

عنوان مقاله:

بررسی اثرات بازیابی خدمات بر رضایت مشتری از بهبود خدمات

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره 1397، شماره 33 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

غزال شمس - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (عهده دار مکاتبات)

محمدرضا دلوی - دانشیار، گروه مدیریت، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

مفاهیم کیفیت خدمات و رضایت مشتریان از جمله مفاهیم بسیار مهم در نظریه‌های بازاریابی می‌باشند. با توجه به اهمیت بخش خدمات، افزایش کیفیت و ایجاد رضایت‌مندی در این بخش، حتی از بخش تولید کالا نیز با اهمیت‌تر تلقی می‌شود. تحقیق حاضر با هدف بررسی اثرات بازیابی خدمات بر رضایت مشتری از بهبود خدمات انجام شده است. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از حیث ماهیت روش همبستگی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل مشتریان هتل‌های 3، 4 و 5 ستاره شهر اصفهان می‌باشد که به دلیل تعداد زیاد آن‌ها و تعدد هتل‌ها محقق آن را نامعلوم فرض کرده و براساس فرمول حجم نمونه کوکران تعداد 384 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی با نظر پاسخگویان و اساتید تایید و ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از 7/0 می‌باشد و گویای پایایی بالای پرسشنامه است. نتایج با استفاده از نرم‌افزار Amos با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از 05/0 می‌باشد نشان داد: بازیابی خدمات بر رضایت مشتری از بهبود خدمات اثر دارد. راهکار اصلی این است مدیران هتل‌ها برای این‌که رضایت مشتری را به همراه داشته باشند باید سعی کنند نقص‌های خدماتی خود را در حد امکان جبران کنند.

کلمات کلیدی:

بازیابی خدمات، بهبود خدمات، کیفیت خدمات، رضایت مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/892781>

