

عنوان مقاله:

بررسی استراتژی های بازاریابی در زنجیره تامین بر ارتقای عملکرد سازمان مورد مطالعه شرکت مهندسی بازرگانی خودرو سایپا (ستکو)

محل انتشار:

همایش پژوهش های کاربردی در مدیریت صنعتی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

عباسعلی قیومی - دانشیار گروه مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مهدی واصفی - گروه مدیریت اجرایی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سمنان، ایران

خلاصه مقاله:

در تحقیق حاضر بررسی تاثیر استراتژیهای بازاریابی بر روی عملکرد زنجیره تامین و عملکرد سازمان از دیدگاه مدیران بازاریابی شرکت مهندسی بازرگانی خودروسایپا (ستکو) مورد مطالعه قرار گرفت. براین اساس هدفها، متغیرها و عوامل طراحی ابزار اندازه گیری مرتبط با ویژگی، مطالعات میدانی مقدماتی و معتبر سازی ابزار اندازه گیری داده ها و اطلاعات، تهیه پرسشنامه های نهایی و توزیع آن در بین مدیران شرکت مهندسی بازرگانی خودرو سایپا (ستکو) با توجه به تعداد جامعه آماری مورد نظر 250 نفر تعداد 151 نمونه با استفاده از جدول مورگان بدست آمده که البته در مبحث نتایج تحلیل آماری آزمون پرسش های تحقیق از معادلات ساختاری استفاده شد و نرم افزار آماری مورد استفاده به منظور انجام تجزیه و تحلیل ها pls بوده است. نتایج به دست آمده نشان داد: استراتژی بازاریابی محصول، ترفیع توزیع تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد زنجیره تامین (تحویل به موقع) شرکت ستکو دارد. عملکرد زنجیره تامین (تحویل به موقع) تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد سازمان (عملکرد مالی و بازاریابی) شرکت ستکو دارد. عملکرد بازاریابی تاثیر مثبت و معناداری بر عملکرد مالی شرکت ستکو دارد و در نهایت استراتژی بازاریابی (قیمت) تاثیر معناداری بر عملکرد زنجیره تامین (تحویل به موقع) شرکت ستکو ندارد.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، عملکرد زنجیره تامین، عملکرد مالی، عملکرد بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/486763>

