

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان فروشگاه های رفاه استان کهگیلویه و بویراحمد

محل انتشار:

کنفرانس سالانه مدیریت و اقتصاد کسب و کار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

مهدی سعادت زاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد، علوم و تحقیقات یاسوج.

محسن نظری - دانشیار و عضو هیأت علمی، دانشکده مدیریت، مدیر گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران.

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان فروشگاه های رفاه استان کهگیلویه و بویراحمد می باشد. تحقیق از نوع کاربردی است. برای انجام پژوهش از روش پیمایشی توصیفی استفاده شده است. داده های مورد مطالعه از نمونه 151 نفری از مشتریان فروشگاه های رفاه انتخاب گردید. ابزار گرد آوری اطلاعات پرسشنامه ساختارمند بود که پایایی آن با استفاده از معیار الفای کرونباخ ($\alpha = 0.915$) تأیید گردید. باتوجه به مبانی نظری، نمونه ارائه شده که یافته های پژوهش، مدل تحقیق را تأیید نموده و نتیجه ای که از آزمون فرضیات تحقیق بدست آمد نشان داد که متغیر های مورد نظر در پژوهش (قیمت کالا، کیفیت کالا، قابل اطمینان بودن کالا، ارائه خدمات کالا، قابل انعطاف پذیر بودن، زمان دسترسی به کالا) بر وفاداری مشتریان فروشگاه های رفاه تاثیرگذار است. محدودیت های تحقیق عبارت از: محدودیت های جمع آوری داده های پژوهش با استفاده از پرسشنامه، محدودیت ذاتی پرسشنامه های کتبی، عدم امکان بررسی کامل میزان دقت پاسخ دهندگان، عدم تمایل بعضی از پاسخ دهندگان به همکاری می باشد. و مدیران و مسئولان فروشگاه های رفاه با در اختیار داشتن مولفه های موثر بر وفاداری مشتریان، به تدوین برنامه ریزی و زمانبندی مفید و موثری جهت جذب و نگهداری مشتریان وفاداری و اقدامات لازم را به عمل آورند

کلمات کلیدی:

رضایت، وفاداری، مشتری، کیفیت، قیمت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428773>

