

بررسی رابطه بین کیفیت خدمات الکترونیکی، کیفیت درک شده با رضایت مشتریان (مطالعه موردی : مشتریان شبکه های بازار یابی (نتورک مارکتینگ) در استان خراسان رضوی)

ایمان شادمند قانع

۱. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی نیشابور، ایران

چکیده

پژوهش حاضر رابطه بین عوامل رفتاری شرکت با رضایتمندی مشتریان بیمه معلم را بررسی می کند. جامعه آماری این تحقیق کارکنان و مشتری های شرکت بیمه معلم می باشند که به دلیل نامحدود بودن، با استفاده از جدول مورگان تعداد نمونه آماری ۳۵۰ نفر در نظر گرفته شد. دوره مورد بررسی سال ۱۳۹۶ می باشد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که بین ویژگی کارکنان و مدیران سازمان با رضایتمندی مشتریان رابطه معنی دار وجود دارد، بین فرهنگ سازمانی با رضایتمندی مشتریان رابطه معنی دار وجود دارد و همچنین بین آموزش نیروی انسانی با رضایتمندی مشتریان رابطه معنی دار وجود دارد.

واژگان کلیدی: عوامل رفتاری - رضایتمندی - بیمه معلم