

عنوان مقاله:

بررسی چگونگی تاثیر قابلیت های بازاریابی و عملکرد جاری برجایگاه استراتژیک در بازارهای بین المللی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

محمدحسین رحمتی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، ایران

حمیدرضا ضیایی - عضو هیئت علمی گروه مدیریت و بورسیه دکتری واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه در رقابت های جهانی، بهبود قابلیت های سازمان و به خصوص بهبود قابلیت های بازاریابی سازمان ها یکی از مهمترین دارایی ها و از منابع اصلی کسب مزیت رقابتی پایدار در سازمان ها محسوب می شود و اگر سازمان ها بخواهند حیات مداوم در دنیای رقابتی امروز داشته باشند، توجه به بهبود قابلیت های سازمان امری حیاتی است. هدف از این تحقیق، بررسی چگونگی تاثیر قابلیت های بازاریابی و عملکرد جاری بر جایگاه استراتژیک در بازارهای بین المللی در شرکت های فعال در زمینه ی صادرات در بازارهای بین المللی در اصفهان طی سال 1396 می باشد. روش تحقیق، توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی می باشد و در تدوین چارچوب نظری تحقیق از روش کتابخانه ای و در جمع آوری داده های آماری از روش میدانی بهره گرفته شده است جامعه ی آماری این تحقیق، کلیه ی کارکنان بازاریابی و فروش شرکت های مورد نظر به تعداد 82 نفر است و از نمونه ای 82 نفری استفاده شده است در این تحقیق از پرسشنامه ی محقق ساخته استفاده شده که روایی پرسشنامه توسط متخصصان و روش تحلیل عاملی تایید شده و پایایی پرسشنامه با آلفای کرونباخ با مقدار 0/866 مورد تایید قرار گرفت در تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار در توصیف داده ها و متغیرهای تحقیق و آمار استنباطی نظیر معادلات ساختاری در بررسی و آزمون فرضیه های تحقیق استفاده شده است نتایج تحلیل داده ها نشان داد، نگرش به متغیرهای بهره وری هزینه، تمایز بازاریابی، قابلیت های بازاریابی، عملکرد جاری و شدت رقابت در حد بالاتر از متوسط می باشد. نتایج آزمون فرضیه ها نشان داد که، تاثیر متغیرهای قابلیت های بازاریابی، عملکرد جاری و شدت رقابت بر بهره وری هزینه و تمایز بازاریابی معنی دار است همچنین تاثیر متغیرهای قابلیت های بازاریابی و عملکرد جاری بر بهره وری هزینه و تمایز بازاریابی با توجه به بالا و پایین بودن شدت رقابت، تعدیل می شود.

کلمات کلیدی:

قابلیت های بازاریابی، عملکرد جاری، شدت رقابت، بهره وری هزینه، تمایز بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/784363>

