

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر نوآوری در واحدهای تولیدی صنایع لبنی استان مازندران

## محل انتشار:

اولین همایش ملی علوم انسانی با رویکرد مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسندگان:

علیرضا زمانیان - هیئت علمی دانشگاه پیام نور

حامد طالبی - مدرس دانشگاه پیام نور و موسسه آموزش عالی ادیب مازندران

محمدحسن رزاقی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی ادیب مازندران

## خلاصه مقاله:

سازمان های عصر دانش در محیطی پیچیده و رقابتی بسر می برند و برای ادامه حیات خویش چاره ای جز پاسخگویی و هگامی با تغییرات محیط پیرامون خویش ندارند. کمیابی منابع از یک طرف و افزایش روزافزون خواسته های متنوع مشتریان از سوی دیگر، مساله نوآوری و بکارگیری طرح های نوین و کارآمد را برای سازمان ها به عنوان یک مزیت رقابتی درآورده است هدف از این تحقیق بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر نوآوری در واحدهای تولیدی صنایع لبنی استان مازندران می باشد این تحقیق به لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش انجام پژوهش، توصیفی پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش کارکنان و مدیران واحدهای تولیدی صنایع لبنی استان مازندران می باشند، که پس از نمونه گیری به روش تصادفی ساده تعداد 350 پرسشنامه گردآوری شد. پرسشنامه این تحقیق از ترکیب پرسشنامه زمانی 1392 و گرایلی نژاد 1390 برای سنجش متغیرهای مستقل استراتژی های بازاریابی و متغیر وابسته نوآوری سازمانی استفاده شده اس. روایی پرسشنامه تایید و پایایی آن نیز با استفاده از آزمون الفای کرونباخ مورد تایید واقع شد. داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و LISREL مورد آزمون قرارگرفت. یافته های پژوهش حاکی از آن است که استراتژی های بازاریابی ب نوآوری سازمانی تاثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین از میان ابعاد استراتژی های بازاریابی به ترتیب استراتژی رهبری هزینه، استراتژی تنوع، استراتژی تمرکز و استراتژی تمایز بیشترین تاثیرگذاری را بر نوآوری سازمانی دارند.

## کلمات کلیدی:

استراتژی های بازاریابی، نوآوری سازمانی، صنایع لبنی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/667582>

