

عوامل موثر بر رضایت مشتریان در بانک صادرات شیراز

حمید رضا نور بخش^۱، محمد رضا جوادی^۲، مهسا نوروزی^۳

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت MBA، دانشگاه تهران

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت MBA، دانشگاه پیام نور بابل

^۳ کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور شیراز

چکیده

پژوهش حاضر عوامل موثر بر رضایت مشتریان در بانک صادرات شیراز را مورد بررسی قرار داده است. در این مدل رضایت مشتریان به عنوان متغیر وابسته و شاخص هایی مانند اعتبار، قابلیت اطمینان، عوامل محسوس و همدلی به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شد. روش استفاده شده در این تحقیق توصیفی از نوع کاربردی می باشد. منظور از جامعه آماری در این پژوهش تمام مشتریان بانک صادرات شهر شیراز هستند. برای گردآوری داده ها از مطالعات کتابخانه ای، مصاحبه و پرسشنامه استفاده شده است. برای اطمینان از روایی این تحقیق از نظر اساتید راهنما، مشاور و نیز کارشناسان بانک استفاده گردیده و هم چنین برای اندازه گیری پایایی این پژوهش از روش الفای کرونباخ استفاده شده و در نهایت به تجزیه و تحلیل اطلاعات به روش امار توصیفی و استنباطی به دست آمده پرداخته و بعد نتیجه گیری کرده است.

واژه های کلیدی: رضایت مشتریان، بانک صادرات، شیراز.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۷، صفحات ۱۸۳-۱۷۷