

# تأثیر ارزش مطلوبیت و لذت جویی بر رضایت و قصد استفاده مشتریان از خدمات بانک (مطالعه موردی: بانک کشاورزی استان گیلان)

حجت اله قنبرزاده\*, دکتر حمیدرضا رضایی کلیدبری,

1395-11-30

در هر سازمان چه تولیدی و چه خدماتی، مهمترین عامل جهت حفظ و بقای سازمان مشتریان آن سازمان می باشند، به نحوی که چنانچه سازمان در جلب رضایت و به خصوص وفاداری آنان موفق شود زمینه رشد و بقای طولانی مدت خود را مهیا نموده است. مهم ترین مسأله در بانکداری جلب رضایت مشتریان و ترغیب آنها نسبت به استفاده از خدمات بانکداری است و اگر این قصد استفاده تداوم داشته باشد، باعث ایجاد وفاداری به بانک مورد نظر می شود و هر چه یک شرکت وفاداری بیشتری بین مشتریان ایجاد نماید سود بیشتری را کسب می نماید. عوامل بسیار زیادی وجود دارد که بر قصد استفاده ی مشتریان تاثیرگذار است، اما بر اساس تحقیق کیم(2015)، رضایت مشتریان، ارزش مطلوبیت خرید و ارزش لذت جویی خرید به عنوان عوامل موثر بر قصد استفاده نام برده شده اند. از این رو هدف اصلی این تحقیق بررسی تاثیر ارزش مطلوبیت و لذت جویی بر رضایت و قصد استفاده ی مشتریان از خدمات بانک کشاورزی استان گیلان است. این تحقیق از نظر هدف در دسته تحقیقات کاربردی و از نظر گردآوری داده ها در دسته تحقیقات توصیفی قرار دارد. همچنین از نظر نوع رابطه بین متغیرهای تحقیق از نوع تحقیقات همبستگی به شمار می رود. جامعه آماری تحقیق مشتریان بانک کشاورزی در استان گیلان است. تعداد نمونه مورد مطالعه در این تحقیق 367 نفر از مشتریان و روش نمونه گیری هم از نوع نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس است. برای جمع آوری داده های تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده نیز از طریق مدل سازی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی مرتبه اول استفاده شد که از نرم افزار لیزرل کمک گرفته شده است. نتیجه فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت ارزش لذت جویی و ارزش مطلوبیت بر رضایت مشتریان بود. همچنین سه فرضیه دیگر تحقیق، یعنی تاثیر مثبت ارزش لذت جویی، ارزش مطلوبیت و رضایت مشتری بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانک کشاورزی هم به تایید رسید.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: ارزش مطلوبیت، ارزش لذت جویی، رضایت مشتری، قصد استفاده، مدل سازی معادلات ساختاری.