

## عنوان مقاله:

نقش مولفه های کیفیت خدمات بر رضایت مندی مشتریان بانک کشاورزی استان مازندران

## محل انتشار:

اولین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

عادلہ قلی پور - کارشناسی ارشد مدیریت تحول دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

عفت قلی پور - کارشناسی ارشد مدیریت تحول دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

## خلاصه مقاله:

هدف همه موسسات خدماتی از جمله بانک ها ارائه خدمات مناسب و مورد رضایت مشتریان است. از آنجا که سازمان های ارائه دهنده خدمات مالی و به ویژه بانک ها در حیطة با محصولات غیر متمایز فعالیت می کنند کیفیت خدمات در آنها به عنوان اولین سلاح رقابت شناخته می شود. این مقاله با هدف بررسی نقش مولفه های کیفیت خدمات بر رضایت مندی مشتریان بانک کشاورزی انجام شده است. این مقاله بر حسب هدف کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده ها توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری مشتریان بانک کشاورزی استان مازندران و نمونه آماری از طریق جدول کرجسی مورگان محاسبه شده است. ابزار مورد استفاده پرسشنامه بوده که بر اساس مدل پاراسورامان 5 بعدی موارد محسوس، پایایی، پاسخگویی، همدلی و تضمین در بین 400 نفر از مشتریان مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. برای آزمون پایایی پرسشنامه میزان ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه 0/924 محاسبه گردیده است. در این مقاله برای آزمون فرض ها و امار استنباطی، از روش های آماری و آزمون های متفاوت با استفاده از نرم افزار های SPSS استفاده گردید. نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش با استفاده از آزمون پیروسون نشان دهنده آن است که بین مولفه های کیفیت خدمات و رضایت مندی مشتریان بانک کشاورزی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فریدمن برای تعیین اهمیت مولفه ها، نشان می دهد که از دیدگاه مشتریان بانک کشاورزی به ترتیب عوامل محسوس دارای بیشترین اهمیت و پاسخ دهی و مسئولیت پذیری، پایایی همدلی و تضمین در اولیئت های بعدی قرار گرفته اند.

## کلمات کلیدی:

خدمات، کیفیت، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، بانک کشاورزی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/290025>

