

عنوان مقاله:

تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی مشتریان بر دیدگاه مشتریان در خصوص رفتار حرفه ای کارکنان در بانک انصار

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سمیه تقی زاده - کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانش آموخته دانشگاه آزاد مشهد

محمدرضا ذبیحی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، گروه مدیریت، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

شرایط حاد رقابتی و تغییرات روز افزون جهانی چالشی بزرگ را برای سازمان ها به وجود آورده است، سازمان ها برای بقا و حفظ خود ناچار به اتخاذ تدابیری هستند. یکی از این تدابیر، تدوین و اجرای رفتار حرفه ای برای کارکنان سازمان ها است. به منظور بررسی رابطه بین متغیرهای جمعیت شناختی مشتریان و دیدگاه مشتریان در خصوص رفتار حرفه ای کارکنان در بانک انصار پژوهشی به صورت توصیفی از نوع پیمایشی انجام شد. جامعه آماری این پژوهش کلیه مشتریان بانک انصار در مشهد بودند و نمونه آماری این پژوهش را 791 نفر از مشتریان بانک انصار تشکیل دادند، که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه بود که روایی محتوایی آن بعد از مطالعه پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور مورد تأیید قرار گرفت، پایایی پرسشنامه نیز از طریق اجرای آزمایش بر روی 03 نفر از مشتریان تعیین شد، که ضریب آلفای کرونباخ 0/890 بدست آمده است. نتایج این پژوهش نشان داد، متغیرهای سن، جنسیت، سابقه مشتری بودن، شغل مشتریان بر دیدگاه مشتریان در خصوص رفتار حرفه ای کارکنان تأثیر گذار نیست. اما متغیر تحصیلات افراد بر دیدگاه مشتریان در خصوص رفتار حرفه ای کارکنان موثر است

کلمات کلیدی:

رفتار، مشتری، رضایت مشتری، بانک انصار، رفتار حرفه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/244652>

