

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی با نقش میانجی توانمندی شناخت بازار و مدیریت برند، مورد مطالعه: بانک خاورمیانه

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، دوره 9، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

## نویسندگان:

سمیه میرزایی - مدیریت بازرگانی - گرایش بازرگانی داخلی، دانشگاه پیام نور - واحد شهر ری، تهران، ایران

داود غلامرضایی - مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور - واحد دماوند، تهران، ایران

علی فرهادیار - مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور - واحد دماوند، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

عدم قطعیت و پویایی در بازارهای رقابتی، شرکت ها را مجبور می کند نسبت به رویکردهای خود برای دستیابی به مزیت های رقابتی پایدار تجدید نظر کنند. کلید دستیابی و حفظ مزیت رقابتی پایدار در اختیار داشتن و توسعه منابع منحصر به فرد است که تقلید از آن توسط سایر شرکت های دشوار باشد. این منابع عمدتاً در سرمایه انسانی شرکت ها نهفته هستند که بر مبنای شایستگی کارکنان شرکت، از جمله مهارت ها، دانش، تخصص و ظرفیت های مختلف پایه ریزی شده است. در تحقیق حاضر به بررسی تاثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی با نقش میانجی توانمندی شناخت بازار و مدیریت برند در بانک خاورمیانه پرداخته شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از منظر روش، توصیفی-پیمایشی میباشد. تعداد نمونه ۲۰۱ نفر از کلیه کارکنان ستادی بانک خاورمیانه در شهر تهران که به صورت تصادفی ساده و براساس فرمول کوکران انتخاب شد که با استفاده از آزمون کومروف اسمیرینوف، تحلیل عاملی و معادلات ساختاری لیزرل و آزمون سوبل به بررسی تاثیر بین فرضیه ها پرداخته شد. نتایج تحقیقات نشان می دهد که با توجه به جدول ضرایب غیراستاندارد می توان گفت که تاثیر سرمایه انسانی بر مزیت رقابتی با نقش میانجی توانمندی شناخت بازار و مدیریت برند در بانک خاورمیانه در سطح ۹۹٪ اطمینان مورد تایید قرار میگیرند و در پایان پیشنهاداتی ارائه شد.

## کلمات کلیدی:

سرمایه انسانی، مزیت رقابتی، توانمندی شناخت بازار، مدیریت برند، بانک خاورمیانه

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1842294>

