

عنوان مقاله:

واکنش شکایت آمیز دانشجویان از خدمات موجود در دانشگاه در محیط های آنلاین و آفلاین (مورد مطالعه: دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی قزوین)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره 6، شماره 16 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

ابوالفضل تاج زاده نمین - دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

منیره محقق - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قزوین، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

رفتار شکایت آمیز مصرف کننده مبحثی بسیار مهم برای ادامه حیات هر شرکت است و توجه زیادی را در بخش خدمات به خود جلب کرده است. آگاهی از علل و عواقب این نوع رفتار به شرکت کمک می کند تا از یک فلسفه بازاریابی که نه تنها در راستای رضایت مصرف کننده می باشد، بلکه سعی در مدیریت عدم رضایت و رسیدگی به شکایات دارد استفاده کند. هدف از این پژوهش، بررسی مقایسه واکنش شکایت آمیز دانشجویان از خدمات دانشگاه در دو محیط آنلاین و آفلاین می باشد. لذا به بررسی و مقایسه تاثیر عواملی نظیر: نگرش مثبت نسبت به شکایت، احتمال وقوع نقص خدمات در آینده، میزان عدم رضایت از خدمات، اهمیت موقعیت، احتمال توفیق از طریق شکایت، هنجارهای فردی و ارزش شکایت بر قصد شکایت در هر دو محیط آنلاین و آفلاین پرداخته شده است. داده های تحقیق از طریق توزیع پرسشنامه بین دانشجویان دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، گردآوری شد و نتایج نشان داد که تاثیر متغیرهای ذکر شده به جز ارزش شکایت در محیط آفلاین بر قصد شکایت بزرگتر است و در مورد ارزش شکایت می توان اشاره کرد که تفاوت معناداری در دو محیط مشاهده نگردید. به عبارت دیگر، دانشجویان بیشتر تمایل دارند تا به صورت رو در رو و یا تلفنی اعتراض نمایند و در پایان پیشنهاد های کاربردی ارائه شده است که به شرکت های خدماتی و آموزشی کمک می نماید تا از طریق مدیریت موثر شکایات، به بهبود رضایت مصرف کنندگان نایل شوند.

کلمات کلیدی:

رفتار مصرف کننده، شکایت، نقص خدمات، محیط آنلاین، محیط آفلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/791902>

