

عنوان مقاله:

واکاوی نقش کیفیت ادراک شده از خدمات در رضایت مشتریان بانک پارسیان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع و مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

محمد غفاری - استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران

محمود حمزه لو - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (بازاریابی)

مریم غلامی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی (بازاریابی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم

خلاصه مقاله:

در عصر تولید انبوه و رقابت بی انتها، سازمان هایی می توانند به موفقیت دست یابند که میزان رضایت مشتریان خود را تا سطح وفاداری کامل افزایش دهند و اصلی ترین مسئله در رسیدن به این رضایت، ارائه کالا یا خدمات با کیفیت مورد انتظار مشتریان است، امروزه کیفیت ادراک شده خدمات بهتر، شرط لازم سازمان ها برای رسیدن به موفقیت است، لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر کیفیت ادراک شده خدمات (بر مبنای مدل سروکوال) بر رضایت مشتریان بانک پارسیان شهرستان گلپایگان انجام شده است. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی، از حیث معیار تحلیل توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری مشتریان بانک پارسیان شهرستان گلپایگان در فصل پاییز ۱۳۹۹ می باشند که حجم نمونه تحقیق با استناد به فرمول کوکران ۳۸۴ نفر بدست آمده است که اطلاعات این افراد به شیوه نمونه گیری در دسترس جمع آوری شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات ترکیبی از پرسشنامه استاندارد (سنجش کیفیت ادراک شده خدمات پارسورامان، ۱۹۸۸) و محقق ساخته (سنجش رضایت مشتریان) می باشد. روایی ابراز سنجش با استفاده از روایی صوری و روایی سازه (با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی) مورد بررسی و تأیید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد بررسی و تأیید قرار گرفت، به منظور تجزیه و تحلیل داده های پژوهش از روش های آمار توصیفی و استنباطی در نرم افزارهای آماری SPSS و LISREL استفاده شده است. یافته های پژوهش حاضر نشان داد شاخص های برازش مدل نیز حاکی از این بود که داده های جمع آوری شده به خوبی مدل مفهومی را مورد حمایت قرار می دهند و به بیانی دیگر می توان گفت مدل تحقیق از برازش مناسبی برخوردار بوده است. بخش دیگری از یافته های پژوهش حاضر نشان داد کیفیت ادراک شده خدمات و ابعاد پنجگانه (شرایط فیزیکی، قابلیت اعتماد، پاسخگویی، اطمینان دهی و همدلی) دارای تاثیر مستقیم و معناداری بر رضایت مشتریان می باشند.

کلمات کلیدی:

کیفیت ادراک شده خدمات، رضایت مشتریان، مدل سروکوال، بانک پارسیان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1244818>

