

تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد بازاریابی کارآفرینانه با رویکرد مدل خودسازماندهی

علیرضا ترحمی^{۱*}

جمشید عدالتیان شهریاری^۲

حمید کاکائی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۱۱/۰۸

چکیده

سازمان‌ها برای اینکه بتوانند در محیط رقابتی و پیچیده امروزی به موفقیت نائل شوند باید با تکیه بر ابزارهایی مختلف خود را مجهز به قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی سازند تا تمایز را برای آنان نسبت به رقبای ایجاد نماید. توجه به عملکرد بازاریابی کارآفرینانه و مفاهیمی که تأثیر مستقیم و مهمی بر آن‌ها دارد می‌تواند این قابلیت را برای سازمان‌ها ایجاد نماید. عملکرد بازاریابی کارآفرینانه از جمله مفاهیم مهم مدیریتی شناخته می‌شود که به عنوان اهرمی برای موفقیت شرکت‌ها شناخته شده است. در این بین مدیریت استراتژیک منابع انسانی که نگاهی بر جنبه‌های نرم و جنبه‌های سخت منابع انسانی دارد می‌تواند اهداف سازمان چه از منظر اهداف استراتژیک و چه از منظر اهداف منابع انسانی را تحت تأثیر قرار داده و با نگاهی متفاوت عملکرد بازاریابی کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار دهد. از اینرو در تحقیق حاضر با رویکرد مدل خودسازماندهی که تأکید بر مفاهیم پیچیده در محیط متلاطم دارد سعی شده است تأثیر مدیریت استراتژیک منابع انسانی بر عملکرد بازاریابی کارآفرینانه مورد بررسی قرار بگیرد. در راستای دستیابی به این هدف حاضر سعی شده است در تحقیق حاضر با استفاده از مرور مطالعات نظری و مطالعه توصیفی تحلیلی، نگاهی مختصر و جامع بر مفاهیم متغیرهای تحقیق و عوامل مختلف موثر بر آن‌ها شده باشد.

واژگان کلیدی

مدیریت استراتژیک منابع انسانی، عملکرد بازاریابی کارآفرینانه، خودسازماندهی.

۱- دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، تهران، ایران. (نویسنده مسئول:

alirezatarahomi.usc@gmail.com).

۲- استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. (dr.edalatian@yahoo.de)

۳- دانشجوی دکتری اقتصاد سنجی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

hamidkakaiei306@yahoo.com)