

عنوان مقاله:

مطالعه اثرگذاری استراتژی بازاریابی بر عملکرد رقابتی شرکت های تولیدکننده مواد شیمیایی صنعت شوینده و بهداشتی

محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

اصغر دهدار - کارشناسی ارشد شیمی کاربردی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج

خلاصه مقاله:

رقابت در میان شرکت های تولیدکننده مواد شیمیایی در صنایع مختلف از جمله شویندهها و مواد بهداشتی رو به افزایش است. بنابراین، تحقیق در زمینه بهبود عملکرد رقابتی اهمیت می یابد. هدف تحقیق حاضر، مطالعه اثرگذاری استراتژی بازاریابی بر عملکرد رقابتی (کیفیت، قیمت، تحویل و انعطاف پذیری) است. جامعه آماری را کلیه مدیران در صنعت تولیدات محصولات شوینده و بهداشتی تشکیل می دهند که به صورت تصادفی پرسشنامه توزیع و ۵۹ پرسشنامه که به طور صحیح تکمیل شده بودند، تحلیل شد. از نرم افزار SMART PLS به منظور تحلیل و آزمون فرضیه ها استفاده شد. نتایج حاکی از این است که قلمرو، اهداف آرمانی و عملیاتی، تخصیص مناسب، منابع مزیت رقابتی و هم افزایی به عنوان اجزای ۵ گانه استراتژی بازاریابی می توانند عملکرد رقابتی را تحت تاثیر قرار دهند. بنابراین پیشنهاد می شود (۱) به اولویت بندی استراتژی های بازاریابی و انتخاب بهترین آن در این صنعت اهتمام شود، (۲) تخصیص منابع در به دست آوردن مزیت رقابتی و عملکرد رقابتی اهمیت دارد بنابراین بودجه بندی و پیش بینی هزینه و بهای تمام شده اهمیت دارد، (۳) کارکنان و مدیران در اجرای استراتژی بازاریابی تاثیرگذار است بنابراین در انتخاب آنها توجه ویژه شود و (۴) در این صنعت داشتن مزیت رقابتی یک عامل رقابتی است بنابراین باید به آن توجه ویژه شود.

کلمات کلیدی:

استراتژی بازاریابی، عملکرد رقابتی، مزیت رقابتی، صنعت شوینده و آرایشی، شرکت های تولید کننده مواد شیمیایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1673288>

