

عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت های ایستا، پویا و انطباقی بازاریابی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلیآشفتهگی محیطی در کارخانه کیش پارس دیزاین

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی نوآوری در مدیریت کسب و کار و اقتصاد (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

پریسا خسروی پور - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی کیش، ایران

محمد مهدی سلجوقی نژاد - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی - استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین المللی کیش، ایران

مجید خوب یاری - کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی دانشگاه تیلور مالزی

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر، تاثیر قابلیت های ایستا، پویا و انطباقی بازاریابی بر عملکرد شرکت با نقش تعدیلیآشفتهگی محیطی بوده، تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کلیه کارکنان کارخانه کیش پارس دیزاین در زمستان ۱۴۰۰ بتعداد ۲۶۰ نفر بوده وتعداد نمونه با روش نمونه گیری طبقه ای نسبی با فرمول کوکران به تعداد ۱۵۶ تعیین گردید. داده ها ازطریق نرم افزارهای SPSS و SMARTPLS با استفاده از آزمون تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرارگرفت. آزمون فرضیه های پژوهش نشان داد، متغیرهای قابلیت های بازاریابی ایستا (ضریب مسیر ۰/۱۹۴ و مقدار تی ۰/۰۰۹ / ۳)، قابلیت های بازاریابی پویا ۰/۴۱۶ و ۰/۹۸۴ و قابلیت های بازاریابی انطباقی ۰/۲۶۲ و ۰/۹۶۰ / ۳ بر عملکرد شرکت تاثیر معناداری داشته، آشفتهگی محیطی ۰/۱۸۴ و ۰/۵۴۶ در تاثیر قابلیت هایبازاریابی انطباقی بر عملکرد شرکت، نقش تعدیلی را ایفا کرده، اما در تاثیرگذاری قابلیت های بازاریابی ایستا (۰/۰۴۵ - و ۰/۷۰۳) و قابلیت های بازاریابی پویا ۰/۱۱ - و ۰/۱۷۵ بر عملکرد، فاقد نقش تعدیلی بود. لذا فرضیه های اول، دوم، سوم و ششم، تأیید و فرضیه های چهارم و پنجم، رد گردید. در پایان با توجه به نتایج حاصل، به منظور ارتقاء عملکرد شرکت، پیشنهاداتی کاربردی ارائه گردید.

کلمات کلیدی:

آشفتهگی محیطی، عملکرد شرکت، قابلیت های بازاریابی .

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1499162>

