

عنوان مقاله:

الگوی رضایت مشتری در خدمات اینترنتی تلفن همراه

محل انتشار:

اولین کنفرانس خدمات ارزش افزوده تلفن همراه در ایران (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

بهزاد حسن نژاد کاشانی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

آذر کفاش پور - دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی

مجتبی غرابی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر به دنبال شناسایی عوامل اثرگذار بر رضایت مشتری و نتایج حاصل از آن در حوزه خدمات اینترنتی تلفن همراه در ایران می باشد. بدین منظور، الگویی متشکل از ده عامل راحتی استفاده، فرآیند مبادله، کیفیت سیستم، قابلیت اطمینان نسبت به محتویات ارائه شده، قیمت ادراکی، وضوح دید، امنیت، خدمات مشتری، عملکرد دستگاه تلفن همراه و قابلیت حمل یا جابجایی به عنوان متغیرهای اثر پذیر از رضایت طراحی شد. با استفاده از پرسشنامه طیف 5 نقطه ای لیکرت نظرات 195 تن از کاربران اینترنت تلفن همراه در راستای آزمون مدل جمع آوری گردید. از روش مدل یابی معادلات ساختاری برای تحلیل داده ها استفاده گردید. در پایان نتایج نشان داد که سه عامل قابلیت اطمینان نسبت به محتویات ارائه شده، خدمات مشتری و قابلیت حمل یا جابجایی به ترتیب مهم ترین عوامل اثر گذار بر رضایت مشتری در حوزه خدمات اینترنتی تلفن همراه می باشند. بعلاوه رضایت مشتری خود نیز علاوه بر اثر گذاری مثبت بر وفاداری باعث کاهش شکایات مشتری و کاهش شکایات مشتری منجر به افزایش وفاداری می گردد.

کلمات کلیدی:

تلفن همراه، اینترنت، رضایت مشتری، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/105498>

