

اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر رضایتمندی مشتریان در شرکت

ایران خودرو در شرایط کرونا

وحید بهنام^۱، رضا فضلعلی^۲

تاریخ پذیرش ۱۴۰۱/۰۲/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۶

چکیده

هدف از این مطالعه اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر رضایتمندی مشتریان شرکت ایران خودرو در شرایط کرونا می‌باشد. مطالعه مدنظر از نوع توصیفی و پیمایشی و از لحاظ هدف، کاربردی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان شرکت ایران خودرو می‌باشد که خودروی خود را تحویل گرفته‌اند. لازم به ذکر است جامعه آماری ما محدود به نمایندگی‌های تهران می‌باشد. حجم نمونه با توجه به روش در دسترس صورت گرفته است، حجم نمونه آماری بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد شده است و پرسشنامه میان این افراد توزیع و پاسخ آنان تحلیل شد. برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به مبانی نظری و استخراج عوامل و شاخص‌های اولیه از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی شامل کتب، مقالات و مطالعات موردی استفاده شد. در آمار استنباطی با استفاده از آزمون تی استیودنت و رتبه‌بندی شاخص‌ها با به‌کارگیری نرم‌افزار اسپرت چو یس و SPSS به بررسی فرضیات و سوالات پرداخته شد. بر اساس نتایج به دست آمده تمام فرضیات پذیرفته شدند. نتایج حاصل از مدل تحلیل نشان داد که شرایط فروش دارای بیشترین اهمیت می‌باشد.

کلمات کلیدی: اولویت‌بندی، عوامل اثرگذار، رضایتمندی مشتریان، شرکت ایران خودرو،

شرایط کرونا AHP

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی^۱

کارشناس ارشد مدیریت اجرایی^۲