



موسسه آموزش عالی تاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد "MA" در رشته مدیریت بازرگانی - بین الملل

عنوان:

تأثیر محیط خدمت و کیفیت خدمات بر تمایلات رفتاری مشتریان

(مورد مطالعه: هتل های چهار و پنج ستاره شهر تهران)

استاد راهنما:

دکتر محمد حسن کارگر

استاد مشاور:

دکتر پرویز نصیری

نگارنده:

ساناز سلیقه خواه

تابستان ۱۳۹۷

چکیده

برای مشتریانی که از یک خدمت استفاده می‌کنند، محیط خدمت اولین جنبه خدمت است که توسط مشتری درک شده است و در این مرحله، مصرف‌کنندگان احتمالاً برداشت‌هایی از سطح خدمات دریافت می‌کنند، در این پژوهش قصد بر آن است عوامل مؤثر بر تمایلات رفتاری مشتریان شناخته گردد و راهکارهایی به منظور تمایلات رفتاری مشتریان از طریق بهبود محیط خدمات و کیفیت خدمات ارائه گردد.

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، به لحاظ نحوه جمع‌آوری داده‌ها پیمایشی از نوع مقطعی و به جهت بررسی روابط بین متغیرها همبستگی است. جامعه آماری کلیه مشتریان هتل‌های چهار ستاره و پنج ستاره در شهر تهران می‌باشد، به منظور جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بصورت تصادفی ساده میان مشتریان هتل‌ها توزیع گردید، روایی و پایایی پرسشنامه به ترتیب از طریق روایی محتوا و آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت، فرضیه اصلی پژوهش، محیط خدمت بر تمایلات رفتاری با نقش میانجی کیفیت کلی خدمات و کیفیت خدمات کارکنان تأثیر دارد، می‌باشد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با کمک معادلات ساختاری نشان داد که محیط خدمات بر کیفیت خدمات، کیفیت کلی خدمات، تمایلات، کیفیت خدمات کارکنان بر کیفیت کلی خدمات و کیفیت کلی خدمات بر تمایلات رفتاری تأثیر دارد.

کلمات کلیدی: کیفیت خدمات کارکنان، کیفیت کلی خدمات، محیط خدمات، تمایلات رفتاری

Abstract:

For customers using a service, the service environment is the first aspect of the service that is perceived by the customer, and at this stage, consumers are likely to receive customer-level impressions, thus affecting the behavioral patterns of customers, and solutions for tendencies

The behavior of customers through improving the service environment and the quality of services is provided. The current research is applied in terms of the purpose of collecting data in a cross-sectional survey and correlating the relationships between variables. The statistical population of all four-star and five star hotel customers in Tehran was located. In order to collect data, a randomly distributed questionnaire was distributed among hotel customers.

Validity and reliability of the questionnaire were confirmed through content validity and Cronbach's alpha, respectively. The main hypothesis of the research is that the environment of serving behavioral tendencies is mediated by the overall quality of service and the quality of service provided by employees. The results of data analysis with the help of structural equations showed that the service

environment was based on service quality, overall service quality, tendencies. The quality of service staff affects overall quality of service and overall service quality on behavioral inclinations.

Keywords: Quality of service staff, overall service quality, service environment, behavioral tendencies



Takestan Higher Education Institute

Dissertation submitted to graduate studies office in partial Fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Arts In Management

Title

**The effect of service environment and service quality on
customer behavioral intentions (case study: four and five
stars hotels Tehran)**

Supervisor

Dr. Mohamad Hasan Kargar

Advisor

Dr. Parviz Nasiri

By

Sanaz Saligheh Khah

Summer 2018