

عنوان مقاله:

تاثیر نوآوری خدمات بر عملکرد آژانس های مسافرتی در شهر تهران: نقش میانجی کیفیت خدمات و رضایت مشتری

محل انتشار:

فصلنامه گردشگری شهری، دوره 6، شماره 2 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

حسین مختاری -

مرتضی اکبری -

محمد علی مرادی -

خلاصه مقاله:

تشدید رقابت بین المللی، تسریع سیر تکاملی فناوری و انتظارات بیشتر و کامل تر مشتریان، باعث ایجاد چالش بی سابقه در بخش خدمات و تغییر در محیط کسب و کار جهانی شده است. از این رو در پاسخ به چالش ناشی از جهانی شدن خدمات، شدت یافتن رقابت در بازار و افزایش انتظارات مشتریان، شرکت های خدماتی به طور فزاینده ای توسعه ی خدمات جدید را به عنوان یک هدایت کننده رقابتی برای افزایش درآمد و جذب مشتری جدید به کار گرفته اند. این مطالعه به بررسی تاثیر نوآوری خدمات بر عملکرد آژانس های مسافرتی با توجه به نقش میانجی کیفیت خدمات و رضایت مشتری در شهر تهران می پردازد. تحقیق به صورت پیمایشی و همبستگی انجام شد. جامعه آماری پژوهش مدیران آژانس های مسافرتی شهر تهران بودند که تعداد 179 نمونه به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار تحقیق پرسشنامه ای استناد دارد بود که داده های حاصل با نرم افزار SPSS و PLS تحلیل شدند. یافته ها نشان داد که نوآوری خدمات تاثیر مستقیم و مثبتی بر عملکرد غیرمالی آژانس های مسافرتی در شهر تهران (198/0) دارد. همچنین نتایج نشان داد نوآوری خدمات به واسطه متغیر میانجی کیفیت خدمات نیز تاثیر غیرمستقیم مثبت و معناداری بر عملکرد غیرمالی آژانس های مسافرتی در شهر تهران (211/0) دارد. در نهایت نوآوری خدمات به واسطه متغیرهای میانجی کیفیت خدمات و رضایت مشتری نیز تاثیر غیرمستقیم مثبت و معناداری بر عملکرد غیرمالی آژانس های مسافرتی در شهر تهران (192/0) دارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری خدمات، کیفیت خدمات، رضایت مشتری، عملکرد شرکت، آژانس مسافرتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1038398>

