

## عنوان مقاله:

ارزیابی تاثیر سرمایه انسانی بر ظرفیت های بازاریابی پویا در بخش مهمان نوازی

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

حسین علی سلطانی - دکتری رشته مدیریت بازرگانی- گرایش بازاریابی

هانیه فتاحی - کارشناس اقتصاد \_دانش آموخته دانشگاه رازی

## خلاصه مقاله:

سرمایه انسانی عموماً به عنوان جزئی از سرمایه فکری سازمان ترسیم می شود که دانش و آگاهی تحت مالکیت سازمان را به نمایش می گذارد. این دانش شامل دانش ضمنی گسترش یافته به وسیله روابط شبکه ای و دانش شخصی کارمندان میشود. از دید روش کمی، از منظر هدف کاربردی و به لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات پیمایشی است که اقدام به گردآوری داده ها از شرکت های مهمان نوازی داشته اند، گردید و با حجم نمونه بزرگ و از طریق پرسشنامه که مشتمل بر ۲۸ سوال اقتباس شده از پیشینه تحقیق تهیه شد و بر اساس مدل مفهومی تدوین شده اقدام به بررسی روابط و مسیرهای طرح شده و آزمون فرضیه ها شده است. جهت تحلیل توصیفی شاخص های گرایش مرکزی و پراکندگی متغیرها استناد شده و تحلیل لازم صورت می گیرد. جهت تجزیه و تحلیل استنباطی از روابط چند متغیری و معادله یابی ساختاری استفاده شد. جهت قضاوت در مورد اعتبار و روایی پرسشنامه از تحلیل عاملی تاییدی استفاده می شود. نتایج نشان داد که سرمایه انسانی به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق ظرفیت های بازاریابی پویا، نقش اساسی در توسعه مزیت رقابتی ایفا می کند. برای زمینه یابی این نقش، نتایج نشان میدهد که پویایی بازار رابطه میانجی بین سرمایه انسانی و مزیت رقابتی را از طریق ظرفیت های سنجش بازار تعدیل می کند.

## کلمات کلیدی:

سرمایه انسانی، ظرفیت های بازاریابی پویا، پویایی بازار، مزیت رقابتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463673>

