

عنوان مقاله:

بررسی اثر بخشی هوشمندی رقابتی در بهبود فروش بلیط شرکت های هواپیمایی براساس جغرافیای منطقه ای (مطالعه موردی: شرکت هواپیمایی ماهان)

محل انتشار:

فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه ای، دوره 6، شماره 22 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

مجتبی شمس نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه پیام نور واحد تهران غرب، تهران، ایران

محمد تقی امینی - عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه توسعه و تاثیر روز افزون مباحث مدیریتی، بویژه اثربخشی برخورداری از انواع هوشمندی در سازمان ها، منجر به تحولات بنیادین در برنامه های استراتژیک سازمان ها شده است. در این پژوهش تلاش بر آن است که به بررسی میزان برخورداری از هوشمندی رقابتی در فروش بلیط شرکت های هواپیمایی (مطالعه موردی هواپیمایی ماهان) و اثربخشی آن در فروش بلیط پرداخته شود. این پژوهش جز پژوهشهای توصیفی، پیمایشی بوده و پرسشنامه پژوهشگر ساخته بوده و الفای کرانباخ برای دو بخش پرسشنامه ۰.۸۸۰ و ۰.۷۸۴ به دست آمده است. در این پژوهش با بهره گرفتن از آزمونهای از جمله، آزمون تک نمونه ای t، فریدمن، تحلیل عاملی و ضریب همبستگی پیرسون به آزمون فرضیه ها پرداخته شده است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که ارتباطی مثبت بین بهره مندی از هوشمندی رقابتی و افزایش فروش بلیط شرکت هواپیمایی ماهان وجود دارد. همچنین با توجه به نتایج حاصل از آزمون های انجام شده، مشتری مداری، بکارگیری فناوری های روز دنیا و مقولات اجتماعی (بخشی از هوشمندی استراتژیک و اجتماعی) بیشترین تاثیر را در افزایش فروش بلیط دارند. در عین حال، عوامل منابع انسانی و انجام فعالیت های تحقیق و توسعه کم اهمیت ترین عوامل اثر گذاری بر فروش بلیط در شرکت هواپیمایی ماهان هستند.

کلمات کلیدی:

هوشمندی رقابتی، جهت گیری استراتژیک بازاریابی، مزیت رقابتی، هزینه گزینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1400787>

