

عنوان مقاله:

شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتری از دیدگاه مشتریان و کارشناسان بانک بر اساس مدل سروکوال مطالعه موردی: بانک های شهرستان ارومیه

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت ، اقتصاد و توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

حسن غریبی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش تحول از دانشگاه علامه طباطبایی

نرگس رحیمیان - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی از دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر، بررسی شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتری از دیدگاه مشتریان و کارشناسان بانک مطالعه موردی (بانک های شهرستان ارومیه) می باشد؛ در سیستم بانکی یافتن مشتریان واجد شرایط، یک فاکتور مهم به شمار می آید. تامین این منظور با اعمال روش های جدید مدیریت و اعمال تحقیقات بازاریابی و تجزیه و تحلیل دقیق مسیله به شیوه علمی میسر خواهد بود. تعیین شاخص های رضایت مشتری از دید مشتریان که به دنبال بانک های پاسخ گوی نیازها و خواسته هایشان هستند و از دید کارشناسان بانکی که در پی این خواسته ها و نیازها می باشند و مقایسه بین این دو دیدگاه و ارائه راهبردهای مبتنی بر مشتری گرایی، محورهای اصلی اهداف تحقیق هستند. برای بررسی تحقیق نمونه های شامل از مشتریان و کارکنان تعدادی از بانک ها در شهر ارومیه انتخاب شد. ابزار گردآوری داده پرسشنامه استاندارد با 22 سوال که روایی و پایایی آن تایید و بین جامعه آماری توزیع شد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام گرفت. در سطح آمار توصیفی از شاخصهایی چون فراوانی و درصد فراوانی؛ در سطح آمار استنباطی از روشهای همبستگی انجام شده است؛ که برای این منظور از نرم افزارهای SPSS استفاده شد. که بر اساس نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل داده ها مشتریان بانکی تضمین و قابلیت اطمینان و کارشناسان همدلی و قابلیت اطمینان را به عنوان شاخص های اصلی رضایت مشتری در بانک ملت سطح شهرستان ارومیه اعلام کرده اند. ($p > 0/05$)

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، سیستم بانکی، کارشناسان بانکی، قابلیت اطمینان، تضمین، مسیولیت پذیری، همدلی، عوامل ملموس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/749875>

