

نقش سطوح مختلف مدیریت خطا در رضایت مشتری موسسه اعتباری ملل

مهدی محمدابراهیمی ۱، حدیثه محمدی ۲، میثم رمزی ۳ و عبدی احمد ۴

لیسانس مدیریت امور فرهنگی جهاد دانشگاهی اراک ۱

Samansadw@gmail.com

۲ فوق لیسانس مدیریت دولتی (منابع انسانی) آزاد اراک

hadisemohammadi۶۳۰@Gmail.com

۳ فوق لیسانس مدیریت دولتی آزاد اراک

Meysam.ramezi@gmail.com

۴ لیسانس مدیریت علوم اجتماعی پیام نور شازند

aliabdi۹۰۰۵@yahoo.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی نقش سطوح مختلف مدیریت خطا در رضایت مشتری می‌باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و با روش علی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق مشتمل بر ارباب رجوع و مراجعه کنندگان به موسسه اعتباری ملل می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق کتابخانه‌ای و میدانی است. به منظور گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای از منابع، نشریات، منابع داخلی و خارجی موجود در کتابها و استفاده از اینترنت استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده است. جمع آوری اطلاعات با استفاده از پرسشنامه ۳۶ سوالی بوده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش معادلات ساختاری استفاده شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که عذرخواهی هنگام نارسایی خدمات تاثیر مثبتی بر کنترل درک شده و بر رضایت ارباب رجوع دارد و همچنین کنترل درک شده تاثیر مثبتی بر رضایت ارباب رجوع دارد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت خطا، نارسایی خدمات، رضایت مشتری