

عنوان مقاله:

شناسایی و بررسی عوامل موثر بر میزان رضایت مشتری از خدمات دریایی و بندری خرمشهر با استفاده از مدل سروکوال

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری) (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

آرش جلیلیان - دانشجوی کارشناسی ارشد حمل و نقل دریایی و کارشناس اداره کل بندر و دریانوردی خرمشهر-اداره امور اداری

سیدناصر سعیدی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه علوم و فنون دریایی خرمشهر

عامر کعبی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه علوم و فنون دریایی خرمشهر

دامون رزمجویی - عضو هیات علمی دانشگاه علوم و فنون دریایی خرمشهر

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف بررسی و رتبه بندی کیفیت خدمات دریایی و بندری در بندر خرمشهر با استفاده از روش سروکوال که ابزاری برای اندازه گیری کیفیت خدمات و شناسایی و تحلیل شکاف های موجود بین انتظارات و ادراکات دریافت کنندگان خدمات می باشد انجام گرفته است. روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و با توجه به نوع و ماهیت مسئله، اهداف و سوال های تحقیق توصیفی می باشد و برای جمع آوری اطلاعات از روش پیمایشی استفاده شده است. برای این کار از پرسش نامه استاندارد سروکوال برای ارزیابی کیفیت خدمات، استفاده شده و جامعه آماری تحقیق مشتریان بندر خرمشهر اعم از، خطوط کشتیرانی کانتینری، شناورهای سنتی، نمایندگان خطوط کشتیرانی، صاحبان کالا، اعم از کالاهای عمومی و فله و کالاهای کانتینری و شرکت های تخلیه و بارگیری می باشند که روش نمونه گیری تصادفی ساده بوده و تعداد کل مشتریان 302 نفر می باشند که بر اساس فرمول تعیین حجم نمونه کوکران 91 نفر از این 302 نفر بعنوان حجم نمونه انتخاب شده اند داده های جمع آوری شده با استفاده از روش های آماری پارامتریک و ناپارامتریک شامل آزمون های: مقایسه دو میانگین (t و نمونه وابسته) آزمون رتبه های علامت دارویل کاکسون، آزمون رتبه بندی فریدمن جهت آزمون فرضیات پژوهش مورد تجربه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج بدست آمده از انجام تحقیق بیانگر این است که بین خدمات مورد انتظار مشتریان و خدمات ارائه شده به آنها در بندر خرمشهر در کلیه ابعاد پنج گانه کیفیت خدمات شکاف وجود دارد، یعنی در تمام ابعاد سروکوال، ابعاد پاسخگویی، اطمینان، ملموس بودن، همدلی و تضمین اختلاف معنی دار بوده و انتظارات مشتری، بالاتر از سطح موجود ارائه خدمات بوده و از نظر اهمیت، بعد تضمین به عنوان مهم ترین بعد و بعد از آن به ترتیب بعد ملموس بودن، بعد همدلی بعد اطمینان قرار داشتند و بعد پاسخگویی به عنوان کم اهمیت ترین بعد از نظر مشتریان شناخته شده است.

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری-خدمات دریایی و بندری-سروکوال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495148>



