

## عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت عملیات و بازاریابی بر عملکرد مالی در 109 شرکت بورسی

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی روش های نوین حسابداری، بانکداری و بازاریابی و پیشرفت های اخیر در علوم انسانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

عفت تیموری - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد تهران

سمیه ساجدی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق تاثیر بازاریابی و قابلیت عملیات بر عملکرد مالی در 109 شرکت بورسی می باشد. برای رسیدن به اهداف تحقیق نمونه ای شامل 545 نفر از مدیران کارشناسان شرکت های بورسی به همراه 109 شرکت بورسی در بازه زمانی 1388 الی 1392 با روش نمونه گیری تصادفی ساده و با توجه به بزرگ بودن جامعه انتخاب و از پرسشنامه استاندارد با پایایی 0.97 استفاده شد. روش آماری برای آزمون کردن فرضیه ها استفاده از آزمون معادلات ساختاری در نرم افزار AMOS 23 و اولویت بندی آنها می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که مولفه های، ارتباط با مشتری، محصول متمایز، خدمات به مشتری، تحقیقات بازاریابی و قابلیت عملیات بر عملکرد مالی تاثیر داشته و معیار ارتباط مشتری با ضریب تاثیر 0.56 بین عناصر قابلیت بازاریابی بیشترین تاثیر را دارد و قابلیت عملیات با ضریب تاثیر 0.15 در اولویت چهارم قرار دارد.

## کلمات کلیدی:

تاثیر بازاریابی، عملیات، عملکرد مالی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/937760>

