

عنوان مقاله:

تبیین ارتباط میان واکنش های عاطفی و تمایلات رفتاری مشتریان در صنعت بانکداری مورد مطالعه: بانک انصار

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

سمیرا دهقانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل دانشگاه علوم و تحقیقات تهران، ایران،

محمدعلی عبدالوند - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران،

محسن خون سیاوش - استادیار گروه ریاضی و آمار دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ایران،

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی و تبیین ارتباط میان واکنشهای عاطفی مشتریان (شامل رضایت و تعهد عاطفی) بر تمایلات رفتاری آنان در صنعت بانکداری، به بررسی تاثیر عوامل ناملموس موثر بر واکنشهای عاطفی مشتریان اعم از کیفیت خدمات، تصویرذهنی، پیوندهای اجتماعی، اعتماد، تطابق ارزشها بر رضایت، تعهد عاطفی مشتریان و تمایلات رفتاری آنان پرداخته است. جامعه آماری پژوهش، مشتریان بانک خصوصی انصار با حجم نمونه 400 نفر را شامل میگردد که دادههای پژوهش از طریق پرسشنامه با مقیاس لیکرت گردآوری شد. در این پژوهش از روش معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تاییدی) با کاربرد نرم افزار AMOS استفاده گردید. نتایج پژوهش بیانگر تاثیرات مثبت و معنادار؛ 1) کیفیت خدمات و تطابق ارزشها بر رضایت مشتریان، 2) اعتماد، پیوندهای اجتماعی و رضایت بر تعهد عاطفی مشتریان؛ و 3) تاثیرات رضایت و تعهد عاطفی بر تمایلات رفتاری آنان بود.

کلمات کلیدی:

تطابق ارزشها، رضایت مشتریان، تعهد عاطفی، تمایلات رفتاری، بانکداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715677>

