

بررسی مدیریت افزایش سود دهی و میزان رضایت مشتریان و وفاداری آنها

علی پیرزاد^۱، حمیده مطوری نژاد احمدی^۲

چکیده

رضایت مشتری مهمترین اهرم موفقیت هر شرکت برای فروش محصول و خدمات خود می باشد. کیفیت و رضایت دو مقوله مهم و اساسی در بازار رقابتی امروزه است که مدیران شرکت ها باید به سادگی از آن نگذرند. میزان سود دهی به رضایت مشتریان بستگی دارد و وفاداری مشتریان از طریق رضایت حاصل می گردد. ضریب پایایی آن از طریق شاخص آلفای کرونباخ 0.821 محاسبه گردید. این پرسشنامه در مقیاس لیکرت ۵ گزینه ای تنظیم شده و طیف آن شامل بسیار زیاد با نمره ۵، زیاد با نمره ۴، متوسط با نمره ۳، و کم با نمره ۲، خیلی کم با نمره ۱، بوده است. تجزیه و تحلیل استنباطی داده های تحقیق، به منظور بررسی فرضیات پژوهش صورت پذیرفته، که این امر از طریق مدل یابی معادلات ساختاری و با استفاده از نرم افزار Amos انجام می گیرد. همچنین آزمون T مقایسه میانگین یک نمونه، آزمون T مقایسه میانگین دو نمونه مستقل، آنالیز واریانس یک طرفه، آزمون رتبه بندی فریدمن، آزمون تعقیبی ویلکاکسون جهت ارائه یافته های جانبی تحقیق و با استفاده از نرم افزار SPSS ۲۱ مورد استفاده قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: سود دهی، رضایت، وفاداری.

^۱ استادیار دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی یاسوج