

## عنوان مقاله:

بررسی و تبیین نقش سرمایه ی فکری و قابلیت های پویای بازاریابی در آژانس های مسافرتی شهر تهران

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسنده:

حسن مختاری ملک آبادی - کارشناسی ارشد رشته ی مدیریت کسب و کار گرایش بازاریابی

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر در راستای تعیین رابطه بین دو متغیر سرمایه های فکری (متغیر مستقل) و قابلیت های پویای بازاریابی به عنوان نوعی قابلیت (متغیر وابسته) در صنعت گردشگری انجام گرفته است. جامعه هدف آژانس های مسافرتی شهر تهران هستند، نمونه آماری این پژوهش آژانس های مسافرتی شهر تهران می باشد، پس از مطالعه ادبیات و چارچوب های نظری و پیشینه پژوهش دو پرسش نامه برای دو متغیر تدوین گشته که مدیران و کارشناسان قابلیت های پویای بازاریابی پاسخگوی پرسشنامه سرمایه فکری و مشتریان همان آژانس ها پاسخگوی پرسشنامه مدیریت آمیخته بازاریابی بوده اند. از بین ۱۰۰ دفتر خدمات مسافرتی، با نمونه گیری در جامعه محدود در نهایت تعداد ۸۱ پرسشنامه از مدیران و در بین مشتریان با نمونه گیری در جامعه نامحدود تعداد ۲۱۱ پرسشنامه از ۶۳ آژانس گردآوری شد. در نهایت برای تحلیل داده ها و تعیین رابطه بین متغیرهای پژوهش و آزمودن فرضیه ها از دو روش ضریب همبستگی و حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. نتایج تحلیل آماری نشان می دهد که سرمایه های فکری با قابلیت های پویای بازاریابی در دفاتر خدمات مسافرتی شهر تهران با یکدیگر رابطه مثبت دارند. همچنین بر اساس نتایج این پژوهش، رابطه سرمایه های فکری با قابلیت مدیریت محصول، قیمت، توزیع و ترفیع بسیار قوی تر بوده و سرمایه های فکری را در آژانسهای مسافرتی تقویت خواهد کرد، اما برای بدست آوردن قابلیت بازاریابی در بخش خدمات، مدیران باید به فرایندها، افراد و شواهد فیزیکی توجه بیشتری داشته باشند.

## کلمات کلیدی:

سرمایه ی فکری، قابلیت های پویای بازاریابی، شهر تهران

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1229084>

