

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بازاریابی مویرگی با کیفیت خدمات ارائه شده بانکها

## محل انتشار:

همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 104

## نویسندگان:

رضا رسولی - استاد یار دانشکده مدیریت و حسابداری موسسه آموزش عالی آذربادگان، ارومیه، ایران

ناصر مقصودیور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (نویسنده مسؤل مقاله) موسسه عالی آذربادگان ارومیه، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش تعیین رابطه بازاریابی مویرگی با کیفیت خدمات ارائه شده (مطالعه موردی: مشتریان ارزی بانک های دولتی استان آذربایجان غربی) میباشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه مراجعه کنندگان (مشتریان) به شعب ارزی بانک های دولتی استان آذربایجان غربی میباشد. که با استفاده از فرمول کوکران، 483 نفر به روش نمونه گیری طبقه ای به عنوان نمونه انتخاب شده اند. ابزار جمع آوری اطلاعات در پژوهش حاضر پرسشنامه میباشد. روایی پرسشنامه استاندارد به صورت صوری تعیین گردیده است. پایایی پرسشنامه نیز با توجه به مقدار 0/856 برای ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها و ترسیم جداول و نمودارها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از روش های آماری توصیفی و استنباطی (پیرسون و آزمون گرسون) استفاده گردید. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها، نشان دهنده قبول هر پنج فرضیه فرعی می باشد. که این امر بیانگر آنست که بین بازاریابی مویرگی و عوامل آن (کامل بودن خدمات، مدیریت حمل و نقل، نحوه وصول مطالبات، فن آوری، بازارهای خرد و بکر) با کیفیت خدمات ارائه شده رابطه وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی مویرگی، کیفیت خدمات ارائه شده، بانک های دولتی استان آذربایجان غربی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/567177>

