

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات اینترنتی شرکت های تولید کننده سیمان بر رضایت مشتری (مطالعه مورد: شرکت سیمان ساوه)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم اجتماعی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

ایمان حسینی واجاری - دانشجوی مدیریت بازرگانی - بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

محمدرضا شیرخانی - دانش آموخته کارشناسی ارشد MBA دانشگاه علم و صنعت

## خلاصه مقاله:

مشتریان و مصرف کنندگان، همواره در جستجوی عرضه کنندگانی هستند که کالای خدماتی به مراتب بهتر به آنها ارائه کنند و لازمه بقا در اقتصاد رقابتی و محیط متغیر امروز برای شرکت ها عملکردی هوشمندانه تر، سخت تر و سریع تر نسبت به گذشته می باشد از اینرو استفاده از فن آوری اطلاعات در چند سال اخیر فرآیند های کسب و کار را متحول ساخته است بطوری که باگسترش اینترنت و دیگر ابزار الکترونیکی بسیاری از شرکت ها، عملکرد ها و فعالیت های خود را با فن آوری اطلاعات منطبق ساخته اند. در این تحقیق به بررسی تاثیر ابعاد کیفیت خدمات اینترنتی شرکت های تولید کننده سیمان بر رضایت مشتریان (مطالعه مورد: سیمانساوه) پرداخته شده و هدف از آن سنجش تاثیر ابعاد کیفیت خدمات اینترنتی شرکت سیمان ساوه بر رضایتمشتریان با استفاده از مدل برگرفته از مدل تی سانگ در سال 2010 می باشد. در این پژوهش رضایت مشتری بعنوان متغیر وابسته و خدمات اینترنتی متغیر مستقل در نظر گرفته شده است. متغیرهای کیفیت خدمات اینترنتی در این مدل عبارتند از، ارتباط با مشتری، ظواهر و فرم ها، امنیت و اطمینان، عملکرد وب سایت، در این تحقیق روش گردآوری اطلاعات از طریق میدانی و ابزار گردآوری اطلاعات از طریق پرسشنامه که روایی پرسشنامه از طریق کسب نظر از اساتید و پرسشنامه استاندارد آن تهیه شده است و جامعه آماری آن، مشتریان اینترنتی شرکت سیمان ساوه می باشد که حدود 900 نفر تخمین زده شده اند که 269 نمونه بدست آمده است. برای تجزیه و تحلیل از تکنیک های موجود در آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است و جهت آزمون فرضیات تحقیق از آزمونهای کولموگروف اسمیرنوف، ضریب همبستگی چنگانه، رگرسیون چنگانه و آنالیز واریانس با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج این مطالعه نشان داد که تمامی متغیر های کیفیت خدمات اینترنتی بر رضایت مشتریان تاثیر دارد بطوریکه عملکرد وب سایت بیشترین و ارتباط با مشتری کمترین اثر را بر رضایت مشتریان دارند

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات اینترنتی، رضایت مشتریان، شرکت سیمان ساوه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/388401>

