

عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی انتظارات دانشجویی از خدمات بانکی

محل انتشار:

مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، دوره 15، شماره 26 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

منیژه قره چه - استادیار، دانشگاه شهید بهشتی.

سید محمود حسینی - * استادیار، دانشگاه شهید بهشتی.

خلاصه مقاله:

چکیده هدف تمام سازمان های خدماتی از جمله بانک ها ارائه خدمات مناسب و مورد رضایت مشتریان است. با توجه به محیط رقابتی و پویای بانکداری امروز، اکثر بانک ها برای حفظ جایگاه خود در بازار مالی به دنبال شناسایی و برآوردن نیازهای گروه خاصی از مشتریان خود هستند. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و اولویت بندی انتظارات دانشجویی از خدمات بانکی انجام شده است؛ در این راستا، پس از انجام مصاحبه با دانشجویان، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا ۴۲ نیاز و انتظار بانکی دانشجویان استخراج شد و پس از قرار دادن این ۴۲ شاخص در پرسشنامه نهایی و توزیع آن، ۳۸۸ پرسشنامه نهایی با استفاده از آزمون های میانگین تک نمونه ای و فریدمن تحلیل و بررسی شد. یافته های پژوهش حاکی از آن است که عوامل اصلی نیازها و انتظارات در مجموع به ۷ بعد اصلی (۷P) (بازاریابی) قابل تقسیم است که عبارت اند از: خدمات بانکی (محصول)، قیمت، ترفیع، توزیع، کارکنان، امکانات، دارایی های فیزیکی و مدیریت عملیات و فرآیند که تمامی این ابعاد به عنوان نیاز دانشجویان شناسایی شدند. بر اساس نتایج آزمون فریدمن، عامل توزیع، مدیریت عملیات و فرآیند، خدمات بانکی، قیمت، کارکنان، دارایی های فیزیکی و ترفیع به ترتیب اولویت های اول تا هفتم را به خود اختصاص دادند.

کلمات کلیدی:

خدمت، کیفیت خدمات، بانک، نیاز، انتظار، دانشجو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1290097>

