

## عنوان مقاله:

ارائه مدل نقش روابط عمومی در تبادل اجتماعی کارکنان با مشتری بر خدمات ارائه شده به مشتری با نقش میانجی مشتری مداری (مورد مطالعه: هتل‌های توریستی اصفهان)

## محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی رویکردهای نوین روابط عمومی ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

مجید اوقانیان - دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

مریم اشتر - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی نجف آباد، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

این پژوهش که با هدف « بررسی تاثیر تبادل اجتماعی کارکنان با مشتری بر خدمات ارائه شده به مشتری با نقش میانجی مشتری مداری در هتل‌های توریستی اصفهان » انجام گرفته است؛ از نظر روش، توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی با ماهیت کاربردی و از لحاظ زمانی مقطعی می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه کارکنان هتل‌های توریستی اصفهان است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۱۷۰ نفر به روش در دسترس به عنوان نمونه آماری انتخاب شد. ابزار اندازه گیری تحقیق، پرسشنامه ای استاندارد برای متغیرها تبادل اجتماعی کارکنان با مشتریان، مشتری مداری و خدمات ارائه شده به مشتریان بود که برای اندازه گیری روایی پرسشنامه ها از روش صوری و محتوایی و برای تعیین پایایی آن آلفای کرونباخ محاسبه گردید که مقدار آن برابر ۰.۸۴۱ برآورد گردید. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزارهای Spss۲۶ و Amos۲۴ انجام شد. آزمون فرضیات از روش معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد در هتل‌های توریستی اصفهان تبادل اجتماعی کارکنان با مشتریان بر مشتری مداری و خدمات ارائه شده به مشتریان (خدمات تعیین شده و خدمات فوق العاده) تاثیر دارد. همچنین با روش بارون و کنی نشان داده شد که مشتری مداری در رابطه بین تبادل اجتماعی کارکنان با مشتریان و خدمات ارائه شده به مشتریان نقش میانجی دارد.

## کلمات کلیدی:

خدمات ارائه شده به مشتری، تبادل اجتماعی کارکنان با مشتری، مشتری مداری، هتل‌های اصفهان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1431728>

