

عنوان مقاله:

بررسی نقش مولفه های فروش سازمانی بر چابکی سازمان های دانشی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت کسب و کار در شرایط ناپایدار (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

آرمان کیان آزاد - دکترای حرفه ای مدیریت کسب و کار، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

با گسترش رقابت و اشباع شدن بسیاری از بازارها و تغییرات پیوسته در محیط و ترکیب جمعیت، شرکتها با این واقعیت روبه رو شدند که، امروزه هر مشتری ارزش ویژه خود را دارد و اینک شرکتها برای به دست آوردن سهم بیشتری از بازار باید مبارزه کنند. بنابراین هزینه های جذب مشتریان جدید رو به افزایش نهاده است. پایان نامه حاضر تحقیقی است که به منظور بررسی نقش مولفه های فروش سازمانی بر چابکی سازمان های دانشی در پتروشیمی خراسان با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، انجام گردیده است تا ضمن بررسی نتایج آن، راه حل های لازم برای تحت تاثیر قرار دادن فروش شرکتها، ارائه گردد. از عناصر آمیخته بازاریابی جهت فرضیات این تحقیق استفاده گردیده است که ۲۹۸ نسخه از پرسشنامه پس از تعیین روایی و پایایی بین اعضای نمونه جامعه آماری توزیع گردید. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از تحقیق، از نرم افزار Expert Choice استفاده گردیده است که در نهایت به ترتیب هفت معیار قیمت محصولات پتروشیمی، توزیع فیزیکی محصولات پتروشیمی، کیفیت محصولات پتروشیمی، سیاست فروش محصولات پتروشیمی، رضایت مشتریان محصولات پتروشیمی، میزان تولید محصولات پتروشیمی و شیوه بازاریابی محصولات پتروشیمی، معیارهای اصلی موثر بر فروش محصولات شرکت پتروشیمی خراسان شناخته شدند.

کلمات کلیدی:

فروش، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، قیمت، توزیع فیزیکی، کیفیت، رضایت مشتری، بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1860767>

