

مدیریت کسب و کار

بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی بازاریابی سبز،

مطالعه موردی: کارخانه سیمان ارومیه

سارا رزمجو^{۱*}، رضا رستم زاده^۲

۱- دانش آموخته مدیریت اجرایی، دانشگاه آزاد ارومیه، sara.razmjou@gmail.com

۲- عضو هیات علمی دانشگاه آزاد ارومیه، rostanzadeh59@gmail.com

خلاصه

تحقیق حاضر با هدف بررسی بررسی تاثیر استراتژی های بازاریابی بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی بازاریابی سبز، مطالعه موردی: کارخانه سیمان ارومیه انجام پذیرفته است، برای این منظور از مجموع ۴۳۰ نفر کارمندان و کارکنان شرکت سیمان ارومیه تعداد ۲۰۴ نفر به عنوان جامعه آماری انتخاب گردید. روش گرد آوری اطلاعات در این پژوهش روش معادلات ساختاری می باشد و از پرسشنامه های استاندارد عملکرد صادراتی، استراتژی های بازاریابی و بازاریابی سبز برای جمع آوری داده ها استفاده شده است که در بین کارکنان شرکت سیمان ارومیه توزیع گردید. با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ پایایی پرسشنامه ها به صورت: پرسشنامه عملکرد صادراتی با پایایی ۰/۸۰، پرسشنامه استراتژی های بازاریابی با پایایی ۰/۷۱ و پرسشنامه بازاریابی سبز ۰/۷۵ بدست آمد همچنین با توجه به استاندارد بودن پرسشنامه ها روایی پرسشنامه ها به دلیل استفاده مداوم در تحقیقات علوم مدیریتی به تایید صاحب نظران و اساتید اهل فن رسیده بود، یافته های پژوهش نشان داد که استراتژی های بازاریابی بر عملکرد صادراتی با نقش میانجی بازاریابی سبز اثر گذار است

کلمات کلیدی: استراتژی های بازاریابی، عملکرد صادراتی، بازاریابی سبز، کارخانه سیمان ارومیه.

۱. مقدمه

زندگی سازمانی هر روز با شتابی افزونتر از دیروز در گذر است و پوشیده نیست که این شتاب تغییر و تحولات به روز سازمانی و منابع انسانی را می طلبد تا بتواند جوابگوی نیازهای سازمانی باشد. در این میان انسان عنصر اصلی و اساسی همگامی با این شتاب و همچنین بوجود آورنده و هدایت کننده آن است. در حقیقت اگر این عنصر ضروری از حرکت بایستند. کل تغییر و تحولات از حرکت و بهبود باز خواهند ماند. پس برای ایجاد، هدایت و نتیجه گیری سودمند از جریان تغییر و تحول نیاز به منابع انسانی پویا، منعطف، یادگیرنده، کوشا، نوآور، توانا و دانا داریم.

* سارا رزمجو، دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، گرایش استراتژیک و بازاریابی