

عنوان مقاله:

شناسایی و تحلیل شکاف نیازها و خواسته های مشتریان (موردبررسی بانک پاسارگاد)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی حسابداری، اقتصاد و مدیریت مالی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

عزت الله اصغری زاده - استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، ایران

احمدرضا قاسمی - عضو هیات علمی دانشگاه تهران (دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی)

حمید سرباز - کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی گرایش مالی

خلاصه مقاله:

هدف همه مؤسسات خدماتی از جمله بانکها ارائه خدمات مناسب و مورد رضایت مشتریان است. از آنجا که سازمان های ارائه دهنده خدمات مالی و به ویژه بانکها در محیطی با محصولات غیرمتمايز فعالیت می کنند، کیفیت خدمات در آنها به عنوان اولین سلاح رقابت شناخته می شود. پژوهش حاضر باهدف شناسایی عوامل مؤثر بر کیفیت خدمات بانکداری الکترونیک بانک پاسارگاد انجام شده است. در این راستا، پرسش نامه ای بر اساس مدل سروکوال (servqual) و در 6 بعد و 24 سوال طراحی و طی آن، شکاف کیفیت خدمات اندازه گیری شد. سپس با استفاده از مدل کانو و ادغام آن با مدل سروکوال شاخص های با اهمیت تر در جلب رضایت مشتریان شناسایی شد. جامعه آماری پژوهش حاضر را مشتریان بانک پاسارگاد تشکیل و حجم انتخاب شد می دهند. نتایج حاصل از نمونه 184 نفری این پژوهش نشان میدهد که هفت مشخصه به عنوان مهمترین دلایل در جلب رضایت مشتریان نقش دارند.

کلمات کلیدی:

کیفیت، خدمت، انتظارات، کیفیت خدمات، مدل سروکوال، مدل کانو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/325317>

