

## عنوان مقاله:

ارزیابی رابطه ی بین فرآیند خلق دانش، مشتری مداری و عملکرد هتل (مطالعه موردی : هتل های شهر یزد)

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسنده:

فرید سوری - گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و بازاریابی، امریکن لیبرتی یونیورسیتی ایالت کالیفرنیا شهر لس آنجلس

## خلاصه مقاله:

زمینه و هدف. امروزه دنیای کسب و کار بر پایه مشتری مداری و رضایت مندی مشتریان استوار است به گونه ای که گسترش و ارایه خدمات بدون در نظر گرفتن این اصل نه تنها مشکل بلکه غیر ممکن می باشد. سازمان های مشتری مدار جمله همیشه حق با مشتری است را در سرلوحه برنامه های خویش می دانند. با توجه به رقابت بسیار شدید در سطح تمام شرکت ها و فعالیت ها ، جذب و حفظ مشتریان اهمیت فوق العاده ای یافته است ؛ از این رو بررسی ب این مبحث می تواند دارای جذابیت باشد . پس هدف پژوهش حاضر ارزیابی رابطه ی بین فرآیند خلق دانش ، مشتری مداری و عملکرد هتل (مطالعه موردی : هتل های شهر یزد ) می باشد . روش بررسی. جامعه آماری این تحقیق مشتریان هتل های سطح شهر یزد در دوره زمانی دی تا بهمن 1398 بوده و تعداد 328 پرسشنامه بین آنان توزیع گردید که در نهایت از این تعداد ، 290 پرسشنامه تکمیل شده گردآوری شد. داده های گردآوری شده به کمک نرم افزار SPSS نسخه 23 و با استفاده از آزمون های همبستگی و رگرسیون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته ها . یافته های حاصل از تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش نشان داد که مشتری مداری بر عملکرد تاثیرگذار است. هم چنین سایر نتایج نشان دادند که مشتری مداری بر فرآیند خلق دانش تاثیرگذار است. در نهایت شواهدی یافت گردید مبنی بر این که فرآیند خلق دانش بر عملکرد تاثیرگذار است. نتایج با توجه به نتایج حاصله می توان استنباط نمود که این نتایج برای مدیران این حقیقت را روشن می سازد که آنها با سرمایه گذاری بر روی مشتری مداری و فرآیند خلق ارزش، می توانند عملکرد سازمان خود را بهبود بخشیده و به یک مزیت رقابتی نیز دست یابند.

## کلمات کلیدی:

مشتری مداری، فرآیند خلق دانش، مزیت رقابتی، رضایت مشتری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1022903>

