

عوامل اثرگذار بر وفاداری مشتریان در سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (سیستم حمل و نقل ریلی رجا)

سارایشیان

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری و اطلاعات گرایش سیستم‌های اطلاعاتی

در سال‌های اخیر، یکی از مهمترین استراتژی‌ها برای سازمان‌های خدماتی، رویکرد مشتری‌مداری می‌باشد، به نحوی که سبب ایجاد ارزش برای آنها شده و منجر به شکل‌گیری مشتریان وفادار گردد. اهداف یک سازمان باید به گونه‌ای باشد که بیش از هر چیزی به نیازهای مشتریان توجه کند و عملکرد خود را بر اساس رضایتمندی و در نهایت وفاداری بنیان‌گذاری نماید. امروزه هیچ موسسه‌ای نمی‌تواند ادامه حیات دهد مگر اینکه بتواند تعداد کافی از مشتریانی آگاه و نکته‌سنج را جذب و نگهداری کند. بنابراین تلاش در راه حفظ و نگهداری مشتریان مورد توجه تمام سازمان‌ها است و انجام هر نوع پژوهشی که باعث شود مشتری محوری به مدیران سازمان‌ها گوشزد شود از اهمیت خاصی برخوردار است. مسأله وفاداری مشتریان یک مسأله مهمی برای سازمان است که تحت تأثیر عوامل گوناگونی می‌باشد. هدف از این پژوهش بررسی نقش عوامل اثرگذار بر وفاداری مشتریان در سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (سیستم حمل و نقل ریلی رجا) است.

وجود یک مدیریت یکپارچه و قوی موجب می‌گردد که تناسبی بین انتظارات مشتری و خدمات ارائه شده بوجود آمده و رضایت مشتری جلب گردیده و در نهایت به وفادار شدن مشتری منجر گردد. مطالعه و بررسی مدیریت ارتباط با مشتری موجب می‌گردد که مسئولان و مدیران سیستم حمل و نقل ریلی رجا، با انتظارات و توقعات مسافران آشنا شده و نسبت به ارائه خدمات بیشتر و بهتر الکترونیکی و حضوری اقدام نمایند و موجبات رضایت هرچه بیشتر مشتریان و وفادار نمودن آنان را فراهم آورند در سال‌های اخیر در سازمان‌های مختلف عوامل موثر بر وفاداری مشتریان مورد بررسی قرار گرفته و سعی در جذب و نگهداری مشتریان وفادار شده و در نهایت به وفاداری مشتریان وفادار شده و نسبت به ارائه خدمات بیشتر و بهتر الکترونیکی و حضوری اقدام نمایند و موجبات رضایت هرچه بیشتر مشتریان و وفادار نمودن آنان را فراهم آورند در سال‌های اخیر در سازمان‌های مختلف عوامل موثر بر وفاداری مشتریان مورد بررسی قرار گرفته و سعی در جذب و نگهداری مشتریان وفادار شده و در نهایت به وفاداری مشتریان وفادار شده و نسبت به ارائه خدمات بیشتر و بهتر الکترونیکی و حضوری اقدام نمایند و موجبات رضایت هرچه بیشتر مشتریان و وفادار نمودن آنان را فراهم آورند

دکتر امین حکیم

دکتری تخصصی مدیریت سیستم‌ها گرایش فناوری اطلاعات، استادیار دانشگاه تهران

کشور انجام نپذیرفته است و خلاء چنین پژوهشی احساس می‌گردد. بنابراین محقق در پی احساس این خلاء تصمیم به بررسی عوامل اثرگذار بر وفاداری مشتریان در سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (سیستم حمل و نقل ریلی رجا) گرفته است. امید است با انجام این تحقیق گامی کوچک در این زمینه برداشته شود.

یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که: عوامل قیمت، رفتار کارکنان، کیفیت خدمات، محیط فیزیکی، رضایت مشتری، مشتری‌مداری، مدیریت ارتباط با مشتری و امکانات رفاهی از عوامل موثر بر وفاداری مسافران می‌باشند. همچنین نتایج نشان داد که وفاداری مشتریان بر سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مستقیم و معناداری دارد. وضعیت سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتریان در سیستم حمل و نقل ریلی رجا بالاتر از حد متوسط می‌باشد. همچنین وضعیت وفاداری مشتریان، در سیستم حمل و نقل ریلی رجا نیز بالاتر از حد متوسط می‌باشد. نتایج حاکی از این است که، تمام ۸ عامل نامبرده از عوامل اثرگذار بر وفاداری مشتریان بر اساس اولویت بصورت زیر می‌باشد:

قیمت

حمل و نقل عمومی به ویژه در بخش ریلی و جاده‌های علاوه بر صرفه اقتصادی برای خانوارهای کم درآمد و متوسط، از امنیت بالایی هم برخوردار است بنابراین گران کردن بلیت‌های این حوزه زمینه ساز وارد شدن ضرر و زیان بسیاری به اقشار متوسط و کم درآمد جامعه خواهد شد.

کیفیت خدمات

بنابراین می‌توان چنین بیان داشت که کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان از دیدگاه مسافران حمل و نقل ریلی رجا تأثیر دارد و هر چقدر کیفیت خدمات بهبود یابد و بهتر شود به تناسب آن میزان وفاداری نیز افزایش خواهد یافت.

با توجه به هزینه‌های پرداختی خواهان دریافت خدمات مناسب می‌باشد. اگر مسافری با توجه به هزینه پرداختی و وعده‌های داده شده، خدمات مناسبی دریافت ننماید ناراضی گردیده و از روش‌های دیگر حمل و نقل استفاده خواهد نمود. بنابراین سیستم حمل و نقل ریلی باید خدمات مورد نیاز مسافران را به بهترین نحو ارائه نماید.

محیط فیزیکی

با توجه به طولانی بودن مسیر قطارها و همچنین کم بودن سرعت حرکت قطار نسبت به اتوبوس و هواپیما، مسافر ساعات زیادی را در قطار می‌ماند، بنابراین وجود کویچه‌های با سلیقه و خوب و دارای تهویه متنوع می‌تواند از مشکلات ناشی از سفر بکاهد.

سیستم مدیریت ارتباط با مشتری

سازمان با داشتن یک مدیریت ارتباط با مشتری خوب و سالم و اجرای تحلیل‌های پیشرفته و اطمینان از یکپارچه سازی داده‌ها در سراسر سازمان، می‌تواند خدمات الکترونیکی را با بهترین کیفیت و اطلاعات خوب و جامع ارائه نماید و موجب جلب رضایت مشتریان گردد.

رضایت مشتری

با توجه به ظهور سیستم‌های جدید حمل و نقل و افزایش شدت رقابت میان آنها، مشتری‌مداری و جلب رضایت مشتری را میتوان تدبیری برای حل این معضل دانست.

مشتری‌مداری (جلب رضایت)

سیستم‌های حمل و نقل برای رقابت در محیط متلاطم امروز ناچار به توجه ویژه به وفاداری مشتریان خود هستند. این امر ماندگاری بیشتر مشتریان، جذب مشتریان جدید و بهبود عملکرد مالی و سودآوری را به دنبال

خواهد داشت.

رفتار کارکنان

عوامل رفتاری کارکنان از قبیل همدلی کارکنان با مشتریان، قابل اعتماد بودن کارکنان، مسئولیت‌پذیری کارکنان و ضمانت خدمات اجرایی موجب رضایت مشتریان می‌گردد. سیستم حمل و نقل ریلی رجا با انتخاب کارکنان متعهد و دارای اخلاق و رفتار مناسب سعی در جذب و ایجاد رضایت در مشتریان خود می‌گردد.

جمع‌بندی نتایج

در پژوهش حاضر به بررسی نقش عوامل اثرگذار بر وفاداری مشتریان در سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (سیستم حمل و نقل ریلی رجا) پرداخته شده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نظر ماهیت توصیفی-پیمایشی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها از نوع میدانی است. جامعه آماری این پژوهش مسافران شرکت حمل و نقل رجا می‌باشد. که نامحدود در نظر گرفته شده است. نمونه آماری با توجه به فرمول کوکران و با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تعداد ۳۸۴ نفر انتخاب گردیده است. جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. روایی پرسشنامه توسط استاد راهنما و اساتید متخصص مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن نیز توسط آزمون آلفای کرونباخ، ۰،۷۰۷ محاسبه گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو قسمت آمار توصیفی (میانگین، نمودار، فراوانی و...) و آمار استنباطی (آزمون کلموگوروف اسمیرنوف و آزمون دو جمله ای، آزمون علامت، آزمون فریدمن، آزمون رگرسیون، آزمون تی تک‌نمونه‌ای) انجام پذیرفت. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که: عوامل قیمت، رفتار کارکنان، کیفیت خدمات، محیط فیزیکی، رضایت مشتری، مشتری‌مداری، مدیریت ارتباط با مشتری و امکانات رفاهی از عوامل موثر بر وفاداری مسافران می‌باشند. همچنین نتایج نشان داد که وفاداری مشتریان بر سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری تأثیر مستقیم و معناداری دارد. وضعیت سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتریان در سیستم حمل و نقل ریلی رجا بالاتر از حد متوسط می‌باشد. همچنین وضعیت وفاداری مشتریان، در سیستم حمل و نقل ریلی رجا بالاتر از حد متوسط می‌باشد.