

عنوان مقاله:

تاثیر هوش رقابتی بر اثر بخشی استراتژی های بازاریابی در صنایع فولاد استان گیلان

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

بدری عباسی - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت نویسنده مسئول

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر تعیین ارتباط میان هوش رقابتی و اثربخشی استراتژی بازاریابی است این تحقیق مطالعه ای علی - همبستگی از شاخه مطالعات توصیفی است از نظر هدف کاربردی و از نظر درجه اهمیت و کنترل داده ها نیز تحقیقی پیمایشی به شمار میرود جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه واحدهای وظیفه ی شرکت های فعال در زمینه تولید صنایع فولاد استان گیلان می باشد با توجه به نظر گرفتن جامعه به شکل محدود حجم نمونه با استفاده از فرمول جامعه محدود 30 واحد تخمین زده شد جهت تعیین پایایی پرسشنامه از محاسبه ضریب الفای کرونباخ استفاده شد ضرایب بدست آمده نشان دهنده همسانی درونی گویه های تحقیق و پایایی پرسشنامه تحقیق بود به منظور سنجش روایی از روش روایی محتوا و روایی سازه تحلیل بارهای عاملی استفاده گردید نتایج تحلیل عاملی ضرایب روایی بالا برای هریک از شاخصهای سازه های تحقیق را نشان داد نتایج حاصل از آزمون فرضیات تحقیق نشان داد که از میان چهار متغیر د رای تحقیق فرصتهای بازار آگاهی از تهدیدات رقبا آگاهی از مخاطرات رقبا و آگاهی از آسیب پذیری کلیدی سازمان سه متغیر فرصت های بازار آگاهی از تهدیدات رقبا آگاهی از مخاطرات رقبا بر اثربخشی استراتژی بازاریابی تاثیر را دارند نتایج حاصل از تحقیق مبنایی برای ارایه راهکارهای اجرایی برای استفاده مطلوب از عوامل موثر بر افزایش اثربخشی استراتژی بازاریابی است

کلمات کلیدی:

هوش رقابتی ، اثربخشی استراتژی بازاریابی ، تهدیدات رقبا ، فرصت های بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500443>

