



نقش مدیریت فناوری های نوین ارتباطی در طرح تکریم ارباب رجوع
(مطالعه موردی: شرکت توزیع نیروی برق استان فارس)

عاطفه زارع^{۱*}، مهدی طاهری^۲

۱- کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران؛

zare.a.67@gmail.com

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی،

مرودشت، ایران؛ taheri@farsedc.ir

خلاصه

این پژوهش به دنبال پاسخ به پرسش، "مدیریت سیستم فناوری های نوین ارتباطاتی، کمیت و کیفیت تکریم ارباب رجوع را به چه میزان بهبود بخشیده است؟" می باشد که جهت رسیدن به پاسخ این پرسش از روش پیمایشی استفاده شده است. که بدین منظور ۱۲۱ نفر از ارباب رجوع شرکت توزیع برق استان فارس به عنوان نمونه آماری به صورت تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب گردید. جهت گردآوری اطلاعات از پرسش نامه محقق ساخته استفاده گردید که روایی آن توسط نظرات خبرگان و پایایی آن از طریق فرمول آلفای کرونباخ بدست آمد. سپس پرسش نامه بین اعضای نمونه آماری توزیع شده و با استفاده از ضریب پیرسون به بررسی فرضیات مورد نظر پرداختیم. نتایج تحقیق نشان داد که بین بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و رضایت مندی ارباب رجوع در شرکت توزیع نیروی برق استان فارس رابطه معناداری وجود دارد و بین بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و کاهش هزینه های ارباب رجوع در شرکت توزیع نیروی برق استان فارس رابطه معناداری وجود دارد و بین بکارگیری فناوری نوین ارتباطات و کاهش شکایات ارباب رجوع در شرکت توزیع برق فارس رابطه معناداری وجود دارد و همچنین بین بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات و پاسخگویی سریع به انتظارات ارباب رجوع رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی: فناوری های نوین ارتباطات، تکریم ارباب رجوع، شرکت توزیع نیروی برق استان فارس.

*Corresponding author: کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران؛

Email: zare.a.67@gmail.com