

عنوان مقاله:

بررسی رضایت مندی مشتریان از سیستم بانک مورد مطالعه بانک ملت

محل انتشار:

کنفرانس جامع علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

جواد فرجی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی

وحیده دایمی - دکترای مدیریت بازرگانی

خلاصه مقاله:

یکی از مهم ترین تحولاتی که در زمینه بهبود عملکرد در دهه آخر قرن بیستم به وقوع پیوست موضوع شناخته شدن سنجش رضایتمندی مشتری به عنوان یکی از عناصر و الزامات اصلی سیستم های مدیریتی در بنگاه های تجاری بود. بنابراین ایجاد و پیاده سازی سیستم های سنجش رضایتمندی مشتری به عنوان مهم ترین شاخص در امور بهبود عملکرد از نیازهای اساسی سازمانهای امروزی به شمار می رود. پژوهش حاضر با هدف بررسی رضایت مندی مشتریان از سیستم بانک انجام گردیده است. لذا در پژوهش حاضر محقق اقدام به استخراج معیارهای مختلف سنجش رضایتمندی مشتریان در صنعت بانکداری نمود. و به بررسی رابطه بین کیفیت خدمات ، ویژگی خدمات ، هزینه خدمات ، دسترسی به خدمات ، اداره شکایات مشتریان بارضایت مندی مشتریان پرداخته است. پژوهش از نوع کاربردی بوده است و جامعه آماری آن شعب بانک ملت در استان تهران بوده است و حجم نمونه آن به صورت تصادفی 100 نفر از مشتریان بوده است. و نتایج بدست آمده از پژوهش نشان میدهد که بین معیارهای مختلف رضایت مندی(کیفیت خدمات ، ویژگی خدمات ، هزینه خدمات ، دسترسی به خدمات ، اداره شکایات مشتریان) با رضایت مندی رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

استراتژی مشتری مداری ، سنجش رضایتمندی مشتریان ، کیفیت خدمات ، ویژگی خدمات ، هزینه خدمات ، دسترسی به خدمات ، اداره شکایات مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/605860>

