

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر هوش تجاری بر عملکرد رفتار مشتری و بازاریابی شرکت های تجاریمطالعه موردی: شرکت های تولیدی شهر کرمانشاه

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

پریسا بهمنی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

پگاه شوشتری - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت بازرگانی، گرایش تجارت الکترونیک، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

مژگان شعبانی - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بازرگانی بین الملل، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

خلاصه مقاله:

هوش تجاری یک وسیله قدرتمند می باشد که به شرکت ها کمک کرده تا مراحل غیر مهم کسب و کار ها را از بین برده و از تمام منابع خود بهره مند شوند. این هوش تجاری می باشد که موجب شده سود افزایش پیدا کرده و سهم شرکت ها از بازار بیشتر و بهتر شده ولذا شرکت موفق تر عمل خواهد کرد. بنابراین، هدف از انجام این پژوهش تعیین تاثیر هوش تجاری بر بازاریابی و عملکرد رفتار مشتری در شرکت های تولیدی کرمانشاه می باشد. روش پژوهش، توصیفی و از نوع علی می باشد. جامعه آماری این طرح شامل شرکت های تولیدی شهر کرمانشاه است. روش نمونه گیری، تصادفی طبقه ای با انتساب متناسب می باشد و برای تعیین کردن حجم نمونه در این طرح با استفاده از فرمول کوکران ۳۵۳ نفر انتخاب شده است. جهت آلفای کرونباخ ۰/۷۹ تعیین شده است. روایی پرسشنامه مورد استفاده در این طرح از طریق استاد های گروه مدیریت مورد بررسی قرار دادیم. در این پژوهش میزان بررسی تاثیر هوش تجاری بر بازاریابی و عملکرد رفتار مشتری در شرکت های تولیدی شهر کرمانشاه مورد اندازه گیری قرار دادیم. نتایج نشان داد که هوش تجاری بر بازاریابی و عملکرد رفتار مشتری در شرکت های تولیدی شهر کرمانشاه تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

هوش تجاری، بازاریابی، عملکرد رفتار مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1671807>

