

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر شاخص های کیفیت خدمات در آژانس های گردشگری جنوب شهر اصفهان

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 5، شماره 14 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

امیرحسین شریعتی - عضو هیات علمی دانشکده مدیریت دانشگاه شیخ بهایی

نادیا فروزان - کارشناس مدیریت جهانگردی دانشگاه شیخ بهایی

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر به بررسی عوامل موثر بر شاخصهای کیفیت خدمات در آژانسهای گردشگری جنوب شهر اصفهان پرداخته و هدف آن بررسی تاثیر عواملی مانند: 1) ویژگی های محصول (خدمت)، 2) پاسخگو بودن، 3) همدردی، 4) قابلیت اطمینان، 5) مدیریت ارتباط با مشتری، 6) وضعیت ظاهری، 7) قیمت، 8) تکنولوژی، 9) توزیع، 10) ترفیع، 11) اعتبار و 12) تضمین بر کیفیت خدمات در آژانسهای گردشگری جنوب شهر اصفهان میباشد. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان فعلی آژانسهای گردشگری جنوب شهر اصفهان میباشد. با کمک آزمون T فرضیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند و همگی در سطح اطمینان 95% تایید شدند. علاوه بر آزمون T، جهت تکمیل نتایج تحقیق از آزمونهای دیگری از قبیل ANOVA، توکی، T مستقل، فریدمن و ضریب همبستگی نیز استفاده شده است. براساس نتایج حاصل از آزمون ANOVA، افراد کمتر از 20 سال تاثیر عامل ویژگیهای محصول (خدمت) را بر شاخصهای کیفیت خدمات کمتر از افراد دیگر ارزیابی کرده اند. افراد باتحصيلات دیپلم و پایینتر تاثیر عامل ترفیع بر شاخصهای کیفیت خدمات را بیشتر از ارزیابی کردند همچنین پاسخدهندگان زن تاثیر ویژگی های خدمت بر افزایش کیفیت خدمات را بیشتر از مردان و پاسخدهندگان متاهل نسبت به مجردها تاثیر عامل قابلیت اطمینان بر کیفیت خدمات را بالاتر ارزیابی کردند. رتبه بندی عوامل براساس آزمون فریدمن به ترتیب عبارتند از: 1- پاسخگو بودن 2- قابلیت اطمینان 3- اعتبار 4- تضمین 5- همدردی 6- محصول 7- وضعیت ظاهری 8- قیمت 9- تکنولوژی 10- توزیع 11- مدیریت ارتباط با مشتری و 12- ترفیع. بالاترین ضریب همبستگی میان عوامل را تکنولوژی و توزیع با مقدار 837/0 در اختیار دارند.

کلمات کلیدی:

، سروکوال، مدیریت ارتباط با مشتری رضایت مشتری، کیفیت خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/603161>

