

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات و اعتماد بر وفاداری مشتریان مطالعه موردی: شعب بانک تجارت شهرستان بجنورد

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسنده:

سروش محمدپوردلوئی - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه پیام نور مرکز ساری

## خلاصه مقاله:

هدف همه موسسات خدماتی از جمله بانک ها ارائه خدمات مناسب و مورد رضایت مشتریان است. از آنجا که سازمان هایی ارائه دهنده خدمت مالی و به ویژه بانک ها در محیطی با محصولات غیر متمایز فعالیت می کنند، کیفیت خدمات و اعتماد و در نتیجه وفادار سازی مشتریان به عنوان اولین صلاح رقابتی شناخته می شود. هدف اصلی این پژوهش، بررسی پیامدهای کیفیت خدمات و اعتماد مشتریان در صنعت بانکداری می باشد. روش تحقیق حاضر از حیث هدف کاربردی و از حیث روش توصیفی است و به علت اینکه روابط همزمان بین چندین متغیر بررسی می گردد از نوع همبستگی می باشد. اطلاعات مورد نیاز از طریق پرسشنامه جمع آوری شده است، ضمناً برای تجزیه و تحلیل داده ها از تکنیک معادلات ساختاری و نرم افزار SPSS استفاده شده است. بدین منظور تعداد نمونه 483 برآورد شد که برای اطمینان بیشتر 344 پرسشنامه در بین مشتریان شعب بانک تجارت شهرستان بجنورد توزیع گردید که در پایان 483 پرسشنامه بازگشت داده شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش تمامی فرضیات مورد تایید قرار گرفتند. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر این مسئله است که کیفیت خدمات تاثیر مثبت و مستقیمی بر اعتماد مشتریان دارد. زمانی که خدمات برای مشتری دارای کیفیت باشد اعتماد وی را در بر خواهد داشت در نتیجه مشتری که از کیفیت بهره ببرد و نسبت به ارائه دهنده خدمات اعتماد داشته باشد نسبت به سازمان متعهد می گردد. مشتریان متعهد رضایت بیشتری از سازمان داشته و نهایتاً نسبت به سازمان وفادار خواهند شد. در نهایت پیشنهاد می شود بانک ها با اتخاذ برنامه هایی چون تخصیص باجه ای جهت اخذ نظرات و پیشنهادات آنان اقدام به بهبود خدمات نمایند تا در نتیجه مشتریان نسبت به بانک وفادار شوند

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایت، اعتماد، تعهد، وفاداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435177>

