



طراحی مدل تجزیه و تحلیل کیفیت خدمات و رضایت مندی مشتریان بانک مهر کرمانشاه

مهدی حسین پور^۱، یوسف محمدی فر^۲، محمد جواد جمشیدی^۳، شهرام نادری^۴

۱-استاد یار مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، ایران (نویسنده مسئول)

۲-استاد یار مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، ایران

۳-استاد یار مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، ایران

۴-دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد کرمانشاه، ایران

چکیده

امروزه بانک ها در تلاش هستند تا با ارائه خدمات با ارزش و با کیفیت، رضایت و اعتماد مشتریان را افزایش دهند، تا از این طریق وفاداری مشتریان و در نتیجه تمایل آنها را برای خرید مجدد افزایش دهند. ایجاد وفاداری در مشتریان مفهومی است که در کسب و کارهای امروزی به لحاظ اینکه مشتریان وفادار به صورت مؤلفه اصلی موفقیت سازمانی در آمده اند مورد توجه بیش از پیش قرار گرفته اند. بدین منظور تحقیق حاضر با روش کیفی، و با توجه به رویکرد نظریه‌ی زمینه‌ای صورت گرفت. روش انتخاب نمونه‌ها به صورت نمونه‌گیری هدفمند بود و جمع‌آوری داده‌ها با بهره‌گیری از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت در مجموع از مصاحبه با ۲۳ نفر از کارشناسان اشباع نظری حاصل شد. نتایج مطالعات نشان داد که کیفیت مهمترین عامل در عرصه رقابت جهانی به شمار می آید و سازمانها ناچارند که برای رقابت پیروزمندانه در بازار، کالا یا خدمات با کیفیت عرضه نمایند. یکی از مهمترین نهادهایی که در جامعه امروز وجود دارد بانک است. بانکها امروزه به صورتی در زندگی روزمره افراد جامعه قرار گرفته اند که تصور زندگی بدون بانک محال به نظر میرسد. بانک که با مفهوم پول گره محکمی خورده است به سان قلبی می ماند که در رگهای جامعه پول را به جریان می اندازد. یکی از راهکارهای اساسی که یک موسسه خدماتی می تواند با توسل به آن خود را از سایر رقبا متمایز کند ارایه دائمی کیفیت خدمات برتر به مشتریان می باشد. **کلمات کلیدی:** کیفیت خدمات، رضایت مندی، بانک مهر ایران