

تأثیر رضایت مشتریان در شرکت های کم هزینه هواپیمایی (استان کرمانشاه)

مهدی حسین پور^۱، مریم امینی^۲،

^۱ استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه رازی کرمانشاه

^۲ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل دانشگاه آزاد کرمانشاه (نویسنده مسئول)

چکیده

در این تحقیق رضایت مشتری و پیشینه ها و پیامدهای آن را در زمینه صنعت هواپیمایی مورد بررسی قرار گرفت و همچنین با استفاده از روش تحقیق کیفی می توان از ۳۸ نفر از مسافران مصاحبه براساس پروتکل تحقیقاتی انجام شد، حاصل این مصاحبه ها، مجموعه ای از مضامین اولیه بود که طی فرایند کدگذاری باز، گردآوری و از درون آنها مقوله هایی استخراج شد؛ سپس در مرحله کدگذاری محوری، پیوند میان این مقوله ها ذیل عناوین: شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، عوامل زمینه ای، شرایط مداخله گر و پیامدهای نشاط کارکنان در قالب پارادایم کدگذاری محوری تعیین شد؛ در ادامه و در مرحله کدگذاری انتخابی نیز، سیر داستان ترسیم گردید. با استفاده از جمع آوری داده ها و اطلاعات از مشتریان و رضایت آنها در مورد روابط میان ملزومات خطوط هوایی، کیفیت پرسنل، رضایت از خطوط هوایی، قصد خرید مجدد و قصد توصیه به دیگران و خرید خطوط هوایی مورد بررسی قرار گرفت. یافته های پژوهش نشان داد که مؤلفه های کیفی و کیفیت پرسنل بر رضایت تأکید دارند و رضایت از نظریات به بازپرداخت و پیشنهادات مثبت بود.

واژه های کلیدی: رضایت مشتری، کیفیت خدمات، کیفیت پرسنل، رضایت شغلی