

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری بر عملکرد با در نظر گرفتن نقش فرایند استراتژی بازاریابی (مقایسه بین شرکت های فروش ماشین آلات کشاورزی حوزه برنج در ایران و شرق آسیا)

محل انتشار:

کنفرانس مدیریت بازرگانی نوین کسب و کار و بازاریابی با رویکرد رونق تولید ملی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

آرمان میرزایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

علی بدیع زاده - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

در این تحقیق به بررسی تاثیر نوآوری بر عملکرد با در نظر گرفتن نقش فرایند استراتژی بازاریابی (مقایسه بین شرکت های فروش ماشین آلات کشاورزی حوزه برنج در ایران و شرق آسیا) پرداخته شد. جامعه آماری این تحقیق مدیران و کارشناسان شرکت های فروش ماشین آلات کشاورزی حوزه برنج در ایران و شرق آسیا می باشد. حجم جامعه مورد بررسی در ایران 451 نفر و در شرق آسیا 391 نفر می باشد. جهت تعیین حجم نمونه از استاندارد معادلات ساختاری استفاده شده و حجم نمونه 5 برابر گویه های پرسشنامه و معادل 215 نفر از هر جامعه تعیین شد. روش نمونه گیری نیز تصادفی طبقه ای می باشد. روش این تحقیق از منظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری اطلاعات پیمایشی می باشد. همچنین از نظر ماهیت تحقیق از نوع همبستگی می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه استاندارد بوده است. برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده ها از روش معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد، نوآوری بر فرمول بندی استراتژی، اجرای استراتژی و عملکرد تاثیر مثبت و معنادار دارد. بعلاوه اثر فرمول بندی استراتژی و اجرای استراتژی بر عملکرد پذیرفته شد. در نهایت نیز نقش میانجی فرمول بندی و اجرای استراتژی بازاریابی در تاثیر نوآوری بر عملکرد پذیرفته شد.

کلمات کلیدی:

نوآوری، اجرای استراتژی، فرمول بندی استراتژی و عملکرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/986711>

