

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی اینترنتی بر ارتقاء کیفیت ارائه خدمات مورد کاوی: هتل های منتخب استان مرکزی

محل انتشار:

اولین همایش ملی علوم انسانی با رویکرد مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

هادی دلاور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه پیام نور ساوه

خلاصه مقاله:

تغییرات و پیشرفت های تکنولوژی در عصر حاضر موجب تغییر شکل محیط رقابتی سازمان ها شده است این تغییرات، سازمان ها را با فرصت ها و چالش های جدیدی مواجه ساخته است. چالش های جدید به حدی است که حتی سازمان های موفق نیز برای اینکه بتوانند عملکرد خود را بهبود بخشند، باید راهبردهای مختلف را بکار بگیرند. بی توجهی به بازاریابی اینترنتی در صنعت هتلداری ممکن است بقاء آنها و دستیابی به مزیت رقابتی را با مشکل روبرو سازد و به نوعی موجبات شکست و افت عملکرد سازمان را فراهم سازد. در نتیجه ضرورت دارد که میزان بکارگیری راهبردهای بازاریابی اینترنتی در صنعت هتلداری مورد پژوهش قرار گیرد. روش این پژوهش، توصیفی و از نوع همبستگی است جامعه آماری این پژوهش کارکنان هتل های منتخب شهر اراک است روش نمونه گیری تصادفی ساده و در خطای پنج صدم حجم نمونه 70 نفر می باشد ابزار گردآوری داده ها و اطلاعات شامل پرسشنامه بسته در طیف پنج گزینه ای لیکرت است که اعتبار آن ها با روش آلفای کرونباخ به ترتیب 0/87 و 0/71 تعیین شد یافته ها تحقیق نشان داد بازاریابی اینترنتی تاثیر مثبت و معناداری بر کیفیت خدمات در هتل های منتخب شهر اراک دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، همدلی، بازاریابی اینترنتی، هتل های منتخب شهر اراک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/667489>

