

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر کیفیت خدمات و رضایت مشتریان بانک (مورد مطالعه: بانک قوامین استان کرمان)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

جمعه تراز - کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان

علی شهیدی پوراکبری - کارشناس ارشد رشته مدیریت دولتی گرایش سیستمهای اطلاعاتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان

امین نیک پور - استادیار، گروه مدیریت دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان، کرمان

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر بازاریابی داخلی بر کیفیت خدمات و رضایت مشتریان در شعب بانک قوامین استان کرمان انجام شد. این تحقیق از منظر هدف، یک تحقیق کاربردی و از منظر ماهیت یک تحقیق علی است که به شیوه مطالعات میدانی به جمع آوری داده ها پرداخته است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل دو گروه، یکی مدیران و کارمندان کلیه شعب بانک قوامین استان کرمان بوده است که محقق به روش نمونه گیری تصادفی طبقه‌ای 180 نفر را انتخاب و مورد پژوهش قرار داده است و گروه دیگر شامل مشتریان کلیه شعب بانک قوامین استان کرمان بوده است که محقق به روش نمونه گیری دردسترس 400 نفر را انتخاب و مورد مطالعه قرار داده است. همچنین به منظور گردآوری داده ها و سنجش متغیرهای پژوهش از پرسشنامه هایی که روایی و پایایی آنها بررسی و تایید شده است، استفاده شده است آمار توصیفی تحقیق با استفاده از نرم افزار تحلیل آماری SPSS ویراست 21 و در سطح معنیداری 0/05 انجام شده است و بررسی فرضیات تحقیق هم توسط نرم افزار مدلسازی معادلات ساختاری AMOS ویراست 21 انجام شده است. نتایج یافته های تحقیق نشان داد بازاریابی داخلی و تمامی ابعاد آن شامل چشم انداز، توسعه و پاداش بر کیفیت خدمات بانک قوامین استان کرمان تاثیر مثبت و معناداری دارند. همچنین بازاریابی داخلی و دو بعد آن شامل چشمانداز و توسعه بر رضایت مشتریان بانک قوامین استان کرمان تاثیر مثبت و معناداری دارند؛ اما بعد پاداش بر رضایت مشتریان بانک قوامین استان کرمان تاثیر مثبت و معناداری را نشان نداد. در نهایت با توجه به یافته های پژوهش پیشنهاداتی ارائه گردید.

کلمات کلیدی:

بازاریابی داخلی، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، بانک قوامین استان کرمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1045314>

