

عنوان مقاله:

بررسی فاصله بین ادراکات و انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات بانک پاسارگاد

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی و مطالعات فرهنگی اجتماعی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

مهدیه صالحی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور مرکز تهران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این تحقیق بررسی میزان فاصله بین ادراکات و انتظارات مشتری از کیفیت خدمات ارائه شده بانکی پاسارگاد می باشد که به تحلیل فاصله بین ابعاد کیفیت خدمات نیز خواهد پرداخت. این پژوهش از نظر هدف اجرایی تحقیق، کاربردی می باشد. همچنین این تحقیق از نظر شیوا گردآوری اطلاعات توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق را مشتریان بانک پاسارگاد تشکیل می دهد. نمونه آماری بر اساس تعداد جامعه ی نامحدود براساس جدول مورگان به تعداد 384 نفر انتخاب شد. در این تحقیق و برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده بیان ویژگی های نمونه آماری تحقیق، از دو روش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که در کدام یک از ابعاد کیفیت بین ادراک مشتری از کیفیت خدمات و آنچه که مشتری از خدمات انتظار دارد، فاصله بیشتری وجود دارد که این نتایج و یافته ها می تواند ضمن کمک به مدیران بانک در درک نیازها و انتظارات واقعی مشتریان، در برنامه ریزی های استراتژی، برنامه های بازاریابی و برنامه های توسعه سازمانی نیز رامورد استفاده قرار گیرند.

کلمات کلیدی:

تحلیل فاصله، ادراکات و انتظارات مشتریان، کیفیت خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/809827>

