

عنوان مقاله:

اندازه گیری کیفیت خدمات مالی با استفاده از مقیاس حساس به فرهنگ در ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی الگوهای مدیریت در عصر پیشرفت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

شیما طبسی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران

افشین پناهی شریف بیگلو - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران

خلاصه مقاله:

بانک ها به عنوان یک کسب و کار، نیاز به تسخیر قلب و ذهن مشتریان دارند. رقابت بالا، مشتریان آگاه و گوناگون از لحاظ فرهنگی، تصویری چالشی برای صنعت بانکداری در ایران به وجود آورده است. با توجه به تفاوت های فرهنگی و مذهبی گیرندگان خدمات در جوامع مختلف، استفاده از مقیاس حساس به فرهنگ برای بررسی کیفیت خدمات به عنوان عاملی موثر بر رضایت مشتری ضروری می باشد. این تحقیق از نوع پیمایشی است که در جمع آوری داده ها از پرسشنامه و با روش نمونه گیری از نوع احتمالی خوشه ای با حجم نمونه ای معادل 392 نفر از شهروندان تهرانی به عنوان مشتریان بانک استفاده شده است. در تحلیل داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای نرمال بودن داده ها و روش های مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از نرم افزار SPSS و LISREL انجام شده است. یافته های پژوهش تناسب مدل پاکسرو بازمینه فرهنگی ایران را نشان می دهد. همچنین یافته های پژوهش نشان می دهد که متغیرهای ملموس بودن، قابلیت اعتبار، اطمینان خاطر، صمیمیت، شخصی سازی و رسمیت بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارند، همچنین تاثیر مثبت رضایت بر وفاداری مشتریان در صنعت بانکداری تایید شد.

کلمات کلیدی:

ایران، بانک، پاکسرو، فرهنگ، رضایت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/727897>

