



## شناسایی و اولویت بندی راهبردهای مدیریت وفاداری مشتریان (مسافران) شرکتهای خدمات گردشگری در شهرستان چابهار

سمیرا معین مهر

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان مسافران) شرکت های خدمات گردشگری در شهرستان چابهار می باشد. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و روش بررسی آن، توصیفی- تحلیلی و از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری آن را کلیه مشتریان شرکت های خدمات گردشگری شهرستان چابهار تشکیل داده اند. حجم نمونه به طور تقریبی ۸۰ نفر تعیین گردید که با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری پرسشنامه چانگک و همکاران (۲۰۰۸) بوده است. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، از روش آلفای کرونباخ استفاده شد، که مقدار آلفای آن برای کل پرسشنامه برابر ۰/۸۱ بدست آمده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داده است که: بین هزینه جابجایی مشتریان و میزان وفاداری آنها به شرکتهای خدمات گردشگری ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. بین تصویر ادراکی مشتریان از شرکتهای خدمات گردشگری و میزان وفاداری آنها به این شرکتهای رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. بین رضایتمندی مشتریان از شرکتهای خدمات گردشگری میزان وفاداری آنها به این شرکتهای رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. در آخر هم بین کیفیت خدمات شرکتهای خدمات گردشگری و میزان وفاداری آنها به این شرکتهای نیز ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد.

**کلمات کلیدی:** راهبرد، مدیریت وفاداری مشتریان، شرکتهای خدمات گردشگری، شهرستان چابهار