باسمه تعالی



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی

پیام گلپایگان

جلسه دفاع از پایان نامه کارشناسی ارشد

ارائه‌کننده: عاطفه مشايخي

استاد راهنما: جناب آقای دكتر محمد غفاري استاد مشاور: جناب آقای دکتر شاهرضائی

استاد داور: جناب آقای دکتر زارع

چکیده:

حفظ و وفاداري در ميان مشتريان صنعت رنگ متفاوت است. شناخت از طریق دانش قبلی و یا اطلاعات حاصل از تجربه اخیر مشتری به دست می‌آید. و همین امر ما را به نگارش این پژوهش و پاسخ به این سوال که تأثير عوامل مؤثري از قبيل رضايت مشتري، تصوير برند، ادراك قيمت، اعتماد مشتري و عامل مهم تعويض برند بر مشتريان بخش صنعت رنگ سازي و بر روي كيفيت و حفظ و وفاداري آنان، از طريق آزمون فرضيه‌هاي مطرح شده در تحقيق، چقدر و چگونه مي‌باشد.

این تحقیق رویکردی کاربردی داشته و روش پژوهش آن پیمایشی بوده است. *روش مورد استفاده در گردآوری اطلاعات این تحقیق روش میدانی بوده است.* محقق از پرسشنامه تدوين شده در اين باره براي جمع آوری اطلاعات بهره برده است. جامعه آماری این پژوهش از میان مشتریان شركت شيميايي صنعتي رنگ‌سازي مرواريد اصفهان که حداقل 3 سال متوالي با اين شركت تعامل داشتند در سال 1396 انتخاب گرديدند. بر اساس جدول مورگان، حجم نمونه 148 نفر تعيين گرديده است. در این پژوهش نیز از ابزار پرسشنامه‌ای محقق كه بر اساس مرور ادبيات پژوهش تدوين گرديده، استفاده شده است که دارای 35 سؤال می‌باشد که بیشتر سؤالات آن بسته به صورت طیف لیکرت می‌باشد. در این تحقیق از پرسشنامه عوامل مؤثر بر حفظ مشتري استفاده شده است. بخشي از این پرسشنامه ترجمه شده از روی یک ابزار به زبان انگلیسی است که تاکنون در ایران اجرا نشده است و روايي و پایایی آن طبق آلفای کرونباخ مطلوب گزارش گرديد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش و آزمون فرضیه‌های پژوهش از آمار توصیفی (نظیر درصد، فراوانی‌ها، میانگین‌ها و انحراف معیار) و استنباطی (نظیر آزمون کولوگروف - اسمیرونوف و ضريب بتا، ضريب t) در نرم‌افزار LISREL استفاده شده است.

نتايج تحقيق نشان داد كه تأثير تاكتيك‌هاي بازاريابي رابطه‌اي (كيفيت خدمات، ادراك قيمت، ذهنيت برند، جذابيت‌هاي جايگزين، هزينه تعويض برند) بر روي كيفيت ارتباط (رضايت و اعتماد مشتريان) و به نوبه خود اثرشان بر وفاداري و حفظ مشتريان شركت رنگ سازي در *جامعه آماري مشتريان رنگ سازي مرواريد اصفهان معني‌دار مي‌باشد.*

*كلمات كليدي: مشتري، رضايت مشتري، وفاداري مشتري، حفظ مشتري، رقابت، صنعت رنگ سازي*

زمان: ساعت: مکان: سالن کنفرانس موسسه پیام