

عنوان مقاله:

تأثیر رضایتمندی مشتریان بر شعب بانکهای خصوصی استان ایلام

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صادق علی پناه - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه

سیدرضا هاشمی - استادیار دانشگاه رازی و آزاد کرمانشاه

سعید گل محمدی - کارشناس مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج

خلاصه مقاله:

رضایتمندی مشتری به عنوان یک عامل کلیدی در شکل گیری تمایل خرید آتی مشتریان به شمار می رود. همچنین مشتریان راضی به احتمال از تجربه خوبشان نزد دیگران صحبت خواهند کرد؛ این امر بویژه در فرهنگ های شرقی که زندگی اجتماعی به گونه ای شکل یافته است که ارتباطات اجتماعی با دیگر افراد جامعه را بهبود بخشد، از اهمیت بیشتری برخوردار است. این تحقیق در پی آن است که تأثیر رضایتمندی مشتریان بر شعب بانکهای خصوصی استان ایلام را بررسی کند. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع آوری دادهها توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه مشتریان بانک های خصوصی استان ایلام در بازه زمانی شش ماهه اول سال 1391 می باشند. اندازه نمونه در این تحقیق 384 نفر در نظر گرفته شده است. برای گردآوری دادهها از پرسشنامه 3سؤالی و با طیف لیکرت پنج درجهای استفاده شد. در این راستا، بر اساس ادبیات تحقیق مدلی برای نشان دادن تأثیر رضایتمندی مشتریان بر بانکهای خصوصی استان و با استفاده از نرم افزار لیزرل مورد آزمون قرار گرفت. بر اساس نتایج حاصل از انجام تجزیه و تحلیل دادههای پرسشنامه، مشخص شد که نتایج تخمین(برازش مدل)حاکمی از مناسب بودن شاخص ها دارد. در مدل مورد بررسی مقدار شاخص های برازش AGFI , GFI به ترتیب برابر با 0/89, 0/91 نشان دهنده مناسب بودن مدل است.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی، کیفیت خدمات، بانکها، لیزرل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/286637>

