

عنوان مقاله:

تاثیر رفتارهای مخرب مشتریان بر واکنش کارکنان خط مقدم در آژانس های گردشگری: نقش تعدیل گر رویکرد رفتاری مدیران و همکاران

محل انتشار:

فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی، دوره 5، شماره 4 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

معصومه جلیلی - کارشناسی ارشد گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

باقر عسگرنژاد نوری - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

ولی نعمتی - استادیار گروه مدیریت دولتی و گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

عادلہ دهقانی قهنویه - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر رفتارهای مخرب مشتریان بر واکنش کارکنان از جمله ترک خدمت، رضایت شغلی کارکنان خط مقدم با در نظر نقش تعدیلگر رویکرد رفتاری مدیران و همکاران در آژانس-های گردشگری شهر تهران می باشد. مطالعه پیش رو جهت جمع آوری داده ها از روش پیمایشی- روش همبستگی استفاده نموده است. جامعه آماری کلیه آژانس های مسافرتی شهر تهران که به نوعی درگیر با گردشگران و مشتریان می باشند. برای این منظور تعداد ۴۰۰ پرسشنامه پخش گردید که ۳۸۴ پرسشنامه جمع آوری شد. در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد به صورت غیرحضوری استفاده شده است و داده ها از طریق نرم افزار spss و lisrel مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. رفتارهای مخرب مشتریان بر احساسات شغلی (ناهماهنگی عاطفی و فرسودگی عاطفی) کارکنان تاثیر دارد و همچنین احساسات شغلی کارکنان بر قصد ترک شغل و رضایت شغلی تاثیر مستقیم دارد. بر اساس نتایج بدست آمده می توان گفت که رفتارهای مخرب مشتریان باعث افزایش ترک شغل و کاهش رضایت شغلی کارکنان می شود. رویکرد رفتاری مدیران، استفاده از هوش هیجانی و مشتری مداری به دنبال خنثی سازی این احساسات منفی در کارکنان و مشتریان باشند. همچنین باید در رویکرد رفتاری همکاران نیز همکاری را افزایش و رقابت ناسالم را کاهش داد. رفتارهای مخرب مشتریان می تواند بر احساسات منفی کارمندان اثر گذاشته و با در نظر داشتن اثر تعدیلگری هوش هیجانی، مشتری مداری، همکاری، رقابت باعث واکنش های رفتاری از جمله ترک شغل و رضایت شغلی شود.

کلمات کلیدی:

رفتار مخرب مشتریان، قصد ترک شغل، رضایت شغلی، رویکرد رفتاری مدیران، رویکرد رفتاری همکاران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1690272>

