

## International Conference on Management

### بررسی تاثیر منابع سازمانی هتل‌ها بر مزیت رقابتی آنان، نقش واسطه استراتژی‌های بازاریابی محیطی ( مورد مطالعه : هتل‌های مشهد)

وحیده صالح نژاد<sup>۱</sup>، دکتر یعقوب مهارتی<sup>۲</sup>، دکتر علیرضا خوراکیان<sup>۳</sup>

۱- کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه فردوسی مشهد

*Vsmanagement@yahoo.com*

۲- استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

۳- استادیار گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

## چکیده

مزیت رقابتی شامل مجموعه عواملی است که همواره سازمان را به نشان دادن عملکردی بهتر از رقبای قادر می‌سازد. مزیت رقابتی عامل یا ترکیبی از عواملی است که در یک محیط رقابتی سازمان را بسیار موفق تر از سایر سازمان‌ها می‌نماید و رقبا نمی‌توانند 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 منابع سازمانی را مورد توجه قرار دهد. در این مقاله تاثیر منابع سازمان بر مزیت رقابتی توسط متغیر میانجی استراتژی‌های بازاریابی محیطی مورد بررسی قرار گرفته است. منابع سازمانی در این مقاله شامل منابع فیزیکی، منابع مالی و منابع تجربی می‌باشد. جامعه مورد مطالعه در این مقاله هتل‌های شهر مشهد می‌باشند. ابزار جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز در این مقاله پرسشنامه است و پایایی پرسشنامه نیز توسط آلفای کرونباخ سنجیده و مورد تایید قرار گرفته است. برای اعتبارسنجی نیز از روش اعتبار سازه استفاده شده است. جهت آزمون فرضیات از مدل‌یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی<sup>۱</sup> برازندگی مدل استفاده شده است و تحلیل‌های این مقاله با استفاده از نرم افزار Smart PLS انجام شده است. نتایج نهایی تحقیق بیانگر این است که منابع سازمانی به واسطه استراتژی‌های بازاریابی محیطی، بر مزیت رقابتی هتل‌ها تاثیرگذار می‌باشند. همچنین نتایج نشان می‌دهند که در صورت عدم وجود استراتژی‌های بازاریابی محیطی، منابع سازمانی نمی‌توانند بر مزیت رقابتی هتل‌ها تاثیر بگذارند.

کلید واژه‌ها: مزیت رقابتی، استراتژی بازاریابی محیطی، منابع سازمانی

<sup>1</sup> - PLS