

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

فلورا شهیدی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی

محمدنادر محمدی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و بررسی تاثیر نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی در شرکتهای توزیع مواد غذایی شهر کرمانشاه شهرک صنعتی فرامان صورت گرفته است. برای گردآوری داده های مربوط به سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته بررسی تاثیر نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش شرکتهای توزیع مواد غذایی شهر کرمانشاه است. تعداد نمونه 120 نفر میباشد و تجزیه و تحلیل داده ها به کمک نرم افزار SPSS انجام شده است که برای تجزیه و تحلیل دادهها از روشهای آمار استنباطی (ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون چندگانه و رگرسیون ساده) استفاده شده است. در پژوهش حاضر میزان ضریب آلفای کرونباخ 0 / 8 میباشد. یافته های پژوهش نشان میدهد که نوآوری بازاریابی بر استراتژی رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. نوآوری در محصول بر استراتژی رقابتی تاثیر دارد. نوآوری رفتاری بر استراتژی رقابتی تاثیر مثبت و معناداری دارد. نوآوری فرآیندی بر استراتژی رقابتی تاثیر دارد. نوآوری استراتژیک بر استراتژی رقابتی تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، بازاریابی، استراتژی رقابتی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1038343>

