

عنوان مقاله:

ارزیابی و رتبه بندی کیفیت خدمات در سیستم بانکی و تاثیر آن بر CRM برگرفته از مدل ریشی کانت (مطالعه موردی: بانک ملی ایران)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی تازه یافته ها در مدیریت و مهندسی صنایع با تاکید بر کارآفرینی در صنایع (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

لیلا عبدالله زاده رامهرمزی - دکترای تخصصی علوم اقتصادی گرایش بین الملل، عضو استعداد درخشان باشگاه پژوهشگران جوان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، دانشکده آزاد اسلامی واحد تهران شمال

امیر هوشنگ آژ - کارشناسی ارشد MBA گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام خمینی (ره)، بلوار میرداماد، بانک مرکزی ج.ا.ا.

مهدی خاکی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

خلاصه مقاله:

این مقاله به بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات بر رضایت مندی مشتریان بانک ملی ایران می پردازد. هدف از مقاله، بررسی تاثیرگذاری شاخصهای کیفیت خدمات بر میزان رضایتمندی مشتریان بانکداری الکترونیکی بانک ملی می باشد. پژوهش حاضر از حیث هدف، کاربردی و از لحاظ نوع روش، پیمایشی است. حجم نمونه 384 نفر از مشتریان بانک ملی است که تعداد آنها از جدول مورگان استخراج شده است. و پرسشگران به صورت تصادفی انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه است که پایایی آن با ضریب الفای کرونباخ 0/917 تأیید شد. مدل تحقیق که فرضیه ها بر اساس آن استخراج شدند، برگرفته از مدل ریشی کانت و همکاران (2017) است. در نهایت با استفاده از نرم افزار اموس و SPSS به آزمون فرضیه ها از روش معادلات ساختاری پرداخته شد. پس از بررسی امار توصیفی و استنباطی تحقیق، نتایج این تحقیق نشان داد که: نتایج آزمون فرضیه ها نشان داد که در سطح اطمینان درصد بالایی میزان عوامل تشکیل دهنده کیفیت خدمات در بانک ملی هنوز به عنوان عوامل اصلی رضایتمندی مشتریان می باشد. همچنین نتایج آزمون فرضیه ها نشان داد که رتبه بندی عوامل تشکیل دهنده کیفیت خدمات دارای اولویت هایی به شرح زیر است: 1 اطمینان و اعتبار 2- عوامل محسوس 3- پذیرش و عمل بر مبنای بانکداری اسلامی 4- پاسخگو بودن 5- همدلی

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، سیستم بانکی، مدل ریشی کانت، رضایتمندی مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/867689>

