

عنوان مقاله:

ارتباط بین مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات در شعب بانک ملت شهر مشهد

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی پژوهش های نوین در مطالعات مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 5

نویسندگان:

زینب شیخ الاسلامی - کارشناسی ارشد موسسه غیرانتفاعی فردوس مشهد

مرتضی رجوعی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه بین المللی امام رضا (ع)

مصطفی فرخی استاد - دانشگاه بیرجند

خلاصه مقاله:

در بنگاه های اقتصادی اهمیت به کارگیری مدیریت ارتباط بامشتری، درحوزه های مختلف، به ویژه بخش خدمات، انکارنکردنی است، تا جاییکه اهمیت دادن به کیفیت خدمات برای بنگاه های اقتصادی تبدیل شده است تا بفهمند چه عواملی در کیفیت خدمات آنها سهیم هستند. پژوهش حاضر با هدف بررسی ارتباط بین مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت خدمات در شعب بانک ملت شهر مشهد صورت گرفته است، که از نظر هدف کاربردی و بر اساس روش گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی-همبستگی است. داده های موردنظر از میان کارکنان شعب بانک ملت شهر مشهد؛ با تعداد 525 نفر جمع آوری شده است. براساس جدول مورگان 220 کارمند به عنوان نمونه انتخاب شده است. روش نمونه گیری، طبقه بندی و ابزار آن پرسشنامه است. اعتبار آن با روایی صوری و روایی سازه مورد تایید قرار گرفته است و پایایی کل پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ 94% محاسبه شد، در نهایت داده های 220 پرسشنامه با استفاده از نرم افزار اسپس پی اس اس 23 و آزمون همبستگی تجزیه و تحلیل شده و جهت بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف استفاده شد. یافته های تحقیق نشان میدهد به کارگیری مدیریت ارتباط با مشتری تاثیر مثبت و معنادار بر کیفیت خدمات بانک ملت دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت خدمات، بانک ملت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/572980>

