

عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت‌های بازاریابی بر اجرای استراتژیهای بازاریابی صادراتی مورد مطالعه: شرکتهای منطقه آزاد اروند

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

آزاد افراشته - فارغالتحصیل رشته مدیریت بازرگانی- بین الملل، واحد بین المللی خلیج فارس - خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، خرمشهر، ایران.

خلاصه مقاله:

با گسترش روند جهانی شدن، افزایش رقابت، ورود شرکتهای مختلف داخلی و خارجی، محصولات متنوع و پیشرفت تکنولوژی، حفظ و رضایت مشتری و وفاداری او مشکلتر شده است. بنابراین آن چه دغدغه این تحقیق میباشد این است که قابلیت‌های بازاریابی بر پیادهسازی اثربخش استراتژیهای بازاریابی سازمان چه تاثیری دارد این تحقیق از نظر هدف، تحقیقی کاربردی محسوب میشود. همچنین این تحقیق براساس شیوه گردآوری دادهها، توصیفی - علی است. جامعه این پژوهش را مدیران ارشد در تمامی شرکتهای صادرکننده در منطقه آزاد اروند، تشکیل میدهد. بنابر آمار گزارش شدهتعداد شرکتهای فعال در این منطقه 288 شرکت میباشد. با توجه به محدود بودن حجم جامعه، تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران 168 مورد، تعیین گردید که پرسشنامه پژوهش به صورت حضوری یا از طریق ایمیل برای آنان ارسال شد. در این تحقیق برای تجزیه و تحلیل دادهها از آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون همبستگی و مدل مسیر) در قالب نرمافزارهای LISREL (و) SPSS22.0 8.8 استفاده شده است. نتیجه تحقیق نشان داد که هر دو بعد قابلیت بازاریابی (قابلیت معماری بازاریابی و قابلیت تخصصی شده بازاریابی) بر اثربخشی پیادهسازی استراتژی بازاریابی داخلی و خارجی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین اثربخشی پیادهسازی استراتژی بازاریابی داخلی بر اثربخشی پیادهسازی استراتژی بازاریابی خارجی تاثیر مثبت و معناداری داشت

کلمات کلیدی:

قابلیتهای بازاریابی، اثربخشی پیادهسازی استراتژی بازاریابی، منطقه آزاد اروند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/643001>

