

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ارزش ادراک شده بر تعهد مشتریان در بازار خدمات مالی؛ با تبیین نقش میانجی رضایت مشتری (مطالعه موردی؛ بانک قوامین شهر شیراز)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 15 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

کرم اله شجاعی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مالی و بودجه، گروه مدیریت دولتی، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، ایران

مهرداد همراهی - استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق بررسی تاثیر ارزش ادراک شده بر تعهد مشتریان در بازار خدمات مالی: با تبیین نقش میانجی رضایت مشتری (مطالعه موردی؛ بانک قوامین شهر شیراز) بوده است. تعهد مشتری به سازمان، یکی از مشخصه های مهم استحکام رابطه مشتری و سازمان و ابزاری مفید برای ارزیابی احتمال وفاداری مشتری و پیش بینی تکرار استفاده از خدمات سازمان در آینده میباشد. همچنین از نظر طرح کلی این پژوهش پیمایشی می باشد و از نظر روش گردآوری داده ها علی و از نظر ماهیت داده ها کمی میباشد. جامعه آماری این پژوهش را مشتریان بانک قوامین شهرستان شیراز، تشکیل میدهند. که نامحدود در نظر گرفته میشود. با توجه به فرمول کوکران تعداد مشتریانی که به عنوان نمونه این پژوهش انتخاب شده اند 384 نفر تعیین میگردد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد ارزش درک شده توسط مشتری (اگرت و اولگا)، پرسشنامه تعهد مشتری (راندل تیل) و پرسشنامه رضایت مشتری بوده است. داده ها با استفاده از همبستگی پیرسون، رگرسیون دو متغیره و رگرسیون چند متغیره گام به گام با استفاده از نرم افزار آماری AMOS و SPSS تحلیل شدند. نتایج حاکی از آن است که ارزش ادراک شده سازمان بر تعهد مشتریان در بازار خدمات مالی بانک قوامین شهر شیراز تاثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، ارزش ادراک شده، تعهد مشتریان، بانک قوامین، شهر شیراز.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/898886>

