

بررسی رابطه بین مدیریت دانش، بازاریابی پایدار و بهبود خدمات با نقش تعدیل کننده علایق مصرف کننده در آژانس های گردشگری استان فارس

سیدجعفر جلالی^۱، زهره ریاضی^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان، ja2022research@gmail.com

^۲ استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد سپیدان، zhrriazi@gmail.com

چکیده - امروزه فناوری های دانش به سرعت رشد کرده اند زیرا می توانند معاملات تجاری را در زمان واقعی (بدون تاخیر زمانی) ایمن کنند، هزینه های تراکنش را کاهش دهند، از خطای انسانی اجتناب کنند و فرصت های بازار بزرگی را با اکوسیستم های دائمی ایجاد کنند. این پژوهش به دنبال نشان دادن ویژگی های حیاتی مدیریت دانش بر بهبود خدمات در زمینه عملیات گردشگری و هتلداری است. این پژوهش به ارائه دیدگاهی جدید و بدیع با استفاده از دیدگاه مدیریت دانش برای کشف روابط بین بازاریابی پایدار و بهبود خدمات است. این پژوهش به شیوه توصیفی و به روش همبستگی و از ۱۸۵ نمونه جمع آوری شده از مدیران و کارکنان شرکت های گردشگری در شیراز انجام شده است. نتایج نشان می دهد که مدیریت دانش ممکن است از طریق تعهد بازاریابی پایدار بر بهبود خدمات تأثیر بگذارد. همچنین علاقه مصرف کننده ممکن است روابط بین مدیریت دانش، بازاریابی پایدار و بهبود خدمات را تقویت کند. کلید واژه - مدیریت دانش، بازاریابی پایدار، بهبود خدمات، علایق مصرف کننده

مفاهیم فناوری بلاک چین^۲ (BCT) به طور گسترده ای به عنوان جریان اصلی برای نسل بعدی عملیات صنعت گردشگری و هتلداری شناخته شده است (فیلیمونا و ناومووا^۳، ۲۰۲۰؛ کوک و کوه^۴، ۲۰۱۹؛ رشیده، ۲۰۲۰). با سرعت توسعه فناوری، مفاهیم فناوری بلاک چین به سرعت رشد کرده اند زیرا می توانند معاملات تجاری را در زمان واقعی (بدون تاخیر زمانی) ایمن کنند، هزینه های تراکنش را کاهش دهند، از خطای انسانی اجتناب کنند و فرصت های بازار بزرگی را با اکوسیستم های دائمی ایجاد کنند (تام و سیگالا، ۲۰۲۰). علاوه بر این، این مطالعه مدل های میانجی گری - تعدیل را برای نشان دادن اثر فناوری بلاک چین بر بهبود خدمات در زمینه عملیات گردشگری و هتلداری بررسی کرد. لی و وی (۲۰۲۱) بیان کردند که انجام یک تحلیل ترکیبی از مدل های میانجی گری - تعدیل اطلاعات معنی داری را برای مطالعات گردشگری و هتلداری، به ویژه در کشف رفتار مشتری

۱- مقدمه

اخیراً، استفاده از موبایل G5 و هوش مصنوعی در عملیات صنعت خدمات نه تنها نشان دهنده ظهور فناوری دیجیتال در این صنعت است، بلکه عملکرد عملیاتی هر دو عرضه را نیز تغییر می دهد. و تقاضا به روشی انقلابی و می تواند به عنوان یک ویژگی حیاتی موثر بر مدیریت صنعتی برای عملیات گردشگری و هتلداری پیش بینی شود (آلفورد و جونز، ۲۰۲۰؛ کوک و کوه، ۲۰۱۹). انقلاب سریع فناوری فرصت ها و چالش هایی را به همراه دارد. به ویژه، G5 پهنای باند تلفن همراه، نظارت بر تراکنش داده ها را در زمان واقعی، ظرفیت شبکه را افزایش می دهد و تأخیر و امنیت را کوتاه می کند، بنابراین نیاز به یک سیستم ذخیره سازی غیرمتمرکز داده برای افزایش قابلیت اطمینان، اعتماد و یکپارچگی داده را نشان می دهد (نگوین^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). تحت روند انقلابی شدن فناوری دیجیتال و نیاز به الزامات صنعتی،

^۲ - Bloch Chain Technology

^۳ - Filimonau and Naumova

^۴ - Kwok and Koh

^۱ - Nguyen