

## عنوان مقاله:

سنجش شاخص های ملی در رضایت مشتری

## محل انتشار:

دوازدهمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسنده:

بهروز اسدی - کارشناسی مدیریت بازرگانی شاغل در قسمت دبیرخانه شهرداری گرمسار

## خلاصه مقاله:

شرکتها برای راضی نگه داشتن مشتریان بایستی عملکردشان را بهبود دهند تا بتوانند در محیط کسب و کار به شدت رقابتی به مزیت رقابتی پایدار دست یابند. زیرا نتیجه اصلی رضایت مشتری وفاداری مشتری است و شرکتها با سهم زیادی از مشتریان وفادار به دلایل افزایش نرخ خرید مجدد، خریداران بالقوه زیاد، تمایل به قیمت‌های بالاتر، رفتار توصیه ای مثبت و هزینه های جایگزینی کم، سود می برند. به علت نقش حیاتی رضایت مشتری و وفاداری، تجزیه و تحلیل ارتباط این متغیرها به طور کلی پذیرفته شده است و بایستی در بین شرکتها، صنایع، بخشها و ملل مقایسه گردند. هدف این مقاله بررسی شاخص های ملی رضایت مشتری و ارائه شاخص رضایت مشتری ایرانی است. تحقیق از لحاظ روش گردآوری داده ها توصیفی است؛ زیرا بر اساس نظرسنجی از خبرگان به گردآوری داده ها، و تجزیه و تحلیل فرضیه ها پرداخته می شود. پرسشنامه تحقیق بین ۱۲ نفر از خبرگان توزیع گردید. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که در سطح معنی دار  $\text{Sig} = 0/000$  محرکهای رضایت مشتری (کیفیت درک شده، قیمت درک شده، و رسیدگی به شکایات) به طور مثبت با رضایت مشتری در ارتباط می باشند. نتایج نشان داد که رضایت مشتری به طور مثبت با هزینه های جایگزینی، اعتماد، و تصویر شرکت در ارتباط می باشد. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که اعتماد به طور مثبت با هزینه های جایگزینی، تعهد عاطفی، تعهد هنجاری در ارتباط است بعلاوه رابطه منفی بین اعتماد و تعهد محاسبه ای تایید نشد. روابط مثبت بین تعهد عاطفی و وفاداری مشتری و تعهد هنجاری و وفاداری مشتری تایید شدند در حالیکه رابطه منفی بین تعهد محاسبه ای و وفاداری مشتری تایید نشد. روابط مثبت بین تصویر شرکت با وفاداری مشتری و هزینه های جایگزینی با وفاداری مشتری تایید گردیدند. بالاخره رابطه مثبت بین تصویر شرکت با هزینه های جایگزینی هم تایید گردید. بعد از بررسی فرضیه ها مدل شاخص رضایت مشتری ایرانی ارائه گردیده است.

## کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، وفاداری مشتری، شاخصهای ملی، اعتماد، تعهد

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1539186>

