

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر قابلیت های بازاریابی و استراتژی های بازاریابی بر عملکرد تجاری شرکت های صادراتی (مورد مطالعه: صنعت شکلات در شهر تبریز)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کارهای بین المللی، دوره 3، شماره 3 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

باقر عسگرنژاد نوری - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

قاسم زارعی - دانشیار مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

رامین بشیرخداپرستی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران.

سمیه صائب نیا - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی نوین، اردبیل، ایران.

امین ناظر اصل - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی نوین، اردبیل، ایران.

خلاصه مقاله:

امروزه با گسترش روند جهانی شدن، افزایش رقابت، ورود شرکت های مختلف داخلی و خارجی، محصولات متنوع و پیشرفت تکنولوژی، حفظ رضایت و وفاداری مشتری مشکل شده است؛ بنابراین بهره گیری از قابلیت ها و استراتژی های بازاریابی جهت بقا در صحنه رقابت امر ضروری به نظر می رسد؛ چراکه این دو عامل می تواند زمینه ساز مناسبی برای بهبود عملکرد تجاری شرکت فراهم نماید. بر این اساس در این پژوهش قصد بر این است تا تأثیر قابلیت ها و استراتژی های بازاریابی بر عملکرد تجاری شرکت های صادراتی در صنعت شکلات شهر تبریز بررسی شود. جامعه آماری شامل تمامی مدیران و کارمندان ارشد شرکت های صادرکننده شکلات در شهر تبریز است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۲۱۵ نفر به دست آمد که بر اساس روش نمونه گیری غیر تصادفی قضاوتی انتخاب شدند. به منظور اندازه گیری متغیرها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. روایی پرسشنامه بر اساس روایی سازه، تشخیصی و همگرا و پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید. آزمون مدل پژوهش بر اساس روش معادلات ساختاری و نرم افزار LISREL انجام گرفت. نتایج نشان داد که قابلیت های معماری بازاریابی، قابلیت های تخصصی بازاریابی و قابلیت های میان وظیفه ای بازاریابی بر اثر بخشی درونی و بیرونی پیاده سازی استراتژی های بازاریابی صادراتی تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین تأثیر مثبت و معنادار اثربخشی درونی بر اثر بخشی بیرونی پیاده سازی استراتژی های بازاریابی صادراتی تأیید شد. نهایتاً تأثیر مثبت و معنادار اثربخشی بیرونی پیاده سازی استراتژی های بازاریابی صادراتی بر عملکرد تجاری شامل عملکرد مشتری، عملکرد بازار و عملکرد مالی تأیید شد.

کلمات کلیدی:

استراتژی های بازاریابی، قابلیت های بازاریابی، عملکرد تجاری، صنعت شکلات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1139892>



