

عنوان مقاله:

بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان با استفاده از مدل سروکوال (مورد مطالعه: سازمان مدیریت صنعتی)

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

آرزو گازی نیشابوری - دانشجوی دکتری مهندسی صنایع- تحقیق در عملیات و مهندسی سیستم، دانشکده صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب

حسین سوهانی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه- فیروزکوه

مونا قربانی - کارشناسی ارشد مهندسی صنایع-مدیریت سیستم و بهره وری، دانشکده صنایع، سازمان مدیریت صنعتی

خلاصه مقاله:

وجود رقابت در بین موسسات و بنگاهها برای کسب سهم بیشتر از بازار و تلاش مشتریان برای رسیدن به رضایتمندی، موجب شده است که بنگاهها به دنبال کسب موقعیت ممتاز در بازار و همچنین مشتریان در پی یافتن سرخ هایی برای رسیدن به بهترین تامین کنندگان باشند. رسیدن به ارتباط نزدیکی دارد. بررسی این دو « رضایت مشتریان » و « کالاها/خدمات » این اهداف با بررسی مفاهیم کیفیت مفهوم در بازارهای خدماتی به دلیل ویژگی های خاص خدمات حساس تر و مهمتر بوده و برای سازمانهای ارائه دهنده خدمات نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این مقاله به بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان در سازمان مدیریت صنعتی پرداخته شده است. برای بررسی عوامل مؤثر بر رضایت مشتریان در سازمان مدیریت صنعتی، مدل سروکوال به عنوان چهارچوب کار انتخاب شده و تأثیر عوامل و ابعاد پنج گانه ی سروکوال (اطمینان، اعتبار، عوامل محسوس، همدلی و پاسخگویی) در خدمات سازمان مدیریت صنعتی بر رضایت مشتریان این سازمان مورد ارزیابی قرار گرفته است. در همین راستا ۵ فرضیه تنظیم گردیده است. آزمون فرضیه ها با استفاده از آزمون آماری دو جمله ای صورت گرفته و نتایج پژوهش حاکی از آن است که تمامی فرضیه های پژوهش مورد تایید قرار گرفته است و تمام ابعاد ۵ گانه ی مطرح در مدل سروکوال بر رضایت مشتریان سازمان مدیریت صنعتی تأثیرگذار بوده اند.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایت مشتری، مدل سروکوال، سازمان مدیریت صنعتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409215>

