

عنوان مقاله:

بررسی رابطه ابعاد کیفیت خدمات، رضایتمندی و ارزش دوره عمر مشتری در بانکها مطالعه موردی: بانکهای سپه شهر کرمانشاه

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی توسعه مدیریت پولی و بانکی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

صفورا احمدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی (داخلی) دانشگاه آزاد کرمانشاه

خلاصه مقاله:

امروزه سازمانها بیش از پیش به اهمیت ارزش دوره عمر مشتری پی بردهاند و مشتریان را در کانون توجه خود قرار دادهاند. بنابراین باید برای بهدست آوردن سهم بیشتری از رضایت مشتریان، خدمات خود را با کیفیت بالاتری ارائه نمایند. هدف از این پژوهش بررسی رابطه ابعاد کیفیت خدمات، رضایتمندی و ارزش دوره عمر مشتری در بانکهای سپه شهر کرمانشاه در نیمه اول سال 2931 میباشد. پژوهش به صورت توصیفی پیمایشی انجام گرفته و دادهها از روش ترکیبی (کتابخانه‌ای، اسنادی، مشاهده و مصاحبه) بهدست آمده است. از بین کلیه مشتریان بانکهای سپه شهر کرمانشاه 162 نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و به پرسشنامه‌های استاندارد رضایتمندی و کیفیت خدمات در مقیاس سروکوال پاسخ دادند. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ تایید شده و دادهها با روش آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون) و با استفاده از نرم‌افزار (Spss (ver:16.0 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از پژوهش نشان میدهد که رابطه مثبت و معناداری بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتری وجود دارد. متغیر اعتماد بیشترین رابطه را با رضایتمندی مشتری داشته و متغیرهای پاسخگویی، همدلی، عوامل محسوس و اطمینان خاطر به ترتیب در جایگاههای بعدی قرار گرفته‌اند. همچنین میان رضایتمندی و ارزش دوره عمر مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با افزایش میزان رضایت مشتریان، ارزش دوره عمر آنها نیز بالا میرود و این مهم میتواند در پیشبرد اهداف و استراتژیهای بانک مفید و مؤثر واقع شود.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایتمندی مشتری، ارزش دوره عمر مشتری، بانک سپه کرمانشاه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/244659>

