

عنوان مقاله:

استقرار مدل FFQMQual فرمول جدید استراتژی برتری سازمان ها

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی بورس - بانک - بیمه با رویکرد توسعه پایدار (ارتباط دانشگاه با صنعت) (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

محمد شفیع خانی - دانشجوی دوره دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه- مولف رابط

خلاصه مقاله:

مطالعات و پژوهش هایی که طی دو دهه اخیر در رابطه با علل موفقیت شرکت ها و مؤسسه های موفق جهان بعمل آمده است، حکایت از آن دارد که انتظارات مشتری از کیفیت خدماترسانی در این سازمانها به مثابه یک موضوع استراتژیک مطرح بوده و تمامی فعالیتهای سازمان در جهت تامین آن هماهنگی شود. بنابراین کیفیت بعنوان مهمترین معیار برتریدر بازار رقابت مطرح شده و نقش تعیین کننده آن در حفظ موقعیت رقابتی و توان ادامه حیات اقتصادیسازمانها کاملاً محرز شده است. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف مطالعه رضایتمندی مشتریان از ارائه خدمات بانک شهر انجام شده است. در این پژوهش از شاخص های مدل تعالیسازمانی EFQM استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان شعب بانک شهر استان تهران و نمونه بر اساس رابطه کوکران 384 نفر از مشتریان می باشد که با استفاده از روشنمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات در این تحقیق، پرسشنامه بوده که شامل 26 سوال می باشد و برای برآورد پایایی پرسشنامه از آزمون کرونباخ استفاده شده که مقدار آن 0/98 به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده های آماری به دست آمده از پرسشنامه جمع آوری شده از روشهای آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است؛ بدین ترتیب که برای طبقه بندی، تلخیص و تفسیر داده های آماری از روش های آماری توصیفی و در سطح استنباطی برای آزمون فرضیه ها از آزمون t تک گروهی استفاده گردیده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که بین مشتری محور بودن بانک شهر استان تهران در وضع موجود و وضع مطلوب تفاوت معنی داری وجود دارد و بانک 78 درصد از نمره کل وضعیتمطلوب را کسب نموده است.

کلمات کلیدی:

مدل تعالی سازمان، مدل EFQM، مشتری، کیفیت خدمات، رضایت مندی مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/454126>

