

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات بانکی بر وفاداری مشتریان بر اساس مدل سروکوال

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

امیر لاله - دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد حجب شیر، گروه مدیریت بازرگانی، عجب شیر

رقیه معینی - دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز، گروه مدیریت صنعتی تبریز

خلاصه مقاله:

بانک ها به عنوان یکی از بزرگترین بنگاه های اقتصادی کشور نقش مهمی را در توسعه اقتصادی ایفا می کنند. سودمندترین استراتژی برای بانک ها مشتری مداری است و به عبارتی دیگر بنیان و اساس نظام بانکی مشتری است. لذا جذب و حفظ مشتریان از اهداف بسیار مهم بانک ها می باشد و از این طریق است که آنان می توانند سودآوری بیشتری داشته باشند و در پی آن خدمات بهتری به مشتریان خود ارائه دهند. در این تحقیق تاثیر کیفیت خدمات بانکی بر وفاداری مشتری به کمک مدل سروکوال برای مشتریان بانک ملت شهر تبریز مورد بررسی قرار گرفته است. روش تحقیق حاضر از حیث هدف از نوع کاربردی و روش گردآوری اطلاعات تحقیق از نوع توصیفی پیمایشی بوده و جامعه آماری شامل کلیه مشتریانی است که روزانه جهت دریافت خدمات به بانک ملت در شهر تبریز مراجعه می کنند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران و به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری 384 نفر برآورد شده است و به طور تصادفی از 4 شب بانک ملت شهر تبریز پرسش صورت گرفته شده است. جهت جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استاندارد سروکوال برای سنجش ادراکات و انتظارات مشتریان و از پرسشنامه وفاداری مشتریان برای سنجش میزان وفاداری مشتریان استفاده شده است. سروکوال برای سنجش ادراکات و انتظارات مشتریان و از پرسشنامه وفاداری مشتریان برای سنجش میزان وفاداری مشتریان استفاده شده است. روایی محتوایی پرسشنامه ها توسط اساتید و متخصصان مدیریتی و امور بانکی و پایایی پرسشنامه ها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ که مقدار آنها بالاتر از 70 درصد بوده تایید شده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز، داده ها در دو سطح توصیفی استنباطی و به کمک نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفته اند. داده ها در سطح توصیفی توسط میانگین، میانه و انحراف معیار توصیف گردیده اند و در سطح استنباطی ابتدا از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن داده ها استفاده شده است و سپس جهت بررسی تاثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته از آزمون رگرسیون بهره گرفته شده است. نتایج بدست آمده نشان می دهد که ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات بانکی مدل سروکوال (ملموسات، ضمانت و تضمین، قابلیت اطمینان، مسئولیت پذیری و همدلی) تاثیر مثبتی بر وفاداری مشتریان داشته و سازمان های مختلف خدماتی به خصوص بانک ها می بایست به این موارد توجه زیادی داشته باشند تا بتوانند مشتریان جدید جذب و مشتریان فعلی را حفظ نمایند.

کلمات کلیدی:

مشتری، کیفیت خدمات بانکی، وفاداری مشتریان، مدل سروکوال، تبریز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/518450>

