

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار به واسطه متغییر خلق ارزش برتر برای مشتری در صنایع غذایی شهرک صنعتی توس مشهد

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

سمیه نوراللهی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه فردوس مشهد، ایران

آذر کفاش پور - دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

علیرضا حدادیان - استادیار گروه مدیریت، دانشگاه فردوسی مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

قابلیت های بازاریابی، فرایندهای منسجم طراحی شده جهت بکارگیری دانش جمعی، مهارت ها و منابع شرکت برای تولید و عرضه محصولات و خدمات سازگار با التزامات بازار و نیازهای رقابتی می باشد. بر اساس تحقیقات انجام شده، قابلیت های بازاریابی تاثیر بسزایی در مزیت رقابتی دارد. مطالعه حاضر تاثیر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار از طریق خلق ارزش برتر برای مشتریان را بررسی می کند. جامعه آماری شرکت های فعال در صنایع غذایی شهرک توس مشهد می باشد و حجم نمونه 95 شرکت صنایع غذایی است که در زمینه تولید و عرضه محصولات غذایی فعالیت می کنند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته و و برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و در سطح استنباطی برای بررسی فرضیه ها از نرم افزار SMARTPLS استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که تاثیر مستقیم قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار بیشتر از تاثیر غیر مستقیم قابلیت های بازاریابی بر عملکرد بازار از طریق متغییر واسطه خلق ارزش برتر برای مشتری می باشد.

کلمات کلیدی:

قابلیت های بازاریابی، خلق ارزش برتر برای مشتریان، عملکرد بازار، صنایع غذایی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231611>

