

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر مهارت های ارتباطی بر بازاریابی داخلی و رابطه آن با اثربخشی سازمان مطالعه موردی: هتل های پنج ستاره ایران

## محل انتشار:

اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

## نویسندگان:

محمد فاریابی - استادیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و بازرگانی دانشگاه تبریز

احمد اکبری دیباور - مدرس دانشگاه سازمان مدیریت صنعتی تبریز

بابک یحیی پور - دانش آموخته مدیریت اجرایی دانشگاه سازمان مدیریت صنعتی تبریز

سپیده قنبری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت MBA دانشگاه تبریز

## خلاصه مقاله:

امروزه از مهم ترین عوامل برای سازمان های خدماتی به ویژه در صنعت توریسم، کیفیت خدمات است تا از این طریق بتوانند مشتریان خود را حفظ کرده و مشتریان جدید جذب نمایند. این پژوهش به بررسی تأثیر مهارت های ارتباطی بر بازاریابی داخلی و تأثیر آن بر اثربخشی سازمانی می پردازد. بدین منظور به جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه پرداخته شد. پس از جمع آوری داده ها، تجزیه و تحلیل آن ها به روش ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه همزمان با استفاده از نرم افزار SPSS-20 و LISREL-8.8 انجام شد. به منظور تبیین روابط علی متغیرهای مستقل با میزان اثربخشی سازمانی نیز از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. در نتایج به دست آمده مشاهده شد مهارت شنود اثر مثبت و معنی داری در پیشگویی بازاریابی داخلی و همچنین اثربخشی سازمانی دارد. سطح  $RMSEA = 0/044$  در مدل تحلیل مسیر، بیانگر برازش مناسب مدل تحقیق می باشد و نتیجه آزمون مجذور کای نشانگر هماهنگ بودن مدل با واقعیت تجربی است. مقادیر  $t$  در مدل غیراستاندارد برای بازاریابی داخلی و اثربخشی سازمانی برابر  $6/40$  مهارت شنود و بازاریابی داخلی  $2/23$  و مهارت کلامی و بازاریابی داخلی برابر  $2/29$  محاسبه شده است که در مدل تحلیل مسیر رابطه این متغیرها معنی دار بود.

## کلمات کلیدی:

مهارت های ارتباطی، بازاریابی داخلی، بهبود و توسعه، پاداش، اثربخشی سازمانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/284899>

