

## عنوان مقاله:

اولویت بندی عوامل اثرگذار بر رضایتمندی مشتریان در شرکت ایران خودرو در شرایط کرونا

## محل انتشار:

فصلنامه کنکاش مدیریت و حسابداری، دوره 2، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

## نویسندگان:

وحید بهنام - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

رضا فضلعلی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

## خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه اولویت بندی عوامل اثرگذار بر رضایتمندی مشتریان شرکت ایران خودرو در شرایط کرونا می باشد. مطالعه مدنظر از نوع توصیفی و پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان شرکت ایران خودرو می باشد که خودروی خود را تحویل گرفته اند. لازم به ذکر است جامعه آماری ما محدود به نمایندگی های تهران می باشد. حجم نمونه با توجه به روش در دسترس صورت گرفته است، حجم نمونه آماری بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد شده است و پرسشنامه میان این افراد توزیع و پاسخ آنان تحلیل شد. برای جمع آوری داده های مربوط به مبانی نظری و استخراج عوامل و شاخص های اولیه از منابع کتابخانه ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات و مطالعات موردی استفاده شد. در آمار استنباطی با استفاده از آزمون تی استیودنت و رتبه بندی شاخص ها با به کارگیری نرم افزار اسپرت چو یس و SPSS به بررسی فرضیات و سوالات پرداخته شد. بر اساس نتایج به دست آمده تمام فرضیات پذیرفته شدند. نتایج حاصل از مدل تحلیل نشان داد که شرایط فروش دارای بیشترین اهمیت می باشد.

## کلمات کلیدی:

اولویت بندی، عوامل اثرگذار، رضایتمندی مشتریان، شرکت ایران خودرو، شرایط کرونا AHP

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1509599>

