

عنوان مقاله:

تاثیر طرح ریزی استراتژیک بازاریابی بر بهره وری شرکت های فعال در حوزه نفت و گاز

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

حسین شعله پر - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد اسلامی- واحد اسلامشهر، تهران، ایران

وحید قربانی - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی- واحد اسلامشهر، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در این مطالعه به شناسایی ابعاد طرح استراتژیک بازاریابی و تاثیرات آن بر بهبود عملکرد و بهره وری شرکت های فعال در حوزه نفت و گاز پرداخته می شود. برای این منظور، از طرح استراتژیک بازاریابی بعنوان متغیر مستقل و بهبود بهره وری بعنوان متغیر مستقل اصلی نام برده می شود. روش تحقیق در این رساله از نظر استراتژی و هدف توصیفی، از نظر مخاطب پژوهش بنیادی و از نظر بعد زمانی، مقطعی می باشد. جامعه و نمونه آماری مورد بررسی از نظر متغیرهای مورد نظر، از بین شرکت های گروه پتروپارس براساس فرمول کوکران 131 نفر می باشد. فرضیه اصلی این پژوهش عبارتست از اینکه بین طرح استراتژیک بازاریابی با بهبود بهره وری شرکت های فعال در حوزه نفت و گاز رابطه مستقیم وجود دارد. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از نرم افزار SPSS و همبستگی اسپیرمن و رگرسیون Chi-Square استفاده شده است. براساس نتایج بدست آمده از داده های آماری، کلیه متغیرهای وابسته رابطه مستقیم با طرح استراتژیک بازاریابی برقرار نمودند، اما از این میان، تنها سه متغیر سهم بازار، رضایت مشتریان و سود آوری، بر بهبود بهره وری شرکت های مورد بررسی تاثیر مستقیم می گذارند.

کلمات کلیدی:

برنامه بازاریابی، بهبود عملکرد، بهره وری، طرح استراتژیک بازاریابی، نفت و گاز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/757116>

