

عنوان مقاله:

تأثیر نوآوری در مدیریت و محصولات بر وفاداری نگرشی و رفتاری مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پارادایم های نوین مدیریت، نوآوری و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

مهناز عباس زاده دبیاور - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران

علی بدیع زاده - دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر از نظر روش تحقیق، از نوع کاربردی، همبستگی، توصیفی و پیمایشی می باشد. جامعه آماری مورد بررسی شامل کلیه مشتریان فروشگاه غدیر شهر تهران در سال 1394 می باشد. از بین این جامعه آماری، 385 نفر با استناد از فرمول کوکران به عنوان نمونه تحقیق انتخاب و به پرسشنامه تحقیق پاسخ گفتند. روایی محتوایی این پرسشنامه به روش صوری انجام گرفته و به تأیید چند تن از خبرگان و متخصصین رسیده و میزان پایایی آن نیز به کمک آزمون آلفای کرونباخ 84 صدم به دست آمد. در پایان نتایج حاصل از پرسشنامه تحقیق به کمک آزمون رگرسیون خطی مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون رگرسیون خطی نشان داد که نوآوری و بهبود کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان فروشگاه های زنجیره ای غدیر تأثیر دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، نوآوری در مدیریت و محصولات، وفاداری نگرشی و رفتاری، مدیریت اداری و وفاداری مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/556202>

