

## بررسی تأثیر کیفیت خدمات ارائه شده بانک اقتصاد نوین بر رفتارهای وفاداران مشتری

محمدحسن دهنوی<sup>۱</sup>، میثم الهیاری<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> فارغ التحصیل کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه فردوسی مشهد

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشگاه پیام نور

### چکیده

مشتری‌گرایی نوعی فرهنگ سازمانی است که به مؤثرترین و کارآمدترین شکل، رفتارهای لازم جهت ارزش و ارج نهادن به مشتریان به برترین شکل را ایجاد می‌کند. هر مقدار که یک سازمان مشتریان وفادار بیشتری داشته باشد، توان رقابت بیشتری در بازار و اجرای موفق برنامه‌های استراتژیک بیشتری خواهد داشت. سازمان‌های امروزی به اهمیت ارتقای رضایت عمومی واقفند و بیشتر در جهت وفاداری مشتری، مشتری‌گرایی در حد صفر و نگهداری مشتری در همه عمر حرکت می‌کنند؛ بنابراین، هدف تحقیق حاضر عبارتست از بررسی تأثیر کیفیت خدمات ارائه شده بانک اقتصاد نوین بر رفتارهای وفاداران مشتری. این تحقیق از نظر هدف کاربردی می‌باشد. محقق در این تحقیق داده‌های جمع‌آوری شده را با استفاده از شاخص‌ها آماری توصیفی، خلاصه و طبقه‌بندی می‌کند. جامعه آماری تحقیق حاضر را ۳۰۰ نفر از مشتریان ۹ شعبه این بانک تشکیل می‌دهد که به صورت نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. این بررسی به روش توصیفی از نوع همبستگی صورت گرفته و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسش‌نامه‌های استاندارد بهره گرفته شده است. بعد از سرشماری از کارکنان و توزیع پرسش‌نامه‌ها میان آنان، تعداد ۲۶۳ پرسش‌نامه مناسب تشخیص داده شد و بقیه پرسش‌نامه‌ها از تحلیل کنار گذاشته شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تائیدی و مدل معادلات ساختاری صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت خدمات ارائه شده توسط شعب بانک اقتصاد نوین، تأثیر مثبت و معناداری بر رفتارهای وفاداران مشتری دارد. لذا، شایسته است مورد توجه مدیران بانک قرار گیرد.

**واژه‌های کلیدی:** کیفیت خدمات، وفاداری مشتریان، رضایت مشتریان، بانک اقتصاد نوین.

مطالعات اقتصاد، مدیریت مالی و حسابداری

دوره ۶، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۹، صفحات ۲۹-۳۷