

عنوان مقاله:

تاثیر واکنشها و رویه های سازمانی در قبال شکایات بر ابعاد عدالت ادراک شده توسط مشتریان (مطالعه موردی شرکتهای هواپیمایی)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

داوود سلیمانی - عضو هیئت علمی دانشگاه تهران

علی مهربانی کوشکی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشگاه تهران

عباس نیک نژاد - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

لازمه مشتری گرایی دریافت بازخورد از مشتریان است و شکایات مطرح شده یکی از بهترین شکلهای بازخور از طرف مشتریان به سازمان است. سازمانها به طرق مختلف می توانند با نارضایتی و شکایات صورت گرفته برخورد نمایند که نحوه برخورد تاثیر مهمی بر رضایت مشتریان خواهد گذاشت در این مقاله تاثیر واکنشها و رویه های سازمانی در قبال شکایات بر عدالت توزیعی رویه ای و تعاملی آزمون شد. جامه آماری این تحقیق مشتریان شرکتهای هواپیمایی می باشند که 171 نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند ابزار جمع آوری داده ها نیز پرسشنامه محقق ساخته با الهام از پرسشنامه کاراتیپ 2006 می باشد که روایی محتوی و پایایی آن مورد تأیید قرار گرفت. فرضیات تحقیق که با استفاده از رگرسیون چند متغییره مورد آزمون قرار گرفت. بیانگر این است که جبران خسارت وارده با عدالت توزیعی همچنین سرعت در پاسخگویی به شکایات با عدالت رویه ای و همدلی و تلاش با عدالت مراوده ای ارتباط مثبت دارد

کلمات کلیدی:

پاسخگویی به شکایات، عدالت توزیعی، عدالت رویه ای، عدالت مراوده ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/63648>

