

چکیده

تحقیق حاضر به دنبال شناسایی و انتخاب عوامل مؤثر انتخاب مجدد مشتریان همچنین اولویت بندی عوامل مؤثر می‌پردازد در جمع آوری داده‌ها و ارزیابی آنها اعمال نظر از فعالان و کارشناسان شده است. با توجه به موضوع پس از تحلیل داده‌ها و نتایج تحقیق با استفاده از روش مدل یابی معادلات ساختاری یا SEM، نتایج حاکی از آن است که عوامل مربوط به محصول و خدمات به عنوان عاملی که مشتریان بیشترین رضایت را از آن داشته‌اند و از بین عوامل مربوط به محصول کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده به عنوان عامل که مشتریان بیشترین رضایت را از آن داشته‌اند شناخته شده‌اند همچنین بر اساس اولویت بندی عوامل مؤثر بر رضایتمندی مشتریان، اندازه و چیدمان محیط داخلی مجتمع، آرامش و دلپذیری فضای داخلی مجتمع، رعایت بهداشت حین خدمت رسانی و پاکیزگی و تمیزی محیط مجتمع بیشترین تاثیر را بر رضایت مشتریان دارند. از این رو، پیشنهاد می‌گردد توجه بیشتری به عامل محیط و کیفیت محصولات و خدمات گردد

واژه های کلیدی: انتخاب مجدد مشتریان، مجتمع های توریستی ، فرآیند ارائه خدمت، کیفیت محصولات و

خدمات ارائه شده