

عنوان مقاله:

تحقیقات بازار، ابزاری کارا در خدمات واحدهای تحقیق و توسعه

محل انتشار:

پنجمین همایش مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن (سال: 1384)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

احمدرضا زاهدی طبرستانی - کارشناس واحد تحقیق و توسعه صنایع چوب و کاغذ مازندران

ناصر سنگینی - کارشناس واحد تحقیق و توسعه صنایع چوب و کاغذ مازندران

محمد مهدی نظری - کارشناس واحد تحقیق و توسعه صنایع چوب و کاغذ مازندران

خلاصه مقاله:

در آغاز قرن بیست و یکم اقتصادی نقشی بس مهم و سازنده در ایجاد یک زندگی مطلوب و بی دغدغه ایفا می کند. در نتیجه ایجاد رقابت تجاری سازنده بر اساس مکانیزم های کارا و لازم اطلاع رسانی، شناخت صحیح بازار و تعیین دقیق مخاطب، هدف ما را در شناسایی و ایجاد یک ساختار بالنده تجاری که دستیابی به یک بازار داخلی شکوفا، همچنین رقابت سالم ولی تنگاتنگ در بازار بین المللی به خوبی یاری خواهد کرد. در این زمینه بدون شک دسترسی و بهره گیری از تحقیقات علمی بازاریابی و نقش آن در واحدهای تحقیق و توسعه که بستر حیات آینده شرکتها می باشد، پر اهمیت است. استفاده موثر و بهره گیری از تحقیقات بازاریابی یک ابزار مهم استراتژیک برای شرکتهایی به شمار می آید که در تلاش برای دستیابی به جایگاهی شایسته و تعیین کننده در دنیای تجارت امروز هستند. علم بازاریابی می طلبد که همواره تجزیه و تحلیلی صحیح از اوضاع اقتصادی چه در سطح خرد یا کلان صورت گیرد به همین دلیل در صورت توسعه و اجرای مناسب می تواند به جریان اطلاعات و حساسیت فزاینده بنگاه نسبت به نیازهای خریداران منجر شده تا در بلند مدت آنها را به مشتریان تبدیل کرده و از این طریق سود نهایی برای شرکت حاصل شود تا هدف ثروت زایی نیز تامین گردد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/19563>

