

Мохаммад Мансур Абу-Джаліл, Мохаммад Окур, Муса Ессбейх

**Стратегічне планування людських ресурсів як спосіб розширення маркетингових можливостей:
Тематичне дослідження центру дизайну та розвитку короля Абдалли II (KADDB)**

Мета дослідження – виявити вплив стратегічного планування людських ресурсів на розширення маркетингових можливостей центру дизайну й розвитку імені короля Абдалли II (KADDB). Використані описові та аналітичні методи, аби зрозуміти вплив планування людських ресурсів на розширення маркетингових можливостей. Дослідницька група охоплює всі відділи відповідного центру. Що стосується вибірки, то вона складалася із 65 менеджерів із маркетингу та продажу та працівників відділів маркетингу. Для збору даних дослідження використана анкета для самостійного заповнення. Результати показали значний ефект стратегічного планування людських ресурсів у підвищенні маркетингових можливостей KADDB ($R^2 = 0,619$, $\text{sig} < 0,05$). Також було виявлено, що стратегічне планування людських ресурсів сприяє підвищенню здатності лідера виконувати свою роботу старанно і кваліфіковано, а також покращує здатність організовувати роботу, розподіляти обов'язки між підлеглими та координувати зусилля. Отож, це дослідження рекомендує надати стратегічному плануванню людських ресурсів значення, яке воно заслуговує за його активну роль у розширенні маркетингових можливостей KADDB.

Ключові слова: стратегічне планування, людські ресурси, маркетинг, можливості, Йорданія

Класифікація JEL: M31, O15



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.