

عنوان مقاله:

تدوین مدل خودارزیابی به منظور افزایش رضایت مشتری (مورد مطالعه: سازمان های خدمات شهری)

محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره 1، شماره 1 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

حسین محمدپور زرنیدی - رئیس انجمن علمی اقتصاد شهری ایران و پژوهشگر

جعفر قادری - استادیار گروه اقتصاد دانشگاه شیراز

سید محسن طباطبایی مزداآبادی - پژوهشگر اقتصاد و مدیریت شهری، مسئول مکاتبات

خلاصه مقاله:

کوچکتر شدن بدنه دولت و اجرای قانون خصوص یسازی موجب شده بسیاری از فعالیت هایی که در گذشته بر عهده دولت بود، به شرکت ها و سازمان های خصوصی واگذار شود. خدمات شهری از جمله فعالیت هایی است که با زیاد شدن سازمان های خدمات رسانی، رقابت شدیدی را بین این سازمان ها جهت بالا بردن کیفیت و رضایت مندی مشتریان و در نتیجه کسب سهم بیشتری از بازار، به وجود آورده است. در این پژوهش به تدوین مدل خودارزیابی مؤثر در افزایش رضایت مشتریان این سازمان ها پرداخته خواهد شد. جامعه آماری این تحقیق را میزبان سازمان های خدمات شهری موجود در شهر تهران تشکیل می دهند که از بین آنها تعداد 70 نفر به صورت تصادفی به عنوان حجم نمونه انتخاب شده اند. برای جمع آوری اطلاعات، از پرسشنامه های که محققان تدوین کرده اند، استفاده شده است و بر اساس روش های استاندارد، پایایی و روایی آن مورد تأیید م یباشد. برای آزمون فرضیات، از آزمون میانگین جامعه استفاده شده است که در نهایت مشخص گردید مدل خودارزیابی موجود در این سازمان ها، اثربخشی لازم برای جلب رضایت مشتریان را دارا نمی باشد. در حالیکه مدل خودارزیابی پیشنهادی تحقیق، مدلی مؤثر در بالا بردن رضایت مشتریان است.

کلمات کلیدی:

خود ارزیابی، مدل تعالی سازمانی، مدیریت کیفیت جامع، رضایت مشتری، خدمات شهری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/443585>

