

چکیده

یکی از چالش‌های اساسی مدیریت راهبردی کشف عوامل سودآور برای سازمان است. رضایت و وفاداری مشتریان یکی از عواملی است که می‌تواند تأثیر مثبتی بر سودآوری سازمان داشته باشد. این ارتباط بین رضایت و سودآوری یک رابطه آشکار فرض می‌شود. با این حال مطالعات بسیار اندکی این رابطه اساسی را بصورت علمی بررسی کرده‌اند. از اینرو شواهد و مستندات برای این رابطه که بارها در مورد آن صحبت شده، مورد تردید است. در این پژوهش رابطه بین رضایت مشتریان با وفاداری آنها و همچنین اثرات آن بر سودآوری در شعب بانک صادرات استان گیلان بررسی شده است. سه فرضیه در این زمینه مطرح شد. نتایج پژوهش قویا از این فرضیات حمایت کرد بطوری که ثابت شد بین رضایت مشتریان با وفاداری آنها و همچنین وفاداری مشتریان با سودآوری سازمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلید واژه: رضایت، وفاداری، سودآوری.