

عنوان مقاله:

مدل سازی تاثیرپذیری تجربه مشتری از نمای خدمت در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه

محل انتشار:

دوماهنامه بررسی های بازرگانی، دوره 20، شماره 115 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سمیه ناصرامینی جلودارلو - دکتری مدیریت بازرگانی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

صمد عالی - استادیار گروه مدیریت، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر ارائه مدل برای تاثیرپذیری تجربه مشتری از نمای خدمت در مراحل مختلف چرخه عمر رابطه در صنعت هتلداری است. پژوهش حاضر از لحاظ نوع، پژوهش آمیخته و از لحاظ هدف، توسعه ای و کاربردی است. در بخش کیفی، راهبرد تحلیل، محتوای کیفی و در بخش کمی پژوهش از نظر روش انجام، توصیفی- پیمایشی است. برای تحلیل کیفی ۶۰ مقاله بر اساس اشباع نظری داده ها به صورت هدفمند انتخاب شد. برای تحلیل داده های کیفی از فرایندهای ویژه تحلیل محتوا با نرم افزار مکس کیو دی ای استفاده شد. در بخش کمی مشتریان وفادار هتل های چهار و پنج ستاره شمال غرب ایران، با پرسشنامه در تحقیق مشارکت کردند. برای انتخاب نمونه آماری از روش نمونه گیری در دسترس استفاده شد. فرضیه های تحقیق با استفاده از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری و نرم افزار ایموس مورد آزمون قرار گرفت. یافته های تحقیق نشان داد که ابعاد و مولفه نمای خدمت شامل ویژگی های فیزیکی و رفتاری است. ویژگی های فیزیکی و رفتاری بر تجربه مشتری تاثیر مثبت دارد. چرخه عمر رابطه نقش تعدیلگری در رابطه بین ویژگی رفتاری و تجربه مشتری دارد.

کلمات کلیدی:

تجربه مشتری / چرخه عمر رابطه / صنعت هتلداری / نمای خدمت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1602804>

