

## عنوان مقاله:

بررسی ابعاد استراتژی کیفیت خدمات بر حفظ، رضایت و وفاداری مشتریان مطالعه موردی: نمایندگی های همراه اول خراسان شمالی

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

محمد کریمی - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نیشابور، ایران.

افراسیاب راضیان - دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نیشابور، ایران.

## خلاصه مقاله:

همانطور که دیگر تحقیقات نیز عنوان کرده اند، رقابت در صنعت ارتباطات بسیار گسترش یافته است و سه اپراتور همراه اول، ایرانسل و رایتل به منظور کسب سهم بازار بیشتر رقابت فشرده ای با یکدیگر دارند و هر یک با به کارگیری استراتژی و روشهای بازاریابی، به دنبال افزایش کیفیت ارائه خدمات خود می باشد. با توجه به اهمیت ارائه خدمات با کیفیت در این حوزه، این پژوهش بررسی ابعاد استراتژی کیفیت خدمات بر حفظ، رضایت و وفاداری مشتریان پرداخته است. هدف این مطالعه کاربردی و روش پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی است. نمونه این پژوهش شامل 388 نفر از مشتریان این اپراتور در استان خراسان شمالی بوده اند. برای این منظور، از ادبیات مرتبط با عنوان و پرسشنامه استاندارد استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از مدل یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزیی استفاده شد. نتایج این تحقیق نشان داد که ابعاد استراتژی کیفیت خدمات بر رضایت مشتری، حفظ مشتری و وفاداری مشتری تاثیر مستقیم و مثبت دارد.

## کلمات کلیدی:

استراتژی کیفیت خدمات، رضایت، حفظ مشتری، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/787169>

