

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خدمات جدید بانکی بر مشارکت مشتریان (مطالعه موردی: مشتریان بانک صادرات در شهر اهواز)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

فریدون امیدی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت بازاریابی، واحد بین الملل خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران

غلام رضا محتشم زاده - دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت بازاریابی، واحد بین الملل خلیج فارس خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر خدمات جدید بانکی بر مشارکت مشتریان بانک صادرات در شهر اهواز بوده است. این تحقیق به روش توصیفی-پیمایشی، انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش مشتریان، بانک صادرات شهر اهواز به تعداد 385 نفر بوده است. همچنین برای جمع آوری اطلاعات استنباطی از ابزار پرسشنامه استاندارد که میزان روایی آن با تایید اساتید مجرب و متخصصین بانکی، و همچنین میزان پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب الفای کرونباخ سنجیده شد که این مقدار برابر 0/78 محاسبه شده است و پرسشنامه 34 سوالی در میان جامعه هدف توزیع گردید. اطلاعات جمع آوری شده به وسیله آمار توصیفی و استنباطی در قالب آزمون همبستگی و رگرسیون با استفاده از نرم افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته های پژوهش نشان داد که از دیدگاه مشتریان، خدمات جدید بانکی (خدمات جدید مالی و اعتباری، خدمات جدید الکترونیکی- موبایل بانک، خدمات جدید الکترونیکی- اینترنت بانک و خدمات ظاهری) بر مشارکت مشتریان در بانک صادرات شهر اهواز بهبود عملکرد مدیریت، تحلیل هزینه های، پاسخگویی و ارزش) تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

خدمات جدید بانکی، مشارکت مشتریان، بانک صادرات اهواز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986786>

