

عنوان مقاله:

بررسی رابطه تسهیم اطلاعات با پاسخگویی به مشتری در هتل های پنج ستاره کیش

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

نیلوفر نصرآبادی - کارشناسی ارشد، رشته مدیریت اجرایی، مدیریت بازاریابی، دانشگاه تهران، واحد پردیس کیش

محمد موسی خانی - دانشیار و عضو هیات علمی دانشگاه تهران، واحد پردیس کیش

سیدابوالقاسم میرا - استاد یار و عضو هیات علمی دانشگاه تهران، واحد پردیس کیش

ولی اله سعیدی - کارشناسی ارشد، رشته مدیریت دولتی گرایش مدیریت مالی، هنرآموز سازمان آموزش و پرورش اصفهان

خلاصه مقاله:

هدف از بررسی رابطه تسهیم اطلاعات با پاسخگویی به مشتری در هتل های پنج ستاره جزیره کیش بوده است. این تحقیق به روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از مطالعات میدانی انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش کارکنان شاغل در هتل های پنج ستاره جزیره کیش $N=70$ بوده اند که 07 نفر به پرسشنامه ها پاسخ دادند. ابزار گردآوری اطلاعات دو پرسشنامه استاندارد بوده است برای پایایی سوالات، تعداد 07 پرسشنامه در بین کارکنان و مدیران توزیع شد و با استفاده از ضرب آلفای کرونباخ مقدار پایایی آن برای کل پرسشنامه 0/95 بدست آمد. پس از آن، تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی یافته ها با استفاده از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن و نرم افزار Spss انجام شد. نتایج آنالیز داده ها نشان داد بین مولفه تسهیم میان وظیفه ای (داخلی) اطلاعات و پاسخگویی به مشتری 0/88 (تسهیم بین سازمانی) خارجی (اطلاعات و پاسخگویی به مشتری) 0/74 (تسهیم میان وظیفه ای) داخلی (اطلاعات و جهت گیری بازار 0/76 بین تسهیم بین سازمانی) خارجی (اطلاعات و جهت گیری بازار 0/84 بین جهت گیری بازار و پاسخگویی به مشتری) 0/85 رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. همچنین تحلیل رگرسیون خطی نشان داد پاسخگویی به مشتری و جهت گیری بازار هر یک به میزان 88 درصد به متغیرهای تسهیم اطلاعات وابسته است. یافته ها نشان داد که در صنعت هتلداری در جزیره کیش بازارگرایی به منظور تولید و ذخیره سازی اطلاعات مهم بازار می باشد. به طور کلی، به اشتراک گذاری اطلاعات به عنوان یک عنصر بسیار مهم برای بازاریابی موفق در نظر گرفته می شود همچنین شرکت های با سطح بالایی از تبادل اطلاعات در پاسخ بهتر به نیاز مشتریان مشکلات کمتری دارند.

کلمات کلیدی:

تسهیم اطلاعات داخلی، تسهیم اطلاعات خارجی، پاسخگویی به مشتری، جهت گیری بازار، هتل های پنج ستاره

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435227>

