کاربردی است و از حیث روش اجرا روش توصیفی است. همچنین این پژوهش از نظر روش گردآوری داده‌ها، یک پژوهش کتابخانه‌ای و مصاحبه می‌باشد. لذا برای انجام این پژوهش از کتابهای تخصصی، مقالات و مجلات معتبر در زمینه مورد پژوهش استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مدیران و کارشناسان مالی و حسابداری شرکتهای مشتری شعب بانک سپه عسلویه میباشد. همچنین از نمونه‌گیری غیر تصادفی از نوع نمونه در دسترس جهت گردآوری داده‌های پژوهش استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از ابزار پرسشنامه استفاده شد و تعداد 93 پرسشنامه از 20 شرکت گردآوری گردید. در این پژوهش پس از مطالعه پژوهش‌های انجام شده در زمینه عوامل موثر بر جذب مشتریان شرکتی و استفاده از نظرات کارشناسان، گویه‌های پرسشنامه فراهم شد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی، روایی و پایایی پرسشنامه را مورد تایید قرار داد. با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی یازده عامل شناسایی شد.

کلمات کلیدی:

خدمات بانکداری، بانکداری شرکتی، مشتریان شرکتی، پذیرش بانکداری شرکتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/652735>

