



چکیده گزارش شاخص رضایت مشتریان بانک پاسارگاد (CSI) در سال ۹۳

گزارش زیر به منظور تکمیل فرآیند تحقیقاتی میدانی و در چارچوب مسئولیت های اجتماعی بانک می باشد. بانک پاسارگاد سعی دارد با ارائه اینگونه گزارشها ضمن قرار دادن مشتریان در جریان نتایج بدست آمده از تحقیقات میدانی که با مشارکت آنها انجام گرفته است، نسبت به اطلاع رسانی کیفیت خدمت رسانی خود به جامعه نیز قدم های لازم را برداشته باشد.

رضایت مندی یا همان احساس و نگرشی که مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت، بعد از استفاده از آن پیدا می کند، بیانگر میزان مطلوبیتی است که مشتری بنا بر ویژگی های مختلف محصولات یا خدماتی که دریافت می کند، برای آنها قائل شده و در نظر می گیرد.

یکی از مطالعات بانک به منظور اندازه گیری رضایت مشتریان، CSI^۱ می باشد که در این پژوهش بانک در پی شناسایی عوامل مؤثر بر رضایت، اندازه گیری شاخص رضایت و تعیین اولویت های برنامه بهبود خدمات بانک پاسارگاد می باشد.

این مطالعه بانک بر اساس مدل بومی خود بانک به روش پیمایشی انجام شده و گردآوری اطلاعات با استفاده از تکنیک پرسشنامه و مصاحبه حضوری صورت گرفته است؛ جامعه آماری شامل کلیه مشتریان بانک پاسارگاد در سطح شهر تهران، قزوین و قم بوده که با روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک نمونه ای با حجم ۹۹۳ نفر انتخاب شده است.

میزان رضایت مندی مشتریان با اندازه گیری از شاخص های ۱- راهنمایی و اطلاع رسانی ۲- پاسخگویی خدمات ۳- برخورد بانکداران ۴- امنیت ۵- تسهیلات متنوع ۶- محیط شعبه ۷- سود سپرده ها ۸- هزینه خدمات محاسبه شده است. این شاخص ها بر اساس نظرات مشتریان شناسایی شده بود. میزان شاخص کل رضایت مشتریان (CSI) در سال نود و سه ۰/۸۲ شده است.

^۱ - Customer Satisfaction Index