

عنوان مقاله:

تاثیر شرایط عاطفی کارکنان بر رضایت و وفاداری مشتریان با نقش واسط تفاهم (مورد مطالعه: مسافران ورودی و خروجی استفاده کننده از خدمات گمرک فرودگاه شهید هاشمی نژاد مشهد)

محل انتشار:

مجله تحقیقات بازاریابی نوین، دوره 4، شماره 4 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

آتنا قاسمی - موسسه آموزش عالی سناباد

مجتبی پورسلیمی - دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

مجتبی پورسلیمی - دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

حسن اسماعیلیان - دانشگاه آزاد نیشابور

سید محمدرضا حسینی مقدم - دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

مجتبی پورسلیمی - دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

از آن جا که هر مشتری دیدگاه ها و انتظارات خاص خود را از خدمت دارد، برای شناسایی مشخصه های اصلی و مهم رضایت از دید مشتریان باید نیازها و انتظارات مشترک مشتریان را در نظر گرفت. بدون شک سازمان هایی که سریعتر و بهتر از رقبا نیازها و خواسته های مشتریان را تشخیص داده و منطبق و بلکه فراتر از انتظارات مشتری خدمات خود را ارائه نماید پیروز این میدان خواهند بود. هدف از انجام این تحقیق بررسی تاثیر شرایط عاطفی کارکنان بر رضایت و وفاداری مشتریان با توجه به نقش واسط تفاهم می باشد. در این پژوهش شرایط عاطفی کارکنان در دو بعد ارزیابی احساسات مشتریان و کنترل احساسات مورد بررسی قرار گرفته است. روش تحقیق، توصیفی- پیمایشی و از نوع کاربردی است. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه استفاده گردیده و روایی و پایایی آن با استفاده از روایی محتوایی و سازه و همچنین آلفای کرانباخ مورد تایید قرار گرفت. جامعه آماری در این پژوهش مسافران ورودی و خروجی استفاده کننده از خدمات گمرک فرودگاه شهیدهاشمی نژاد مشهد می باشد. طرح نمونه گیری احتمالی بوده و از نوع نمونه گیری تصادفی ساده استفاده گردیده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای SPSS و LISREL استفاده شده و تحلیل داده های مربوط به ۳۸۴ نفر که به سوالات تحقیق پاسخ دادند حاکی از تایید نقش میانجی تفاهم در رابطه بین شرایط عاطفی کارکنان و رضایت مشتریان و نیز شرایط عاطفی کارکنان و وفاداری مشتریان است. به علاوه شرایط عاطفی کارکنان به طور مستقیم با تفاهم، رضایت مشتریان و وفاداری آن ها؛ تفاهم با رضایت مشتریان و وفاداری آن ها و همچنین رضایت با وفاداری مشتریان رابطه معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

شرایط عاطفی کارکنان، تفاهم، رضایت مشتریان، وفاداری مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1207100>



