

عنوان مقاله:

بررسی نقش سرمایه انسانی بر قابلیت‌های پویایی بازاریابی در بخش گردشگری شهرستان ارومیه

محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

محمد نقیبی - استاد یار ، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی ، واحد سلماس ، سلماس، ایران

شبنم یوسف پور - دانشجو و کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی ، واحد سلماس، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی نقش سرمایه انسانی بر قابلیت‌های پویایی بازاریابی با نقش میانجی قابلیت سنجش بازار و قابلیت مدیریت برند در بخش گردشگری صورت گرفته است. بنابراین از نظر هدف یک پژوهش کاربردی محسوب می‌شود. براساس ماهیت داده‌های پژوهش یک پژوهش کمی است. همچنین به دلیل اینکه داده‌های پژوهش در یک بازه زمانی مشخص گردآوری شده‌اند، بنابراین یک پژوهش پیمایشی - مقطعی محسوب می‌شود. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش به دو بخش کتابخانه ای و میدانی تقسیم می‌شوند. جهت گردآوری اطلاعات مربوط به ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش‌های کتابخانه ای و جهت گردآوری اطلاعات برای تایید یا رد فرضیه های پژوهش از روش میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه است. شاخص های پرسشنامه پژوهش عبارتند از: سرمایه انسانی ، مدیریت برند، قابلیت سنجش بازار و قابلیت های پویایی بازار. جامعه آماری این پژوهش نیز کلیه کارکنان هتل های شهر ارومیه به تعداد ۱۱۰ نفر و حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۸۶ نفر بود. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه در دو بخش توصیفی و استنباطی است. نخست از شاخص های آمار توصیفی مانند فراوانی ، درصد، میانگین و انحراف معیار برای بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به ویژگی‌های عمومی پاسخ دهندگان استفاده شده است و در بخش دوم شاخص های آمار استنباطی مورد استفاده قرار گرفته اند. از منظر جنسیت اکثریت نمونه های تحقیق «مرد»، از منظر سن اکثریت نمونه های تحقیق «۴۱ تا ۵۰ سال»، از نظر تحصیلات، اکثریت نمونه های تحقیق دارای مدرک تحصیلات تکمیلی و از نظر سنوات خدمت ، اکثریت نمونه های تحقیق دارای «۶ تا ۱۰ سال» سابقه کاری می باشند. نتایج تحلیل داده های بدست آمده از پژوهش نشان دهنده این است که سرمایه انسانی بر قابلیت سنجش بازار، مدیریت برند و قابلیت بازاریابی پویا تاثیر دارد. همچنین قابلیت سنجش بازار و مدیریت برند بر قابلیت های پویایی بازار تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

سرمایه انسانی ، قابلیت‌های پویایی بازاریابی ، قابلیت سنجش بازار، قابلیت مدیریت برند، گردشگری سلماس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2026529>

