

عنوان مقاله:

ارائه یک مدل جدید عملکرد کسب و کار در صنعت هتل داری با بررسی مولفه های نوآوری باز کیفیت خدمات هتل و استراتژی بازاریابی

محل انتشار:

سومین همایش ملی و دومین همایش بین المللی پایداری کسب و کار (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

آزاده سادات ناصری - دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت، بازرگانی گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، دانشکده مدیریت،
ایران

هما درودی - دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

این روزها سازمانها به جای توسعه و بازاریابی محصولات جدید در بازار به سمت تجاری سازی پیش می روند. بنابراین نوآوری باز در این عصر مبتنی بر صنعت از اهمیت زیادی برخوردار است. در این مقاله نوآوری باز به عنوان یک ابزار استراتژیک برای بهبود نوآوری خدمات و عملکرد سازمانی صنعت هتلداری در ایران بررسی گردید. در این پژوهش مدل جدیدی در عملکرد کسب و کار هتلها با بررسی مولفه های نوآوری باز کیفیت خدمات هتل و استراتژی بازاریابی ارائه شد. روش این پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی بوده و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق مدیران ۲۰۱ هتل کوچک و بزرگ در سطح کشور بوده و روش نمونه گیری تحقیق از نوع تصادفی ساده است. روایی ابزار تحقیق از نوع روایی همگرا بوده و از رابطه فورنل و لارکر برای سنجش همگرایی استفاده شد جهت بررسی روایی محتوا از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد برای سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب پایایی مرکب و میانگین واریانس مستخرج استفاده شد که ضریب حاصل برای تک تک مولفه ها بیشتر از ۰/۷ گزارش شد. یافته های تحقیق نشان داد که نوآوری باز عامل اصلی افزایش عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری در ایران است و برای بهبود عملکرد سازمانی ضروری است همچنین فناوری اطلاعات و ارتباطات با دانش بیرونی و نوآوری درونی رابطه معناداری دارد که نشان دهنده رابطه مستقیم مدیریت دانش با فناوری اطلاعات و ارتباطات است. از دیگر نتایج تحقیق رابطه مثبت بین مدیریت دانش و فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

کلمات کلیدی:

استراتژی، بازاریابی، نوآوری باز، کیفیت خدمات، صنعت هتلداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1645121>

