

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر عملکرد مالی شرکت ها با نقش میانجی رضایت (مطالعه موردی: شرکت رامک شیراز) مشتری و وفاداری مشتری

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری، دوره 4، شماره 3 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

حسن فراتی - استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور سمنان، سمنان، ایران

محمد زاغیان - استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور سمنان، سمنان، ایران

سجاد دهدارزاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش بودجه و مالی عمومی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور سمنان، سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

عملکرد مالی به عنوان یکی از مهم ترین سنجه های اثربخشی سازمانی، دغدغه بسیاری از پژوهشگران و مجریان برنامه های توسعه سازمانی است. در واقع عملکرد مالی به صورت درجه یا میزانی که شرکت به هدف های مالی سهامداران در راستای افزایش ثروت آنان نائل می آید تعریف می شود. امروزه رقابت برای بهبود کیفیت خدمات به عنوان یک مسئله راهبردی کلیدی برای سازمان هایی که در بخش های اقتصادی فعالیت می کنند، شناخته شده است. سازمان هایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می یابند، سطوح بالاتری از رضایتمندی مشتریان را به عنوان مقدمه ای برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر خواهند داشت. از این رو هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر کیفیت خدمات و رضایت و وفاداری مشتری بر عملکرد مالی شرکت ها می باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان شرکت لبنیاتی رامک شیراز می باشد که تعداد آن ها برابر با ۱۵۰۰ نفر می باشد. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول جامعه محدود کوکران برابر با ۳۴۰ نفر در نظر گرفته شده است. همچنین آمار توصیفی تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۵ و آزمون فرضیات پژوهش با روش حداقل مربعات جزئی (SEM) و با نرم افزار Smart pls انجام گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که رضایت مشتری و وفاداری مشتری در رابطه بین کیفیت خدمات و عملکرد مالی شرکت رامک نقش میانجی دارد.

کلمات کلیدی:

عملکرد مالی، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1499988>

