

## عنوان مقاله:

بررسی نقش ابعاد کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان بر اساس استانداردهای حسابداری مالی در بورس و اوراق بهادار کرمانشاه

## محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی علوم انسانی، مطالعات فرهنگی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسنده:

وحید مروتی - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد صحنه، کرمانشاه، ایران

## خلاصه مقاله:

در این پژوهش، پژوهشگر برای بررسی نقش ابعاد کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان براساس استانداردهای حسابداری مالی بورس و اوراق بهادار ارایه گردید، استفاده شده است. این پژوهش میدانی، به لحاظ روش توصیفی و از شاخه پیمایشی می باشد، به لحاظ هدف کاربردی و با هدف بررسی نقش ابعاد کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان براساس استانداردهای حسابداری مالی صورت پذیرفت. برای جمع آوری داده های آماری پرسشنامه بین 165 نفر از شرکت های پذیرفته شده بورس در یک دوره یک ماهه توزیع شد، در نهایت 115 پرسشنامه کامل به دست پژوهشگر رسید و کار تحلیل شروع و نتایج استخراج شد. در این پژوهش ابتدا آمار توصیفی مربوط به وضعیت متغیرهای پژوهش انجام شد و در ادامه برای آزمون فرضیه ها و آمار استنباطی از آزمون کروسکال والیس برای تفاوت بین دیدگاه های مراجعین مختلف به شرکت، از همبستگی پیرسون برای تعیین رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و رضایت مشتریان شرکت، از رگرسیون چندگانه برای تحلیل روابط بین متغیرهای پژوهش، از آزمون فریدمن برای تعیین اولویت بندی ابعاد کیفیت خدمات استفاده شده است. چون پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش، یک پرسشنامه استاندارد است بنابراین روایی آن مورد تایید می باشد و برای پایایی پرسشنامه از ضریب کرونباخ استفاده شده است. برای محاسبه ضریب کرونباخ در این پژوهش، یک مطالعه مقدماتی با توزیع 30 پرسشنامه بین مراجعین و مشتریانی که خدمات به آنها توسط شرکت گاز ارایه شده، انجام گرفت. با توجه به واریانس کل آزمون که به دست آمد ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار SPSS محاسبه گردید، که مقدار آن برای پرسشنامه 0 / 880 به دست آمده است بنابراین پایایی آن نیز مورد تایید می باشد. یافته های پژوهش حاکی از آن است که پنج بعد کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان تاثیرگذار بوده، اما بعد همدلی تاثیر بیشتری و بعد عوامل محسوس کمترین تاثیر را بر رضایت مشتریان بورس بهادار دارند یافته های پژوهش نشان می دهد میان پنج بعد کیفیت خدمات با میزان رضایت مشتریان شرکت، رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین بین انتظارات و ادراکات مشتریان از کیفیت خدمات ارایه شده شرکت رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. از یافته های پژوهش به دست آمد که میان دیدگاه مراجعین مختلف، تفاوت معنا داری وجود ندارد. نتیجه کلی یافته های پژوهش نشان می دهد که ابعاد کیفیت خدمات براساس استانداردهای حسابداری مالی تاثیر مستقیم و نقش بسزایی بر رضایت مشتریان دارد

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایت مشتریان، استانداردهای حسابداری مالی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/632485>

