

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تعاملی استراتژی های جبران شکست خدمات، نوع و شدت شکست خدمات بر بازیابی رضایت، بخشش عاطفی و عقلانی مشتری

## محل انتشار:

سیزدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

لادن قربانپور راکی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده شهید بهشتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اهواز، اهواز، ایران

امین موجودی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده شهید بهشتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اهواز، اهواز، ایران

## خلاصه مقاله:

یکی از کسب و کارهایی که بسیار در معرض شکست خدمات است، شرکت های هواپیمایی هستند. شرکت های هواپیمایی به لحاظ نوع خدماتی که عرضه می کنند و همچنین فرسودگی ناوگان هوایی کشور، ماهانه با تعداد شکایات بسیاری مواجه هستند. هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر تعاملی استراتژی های جبران شکست خدمات، نوع شکست خدمات و شدت شکست خدمات بر رضایت بازیابی شده، بخشش عقلانی، بخشش عاطفی و تمایل به تغییر ارائه دهنده خدمات در شرکت های هواپیمایی ایرانی است. پژوهش حاضر با توجه به هدف، کاربردی و با توجه به روش، تجربی است و از طرح عاملی  $3 \times 2 \times 2$  شامل استراتژی های جبران شکست خدمات (عذرخواهی، جبران خسارت، ترکیبی)، نوع شکست خدمات (شکست خدمات اصلی، شکست خدمات جانبی) و شدت شکست خدمات (زیاد، کم)، مجموعاً ۱۲ سناریو استفاده شده است. داده های پژوهش از طریق پرسشنامه مبتنی بر سناریو با کاربرد متن گردآوری شده است. در این مطالعه به تعداد هر یک از گروه های حاصل از طرح های عاملی تعداد ۳۰ نمونه آماری از جامعه آماری مسافران فرودگاه بین المللی اهواز به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از آزمون تحلیل واریانس چندمتغیره (مانووا) و نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد در شرایطی که نوع شکست خدمات اصلی باشد و شدت شکست خدمات نیز بالا باشد، به ترتیب استراتژی های ترکیبی (عذرخواهی و جبران خسارت مالی)، جبران خسارت مالی و عذرخواهی اثربخش هستند.

## کلمات کلیدی:

شکست خدمات، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، جبران شکست خدمات، بازیابی رضایت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1491116>

