

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری به نام تجاری از دیدگاه مصرف کننده در صنعت هتلداران شیروان

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی یافته های نوین در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و بانکداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

یونس کاظمی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشکده مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان، ایران

حسینعلی بهرام زاده - مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان، ایران

علی اکبر پور احمد - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیروان، ایران

خلاصه مقاله:

هتلداری با مشتری مداری عجین است. امروزه، تشدید رقابت در حوزه های تولیدی و خدماتی در سراسر دنیا مشاهده می شود. افزایش رقابت در حوزه خدمات، در صناعی چون هتلداری، بانکداری، بیمه و ... کاملا مشهود است و این عامل حفظ مشتریان و افزایش وفاداری آنها را در این فضا روزه روز مشکل تر می کند. بنابراین تامین کیفیت خدمات چالش اصلی و آتی شرکت های فعال در این حوزه خواهد بود. با این وجود تامین رضایت مشتری به ویژه در حوزه خدمات در گرو ارایه خدمات با کیفیت است. هدف از مطالعه حاضر بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری به نام تجاری از دیدگاه مصرف کننده در صنعت هتلداران شیروان می باشد جامعه آماری تحقیق حاضر مصرف کنندگان از هتل جهانگردی در شهرستان شیروان بودند و نرم افزار مورد استفاده spss23 بود. یافته های پژوهش بدین صورت بودند که با افزایش کیفیت خدمات ارایه شده، وفاداری به نام تجاری هتل افزایش می یابد یعنی در واقع دو متغیر با یکی دیگر رابطه دارند.

کلمات کلیدی:

برند، ارزش نام تجاری، کیفیت خدمات، هتلداری، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/837521>

