

عنوان مقاله:

سنجش و رتبه بندی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان مراکز خدماتی

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

محمدرضا بابایی - استادیار گروه مدیریت صنعتی دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی واحد یادگار امام (ره) -
شهرری، تهران، ایران

زهرا موسائی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

سیده هدی نقیبی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

خلاصه مقاله:

هدف از این تحقیق سنجش و رتبه بندی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان مراکز خدماتی می باشد. جامعه آماری این تحقیق مشتریان استفاده کننده از خدمات ارائه شده در کلیه مراکز خدماتی استان تهران می باشد. در این پژوهش جهت اطمینان از پایایی پرسشنامه، از سه معیار ضرایب بارهای عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. جهت بررسی روایی نیز از روایی همگرا، روایی واگرا استفاده شده است. همچنین جهت بررسی رابطه بین متغیرها و تجزیه و تحلیل داده ها از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که قیمت، کیفیت، سرعت ارائه خدمات، برخورد مناسب ارائه کنندگان خدمت، خدمات پس از فروش، دسترسی آسان به خدمت و ارائه خدمات جانبی مهمترین عوامل موثر بر رضایت مشتریان هستند. اما فرضیه تاثیرگذاری نوآوری در ارائه خدمات و مشاوره قبل از فروش بر رضایت مشتریان مورد تایید قرار نگرفت

کلمات کلیدی:

رضایتمندی، مشتری، خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/409418>

