

عنوان مقاله:

بررسی نوآوری در خدمات و تاثیر آن بر بازاریابی محصولات و اثر بخشی آن در اداره بهزیستی شهرستان بیرجند

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

محمد قاسمی - دانشیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

فاطمه صفری - دانشجوی دکتری مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

محبوبه حسینی - دانشجوی دکتری مدیریت دولتی منابع انسانی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران.

خلاصه مقاله:

تولید محصولات جدید و نوآور به عنوان عاملی موثر در عرضه و فروش محصولات جدید برای شرکتها دارای اهمیت است. ورود یک محصول جدید به بازار نیازمند فعالیتهای جدید و منابع مرتبط با خلق تقاضا، بازارها و کانال های توزیع است که چالش های حیاتی جدیدی برای شرکتهای نوآور ایجاد میکند. رویکرد نوآوری بازاریابی و نوآوری در خدمات یکی از مولفه های مهم در تعیین استراتژی رقابتی کسب وکارها است. در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه بین نوآوری در خدمات و تاثیر آن بر بازاریابی محصولات میباشد. لذا بر این اساس و با استفاده از پرسشنامه تاثیر بازاریابی و نوآوری بر فروش محصولات، تعداد ۳۰ نفر از کارکنان این شرکت به صورتی تصادفی انتخاب و مورد آزمون قرار گرفتند. روش تحقیق در این پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار آماری - SPSS.۱۶ استفاده شده است. نتایج تحلیل داده های جمع آوری شده نشان داد که نوآوری در خدمات در بازاریابی و فروش محصولات اداره بهزیستی شهرستان بیرجند اثر دارد. همچنین نشان داد که از بین مولفه های رقیب مداری و هزینه گرایی بر بازاریابی محصولات تاثیر ندارد، اما بازاریابی و نوآوری، تاثیر معنادار بر محصولات دارند.

کلمات کلیدی:

نوآوری، بازاریابی، نوآوری بازاریابی، نوآوری خدمات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1265294>

