

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتریان مطالعه موردی: مؤسسه مالی و اعتباری صالحین (بانک آینده)

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مجید فتاحی - عضو هیات علمی گروه مدیریت، دکتری مدیریت بازرگانی- کسب و کار، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ایران

علیرضا داداشی جوکندان - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی- مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ایران

علی ثناگو - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی- مدیریت بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ساری، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش ها نشان می دهد که از طریق بررسی رضایت مشتریان می توان میزان ارضای نیاز و خواسته های مشتریان، مراجعه ی مجدد و وفاداری آن ها را مورد بررسی قرار داد و از سویی دیگر سازمان ها برای ایجاد، جذب، حفظ و وفاداری مشتریان؛ درصدد ارائه ی خدمات با کیفیت می باشند. بر همین اساس این پژوهش در تلاش است تا رابطه بین کیفیت خدمات و رضایت مشتریان را بررسی نمائیم. حوزه مطالعاتی این تحقیق؛ مشتریان 44 شعبه از مؤسسات مالی و اعتباری صالحین (بانک آینده) در منطقه ی شمال کشور شامل استان های سمنان، گلستان و مازندران می باشند. این تحقیق به لحاظ زمانی از اوایل خرداد سال 1391 تا اواخر دی ماه سال 1391 انجام شده است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر جمع آوری داده ها توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد. در این تحقیق تجزیه و تحلیل اطلاعات از طریق تکنیک های آماری معادلات ساختاری و تحلیل مسیر به کمک نرم افزار لیزرل محاسبه گردیدند. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش به صورت میدانی و کتابخانه ای صورت پذیرفته است. نتایج نشان داد که مدل معادله ساختاری بین کیفیت خدمات و رضایت مشتریان مدل مناسبی می باشد و رابطه مندی مثبت و معناداری بین رضایت مشتریان و کیفیت خدمات با ضریب مسیر 0.39 و ضریب اطمینان 95% وجود دارد. به عبارتی دیگر با بالا بردن سطح کیفیت خدمات، رضایت مشتریان از بانک آینده بیشتر می شود.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایت مشتری، بانک آینده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/472175>

