

اولین همایش ملی و اولین همایش بین المللی مدیریت و حسابداری ایران The first National and International Conference of Management and Accounting Iran



رابطه استراتژی های رقابتی و ساختار سازمانی با عملکرد هتل

(مطالعه موردی: گروه هتل های هما)

مهسا محمودی^۱، دکتر کریم حمدی^۲

پست الکترونیکی: mahsaa.mahmoudi@gmail.com

پست الکترونیکی: k.hamdi@srbiau.ac.ir

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه علوم و تحقیقات تهران.

^۲ عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات تهران.

چکیده

این پژوهش به بررسی رابطه استراتژی های رقابتی چهارگانه (تصور برند، منابع انسانی، فناوری اطلاعات و مدیریت ارتباط با مشتری) بعنوان متغیرهای مستقل و همچنین متغیر تعدیل کننده ساختار سازمانی با عملکرد رفتاری هتل (مطالعه موردی: گروه هتل های هما) بعنوان متغیر وابسته می پردازد.

این پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی بوده و ابزار جمع آوری اطلاعات، پرسشنامه ای با ۳۳ سؤال بسته با طیف ۵ سطحی لیکرت بود که در بین ۱۱۵ نفر از مدیران و کارشناسان گروه هتل های هما توزیع گردید. آلفای کرونباخ محاسبه شده در این تحقیق برابر با ۰/۹۴۱ است که حاکی از نتیجه عالی آزمون پایایی پرسشنامه بود.

تحلیل همبستگی نشان می دهد، بین تمامی شاخص های استراتژی های رقابتی، ساختار سازمانی و عملکرد رفتاری هتل، رابطه معنادار آماری مثبتی وجود دارد.

نتایج تحلیل رگرسیون پس رونده نشان می دهد؛ یک واحد تغییر در متغیرهای استراتژی های رقابتی مدیریت ارتباط با مشتری، منابع انسانی، تصور برند، فناوری اطلاعات و همچنین ساختار سازمانی؛ به ترتیب ۰/۵۵۱، ۰/۲۳۰، ۰/۲۰۷، ۰/۱۹۰ و ۰/۵۲۸ واحد عملکرد رفتاری هتل را بهبود می بخشد.

به نظر می رسد مدیران گروه هتل های هما برای نیل به عملکرد بهتر نسبت به سایر هتل ها می بایست در ارتباط با بهبود مؤلفه های استراتژی چهارگانه و همچنین ساختارهای مکانیکی متمرکز به ساختارهای ارگانیک غیرمتمرکز گام های مؤثرتری بردارند.

واژه های کلیدی: استراتژی های رقابتی، تصور برند، منابع انسانی، فناوری اطلاعات، مدیریت ارتباط با مشتری، ساختار سازمانی، عملکرد رفتاری.