

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های برنامه ریزی بازاریابی بر عملکرد کسب و کار مطالعه موردی: شرکت های غذایی فعال مستقر در شهرکهای صنعتی استان تهران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی استراتژی برند (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

بهرام خیری - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز گروه مدیریت بازرگانی تهران ایران

خدایار عبدالمهدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز تهران ایران

خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از سازمانها متوجه اهمیت ویژه علم بازاریابی برای کسب موفقیت در دنیای پرچالش رقابتی شده اند بیشتر تحقیقات بازاریابی در سازمان های بزرگ صورت گرفته است و کمتر پژوهش بازاریابی در ایران در مورد شرکت های کوچک و متوسط با توجه به نقش مهم آنها در اقتصاد جهان و ایران صورت گرفته است هدف این پژوهش بررسی تاثیر برنامه ریزی بازاریابی بر عملکرد کسب و کار شرکت های فعال مستقر در شهرک های صنعتی استان تهران میباشد پرسشنامه ای متکی بر این عوامل تهیه گردید که روایی آن با توجه به نظر اساتید و خبرگان مورد تایید قرار گرفته و الفای کرونباخ نشان از اعتبار پرسشنامه بود و با توجه به حجم نمونه مورد نیاز 206 پرسشنامه توزیع گردید نتایج حاصل از این تحقیق که از نرم افزارهای PLS, SPSS استخراج شده است نشان میدهد که قابلیت برنامه ریزی بازاریابی بر عملکرد مالی و همچنین عملکرد کلی کسب و کار تاثیر دارد و همچنین قابلیت برنامه ریزی بازاریابی بر قابلیت رویکرد بودجه بندی منطقی در برنامه بازاریابی موثر است و همچنین رویکرد قابلیت برنامه ریزی بازاریابی بر قابلیت رویکرد بودجه بندی منطقی در برنامه ریزی بازاریابی موثر است در کل داشتن برنامه بازاریابی اثربخشی بر عملکرد مالی یعنی سودآوری و افزایش سهم بازار شرکت های مستقر در شهرکهای صنعتی دارد

کلمات کلیدی:

قابلیت برنامه ریزی بازاریابی ، رویکرد بودجه بندی منطقی ، ابتکار عمل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/439376>

