

## سنجش میزان رضایتمندی مشتریان شبکه وایمکس یک شرکت ایرانی

### مجید حدادرضوی<sup>۱</sup>، مرتضی رجوعی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> فوق لیسانس مدیریت بازرگانی - بازاریابی از دانشگاه آزاد تهران شمال

<sup>۲</sup> ریاست محترم دانشگاه امام رضا (ع) - دکتری مدیریت بازرگانی - بازاریابی

#### چکیده

سازمانها باید از مشتریان خود شناخت داشته باشند تا ضمن شناسایی نیاز آنها، برآوردی از سطح خدمتی که بایستی برای مشتریان فراهم بیاورند را مشخص کنند. برای انجام این کار بایستی افرادی که مشتریان سازمان هستند، مشخص شوند تا اینکه برای بهتر برآوردن نیاز آنها دقیقاً عمل شود. با توجه به اهمیت موضوع، مقاله حاضر به بررسی وضعیت رضایت کنونی مشتریان از خدمات ارائه شده توسط یک شرکت وایمکس در ایران تلکام پرداخته است. مقاله حاضر به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ ماهیت توصیفی و به لحاظ روش پیمایشی است. جامعه آماری مشتریان یک شرکت ارائه دهنده وایمکس در ایران در سطح شهر تهران بودند که ۱۰۰ نفر با روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. با مطالعه ادبیات تحقیق پرسشنامه ای با ۲۰ سؤال در قالب طیف ۵ درجه ای لیکرت تنظیم شد. روایی صوری و محتوایی سؤالات با نظرسنجی از کارشناسان تأیید شد. ضریب آلفای کرونباخ سؤالات نیز بالاتر از ۰/۷۰ بدست آمد که بیانگر تأیید پایایی بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از فراوانی، میانگین، انحراف معیار و آزمون کی دو با کاربرد نرم افزار SPSS استفاده شد. بررسی ها نشان داد مشتریان دریافت کننده خدمات یک شرکت ارائه دهنده وایمکس در ایران از خدمات دریافتی رضایت دارند و در کل رضایت مشتریان در سطح قابل قبولی قرار دارد و تقریباً ۳۰٪ از نقطه بی تفاوتی مشتری بالاتر می باشد، که حداکثر نمره بالای بی تفاوتی ۴۰٪ بود. بر اساس نظرسنجی صورت گرفته به ترتیب موارد ذیل از بیشترین درصد مطلوبیت برخوردار بودند، سطح پوشش شبکه یک شرکت وایمکس در ایران، اطلاعات مفید بسته راه اندازی یک شرکت وایمکس در ایران، تعداد و فراوانی مطلوب مراکز عرضه یک شرکت وایمکس در ایران، کافی بودن تنوع مودم های یک شرکت وایمکس در ایران، اطلاعات مفید وب سایت یک شرکت وایمکس در ایران و ...

**واژه‌های کلیدی:** رضایتمندی، مشتری، کیفیت خدمات، یک شرکت ارائه دهنده وایمکس در ایران

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۶، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۹، صفحات ۱۴-۱