

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های بازاریابی و عملکرد فعلی شرکت بر راهبردهای بازار بین المللی (مطالعه موردی : کارخانه سیمان سامان غرب)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

زین العابدین رحمانی - استادیار دانشگاه پیام نور

بردیا انصاری - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

تصمیمات اولیه در مورد نحوه و ورود به یک بازار، تصمیمات استراتژیک تلقی می شوند. این تصمیمات با عنایت به جو کشور و توانایی های سازمان و موقعیت رقابتی صنعت اتخاذ می شوند. قابلیت های بازاریابی موجب می شود تا شرکت ها بتوانند متناسب با شرایط بازار، استراتژی های مناسب را اجرا کرده و به اهداف عملکردی خود دست یابند. هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر قابلیت های بازاریابی و عملکرد فعلی شرکت بر راهبردهای بازار بین المللی (مطالعه موردی : کارخانه سیمان سامان غرب) می باشد این پژوهش از نظر روش و گردآوری داده ها جز تحقیقات پیمایشی است و همچنین از نظر نوع داده ها توصیفی- همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش پرسنل کارخانه سیمان سامان غرب کرمانشاه می باشند. پرسنل مذکور 583 نفر هستند. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه 231 نفر تخمین زده شد. داده های این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته با طیف لیکرت پنج گزینه ای که روایی آن توسط اساتید و کارشناسان تایید شد و پایایی کلی آن با روش آلفای کرونباخ 0/902 به دست آمد، جمع آوری شده است. داده ها با استفاده از نرم افزارهای SPSS و AMOS پردازش شد. نتایج نشان داد که قابلیت های بازاریابی، عملکرد جاری و شدت رقابت بر بهره وری هزینه های موردنظر و تمایز بازاریابی تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757076>

