

## بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر عملکرد مالی شرکت‌ها با نقش میانجی رضایت (مطالعه موردی: شرکت رامک شیراز) مشتری و وفاداری مشتری

حسن فراتی<sup>۱</sup>، محمد زاغیان<sup>۲</sup>، سجاد دهدارزاده<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup>استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور سمنان، سمنان، ایران

<sup>۲</sup>استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور سمنان، سمنان، ایران

<sup>۳</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش بودجه و مالیه عمومی، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور سمنان، سمنان، ایران

### چکیده

عملکرد مالی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سنجه‌های اثربخشی سازمانی، دغدغه بسیاری از پژوهشگران و مجریان برنامه‌های توسعه سازمانی است. در واقع عملکرد مالی به‌صورت درجه یا میزانی که شرکت به هدف‌های مالی سهامداران در راستای افزایش ثروت آنان نائل می‌آید تعریف می‌شود. امروزه رقابت برای بهبود کیفیت خدمات به‌عنوان یک مسئله راهبردی کلیدی برای سازمان‌هایی که در بخش‌های اقتصادی فعالیت می‌کنند، شناخته شده است. سازمان‌هایی که به سطح بالاتری از کیفیت خدمات دست می‌یابند، سطوح بالاتری از رضایتمندی مشتریان را به‌عنوان مقدمه‌ای برای دستیابی به عملکرد مالی بهتر خواهند داشت. از این‌رو هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر کیفیت خدمات و رضایت و وفاداری مشتری بر عملکرد مالی شرکت‌ها می‌باشد. جامعه آماری پژوهش کلیه کارکنان شرکت لبنیاتی رامک شیراز می‌باشد که تعداد آن‌ها برابر با ۱۵۰۰ نفر می‌باشد. حجم نمونه تحقیق با استفاده از فرمول جامعه محدود کوکران برابر با ۳۴۰ نفر در نظر گرفته شده است. همچنین آمار توصیفی تحقیق با استفاده از نرم‌افزار SPSS 25 و آزمون فرضیات پژوهش با روش حداقل مربعات جزئی (SEM) و با نرم‌افزار Smart pls 2 انجام گرفته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که رضایت مشتری و وفاداری مشتری در رابطه بین کیفیت خدمات و عملکرد مالی شرکت رامک نقش میانجی دارد.

واژه‌های کلیدی: عملکرد مالی، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، وفاداری مشتری.

مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری

دوره ۴، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۷، صفحات ۳۱۸-۳۰۵