

## عنوان مقاله:

نقش کارکردهای مدیریت منابع انسانی بر اکوسیستم بازاریابی بین المللی

## محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای مدیریت منابع انسانی، دوره 9، شماره 3 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

وحید شرفی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان ایران

مرتضی ملکی مین باش رزگاه - استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان ایران

عظیم زارعی - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشکده اقتصاد مدیریت و علوم اداری دانشگاه سمنان ایران

داود فیض - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اداری، دانشگاه سمنان ایران

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی نقش کارکردهای مدیریت منابع انسانی بر اکوسیستم بازاریابی بین المللی برای شرکت های کوچک و متوسط است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت روش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری مطالعه حاضر، شامل مدیران شرکت های کوچک و متوسط شهر تهران است که سابقه فعالیت در بازارهای بین المللی را دارند که تعداد آنها 380 نفر می باشند. برای تعیین حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان تعداد 181 نفر از مدیران این شرکت ها انتخاب شدند. روش نمونه گیری نیز نمونه گیری تصادفی طبقه ای بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است که برای بومی سازی و سنجش روایی، آنها را در اختیار تعدادی از صاحب نظران مدیریت و رشته بازاریابی قرار داده برای سنجش پایایی پرسشنامه ها نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای بررسی فرضیه های تحقیق نیز از آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است. نتایج نشان می دهد که کارکردهای مدیریت منابع انسانی بر اکوسیستم بازاریابی بین المللی برای شرکت های کوچک و متوسط، تاثیر مثبت و معنی داری دارند. همچنین کارکرد تامین منابع انسانی، کارکرد آموزش منابع انسانی، کارکرد بهبود کیفیت روابط، کارکرد خلق ارزش و کارکرد ارزیابی عملکرد نیز در اکوسیستم بازاریابی بین المللی تاثیر مثبت و معنی داری دارند.

## کلمات کلیدی:

اکوسیستم، بازاریابی بین المللی، منابع انسانی، کارکردهای مدیریت منابع انسانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/909066>

