

عنوان مقاله:

اولویت بندی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان شرکتهای ارایه دهنده خدمات اینترنت با استفاده از روش سوآرا

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سیدمحمد مهدی هاشمی - دانشآموخته کارشناسی ارشد مهندسی صنایع دانشگاه علم و صنعت ایران

محسن احمدوند - عضو هیئت علمی گروه مهندسی صنایع دانشگاه غیرانتفاعی ایوانکی، گرمسار، ایران

خلاصه مقاله:

توجه به رضایتمندی مشتریان یکی از عوامل کلیدی موفقیت کسب و کارهای پیشرو می باشد. پژوهش حاضر به دنبال شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر رضایتمندی مشتریان شرکتهای ارایه دهنده خدمات اینترنت با استفاده از روش سوآرا می باشد. این پژوهش، کاربردی از لحاظ هدف تحقیق و پیمایشی از لحاظ روش جمع آوری اطلاعات می باشد. براین اساس با در نظر گرفتن شاخص های رضایتمندی مشتریان آمریکا و پرسش نتایج نشان دهنده شاخص خدمات و سرعت قابل اطمینان با امتیاز 0.088 به عنوان مهمترین عامل موثر در رضایتمندی مشتری از خدمات شرکتهای ارایه دهنده خدمات اینترنت و همچنین شاخص های سرعت جابجایی داده، پخش ویدیو و تنوع برنامه ها با امتیاز 0.086 به عنوان شاخص های مرتبه دوم و شاخص وقفه و قطعی با امتیاز 0.085 به عنوان شاخص رتبه سوم و موثر در رضایتمندی مشتریان می باشد.

کلمات کلیدی:

رضایتمندی مشتریان، شناسایی، اولویت بندی، سوآرا

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/785102>

