

عنوان مقاله:

تاثیر فعالیت های مدیریت منابع انسانی بر وفاداری مشتریان در صنعت هتلداری با رویکرد چند سطحی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، دوره 11، شماره 21 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

زهرا نیکخواه فرخانی - دانشگاه بجنورد

محمد شیخ زاده - دانشگاه بجنورد

خلاصه مقاله:

وفاداری مشتریان همواره یکی از مهمترین دغدغه های مدیران هتل بوده است. هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی تاثیر فعالیت-های مدیریت منابع انسانی بر وفاداری مشتریان با رویکرد چند سطحی است. جامعه آماری این پژوهش مدیران، کارکنان و مشتریان هتل های چهار و پنج ستاره شهر مشهد هستند. نمونه آماری در سطح سازمان ۳۴ نفر از مدیران و در سطح کارکنان ۱۴۰ نفر از کارکنان هتل های مذکور و در ۲۴۰ مشتری در سطح مشتریان می باشد. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد است؛ به طوری که برای سنجش فعالیت های مدیریت منابع انسانی از پرسشنامه ۱۲ سوالی سام (۲۰۰۸)، برای سنجش رضایت و وفاداری کارکنان از پرسشنامه ۱۷ سوالی الرفیعی و همکاران (۲۰۱۳) و برای سنجش رضایت و وفاداری مشتریان از پرسشنامه ۱۳ سوالی گریگوردیس و سیسکاس (۲۰۱۰) استفاده شده است. جهت سنجش روایی پرسشنامه ها از شیوه روایی محتوا و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ بهره گرفته شد. جهت تحلیل داده ها از نرم افزارهای HLM و SPSS ۷.۰۲ بهره گرفته شد. نتایج بیانگر تاثیر فعالیت های مدیریت منابع انسانی بر رضایت و وفاداری کارکنان و از آن طریق بر رضایت و وفاداری مشتریان می باشد. همینطور رضایت مشتریان از کیفیت خدمات ارائه شده در هتل بر وفاداری آنها تاثیرگذار است. در نهایت مدیران فعال در صنعت هتلداری می توانند با تاکید بر فعالیت های مدیریت منابع انسانی و تلاش در جهت بالندگی کارکنان، علاوه بر بهبود رضایت و وفاداری آنها، وفاداری مشتریان هتل را افزایش داده و در بلندمدت از طریق کاهش هزینه های بازاریابی موجبات سودآوری هتل ها را فراهم نماید.

کلمات کلیدی:

فعالیت های مدیریت منابع انسانی، وفاداری مشتریان، تجزیه و تحلیل چندسطحی، صنعت هتلداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1882839>

