



Th
5 International Conference
Management, Accounting and
Economic Development

September 15, 2020
Tbilisi - Georgia



بررسی تأثیر مزیت رقابتی شرکت بر عملکرد شرکت (مورد مطالعه: شرکت آاناتا)

ملیکا مرادی^۱، محمد همت زاده^۲، مهدی غفاری^۳، کاوه بزازی خیابان^۴

۱-مدرس دانشگاه، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ماکو

۲-دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

۳-کارشناس ارشد مدیریت اجرایی- بازاریابی و صادرات، کارشناس اعتباری بانک ملت

۴-دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز

چکیده

هدف اصلی تحقیق حاضر، بررسی مزیت رقابتی شرکت بر عملکرد شرکت آاناتا می باشد. جامعه آماری شامل کارکنان و مدیران فروش و بازاریابی شرکت آاناتا و تعداد آن ۱۱۰ نفر می باشد. روش نمونه گیری در این تحقیق، تصادفی ساده بوده است. حجم نمونه آماری در این تحقیق بر اساس جدول مورگان ۸۶ نفر در نظر گرفته شد. به منظور جمع آوری داده های مورد نیاز تحقیق، از پرسشنامه های استاندارد مزیت رقابتی شرکت و عملکرد شرکت استفاده گردید. جهت تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده از نرم افزار SPSS و برای آزمون فرضیات پس از بررسی نرمال بودن که به وسیله آزمون کلموگروف اسمیرنوف انجام گرفت، از آزمون رگرسیون استفاده شد. در نهایت آزمون فرضیه های تحقیق حاکی از تایید تمامی فرضیه های دارد. بنابراین نتایج تحقیق نشان داد که؛ مزیت رقابتی شرکت بر عملکرد شرکت در شرکت آاناتا تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین هر کدام از ابعاد متغیر مزیت رقابتی، شامل: فاکتورهای درونی، تقاضای داخلی، صنایع مرتبط، استراتژی و ساختار بر عملکرد این شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارند. واژگان کلیدی: مزیت رقابتی شرکت، عملکرد شرکت، فاکتورهای درونی، تقاضای داخلی.