

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر توانمندی های سازمانی هتلها بر مزیت رقابتی آنان، نقش واسطه استراتژیهای بازاریابی محیطی مورد مطالعه : هتلهای مشهد

محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی آینده پژوهی، مدیریت و توسعه (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

وحیده صالح نژاد - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه فردوسی مشهد

یعقوب مهرتی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

علیرضا خوراکیان - استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

مزیت رقابتی ارزشی است که سازمان به مشتریان خود عرضه می کند، به نحوی که در آن زمان این ارزش توسط رقبای بالقوه و بالفعل عرضه نمی شود. به عبارتی دیگر، مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یک محیط رقابتی سازمان را بسیار موفق تر از سایر سازمان هائی نماید و رقبا نمی توانند به راحتی از آن تقلید کنند. بنابر این برای دستیابی به مزیت رقابتی، یک سازمان هم باید به موقعیت خارجی خود توجه کند و هم توانمندی های داخلی را مورد توجه قرار دهد. در این مقاله تاثیر توانمندیهای سازمان بر مزیت رقابتی توسط متغیر میانجی استراتژیهای بازاریابی محیطی مورد بررسی قرار گرفته است. جامعه مورد مطالعه در این مقاله هتل های شهر مشهد می باشند. جهت جمع آوری دادههای مورد نیاز از پرسشنامه استفاده شده است و پایایی آن نیز توسط آلفای کرونباخ سنجیده و مورد تایید قرار گرفته است. برای اعتبارسنجینی از روش اعتبار سازه استفاده شده است. جهت آزمون فرضیات از مدل یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برازندگی مدل استفاده شده است و تحلیل های این مقاله با استفاده از نرم افزار Smart PLS انجام شده است. نتایج نهایی تحقیق بیانگر این است که توانمندیهای سازمانی به واسطه استراتژی های بازاریابی محیطی، بر مزیت رقابتی هتلها تاثیرگذار می باشند. همچنین نتایج نشان می دهند که در صورت عدم وجود استراتژی های بازاریابی محیطی، توانمندی های سازمانی نمی توانند بر مزیت رقابتی هتل ها تاثیر بگذارند.

کلمات کلیدی:

مزیت رقابتی، استراتژی بازاریابی محیطی، توانمندسازی سازمانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/314601>

