

## تأثیر سیاست های مشتری محوری بر اساس طرح تکریم ارباب رجوع بر رضایت مشتریان

### چکیده

در عصری که سازمانها خود را با موج خیره کننده و عظیمی از تغییرات محیط داخلی و خارجی مواجه می بینند نه تنها باید بقاء سازمان را مد نظر قرار دهد بلکه بایستی سازمان را به سمت و سوی بالندگی و پیشرفت رهنمون گرداند. در این بین تمرکز خاص بر روی دلیل وجودی سازمان که همان مشتری است می تواند چشم انداز حرکت سازمان به سوی تعالی را مشخص نماید. پژوهشگر با توجه به اهمیتی که مشتری گرایی در رشد و پیشرفت سازمانها دارد پژوهش حاضر را در جهت تعیین "تأثیر سیاست های مشتری محوری بانک کشاورزی بر روی رضایت مشتریان در شهر شیراز" با طرح ۱۰ سوال و در قالب پنج معیار (شامل: اطلاع رسانی در زمینه خدمات، کیفیت نحوه برقراری ارتباط، شرایط ظاهری و محیط فیزیکی، کیفیت نحوه ارائه خدمات، محصولات و خدمات بانک کشاورزی) انجام داده است. تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی به شمار می رود و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه کارکنان و مشتریان بانک کشاورزی شهر شیراز شامل می شوند و شیوه نمونه گیری تحقیق، نمونه گیری تصادفی خوشه ای است. در این تحقیق برای جمع آوری داده های مورد نیاز از پرسشنامه محقق ساخته و مرکب از ۴۱ سوال بسته، استفاده شده است. بدین شکل که ابتدا با توزیع ۳۰ پرسشنامه، و با محاسبه آلفای کرونباخ، پایایی ابزار سنجش ۹۲ درصد برآورد گردید و پس از تایید پایایی و روانی صوری و محتوایی، پرسشنامه مذکور بین دو جامعه آماری کارکنان بانک (۸۲ نفر) و مشتریان بانک (۱۷۴ نفر) توزیع شد. تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده، در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی و با استفاده از نرم افزار آماری SPSS صورت گرفته است. نتایج حاصل نشان می دهد از دید مشتریان و کارکنان، رضایت مشتریان از تمامی عوامل پنجگانه بین نظرات کارکنان و مشتریان بانک تفاوت معنا داری وجود دارد. و در پایان نیز پیشنهاداتی جهت افزایش رضایتمندی مشتریان ارائه شده است.

واژه های کلیدی: مشتری محوری، تکریم ارباب رجوع، رضایت مشتری، کیفیت خدمات، اطلاع رسانی

نویسندگان: دکتر اکبر اعتباریان، سعید شهریاری، مرضیه شجاعی

منبع: مجموعه مقالات همایش راهکارهای اصلاحی نظام اداری