

بررسی عوامل موثر بر انتخاب مجدد مشتریان مجتمع های توریستی استان گیلان

محمد قاسمی دلچه*, رحمت علی صابری حقایق,

1395-11-30

تحقیق حاضر به دنبال شناسایی و انتخاب عوامل مؤثر انتخاب مجدد مشتریان همچنین اولویت بندی عوامل مؤثر می پردازد در جمع آوری داده ها و ارزیابی آنها اعمال نظر از فعالان و کارشناسان شده است. با توجه به موضوع پس از تحلیل داده ها 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 داشته اند و از بین عوامل مربوط به محصول کیفیت محصولات و خدمات ارائه شده به عنوان عامل که مشتریان بیشترین رضایت را از آن داشته اند شناخته شده اند 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 می گردد توجه بیشتری به عامل محیط و کیفیت محصولات و خدمات گردد

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

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)