

بررسی تاثیر میزان توانمندی تکنولوژیک بر بلوغ بازاریابی در شرکت های صنایع دریایی

محمد مهدی عسکری^۱

^۱گروه مدیریت MBA دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، MM.ASKARI@YAHOO.COM

چکیده

توانمندی تکنولوژیک در یک سازمان صنعتی به توانایی هایی اطلاق می شود که موجب انتخاب صحیح، استقرار، راه اندازی، تعمیر و نگهداری اصلاح و گسترش تکنولوژی گردد. از طرفی توجه به بلوغ قابلیت های بازاریابی که منجر به ارزیابی فرآیند های بازاریابی در سازمانی می شود می توان به عنوان ابزاری کنترلی برای سازمان تلقی شود، که براساس آن نقاط قوت و ضعف سازمان را در زمینه فرایند های بازاریابی مشخص گردد. چرا یکی از ارکان موفقیت تجاری شرکت های علی الخصوص در صنایع دریایی بخش تجاری سازی و ساختار بازار آنها می باشد که می بایستی در این بخش سطح توانمندی خود را ارتقاء دهند تا بدین وسیله بتوانند میزان نرخ فروش خود را در بازار مخصوص به خود افزایش دهند. از همین رو در این پژوهش اقدام به بررسی تأثیر میزان توانمندی تکنولوژیک بر بلوغ بازاریابی در شرکت های صنایع دریایی شده است. در این بین با استفاده از نظر ۱۹۲ نفر از افراد کارشناس و با استفاده از پرسشنامه های استاندارد اقدام به جمع اوری اطلاعات شده است و سپس با آزمون تحلیل رگرسیون و معادلات ساختاری اقدام به آزمون فرضیات شده است. نتایج پژوهش نشان می دهد که بین توانمندی تکنولوژیک و ابعاد آن با بلوغ بازاریابی رابطه معناداری وجود دارد. در این بین میزان تأثیر مولفه های توانمندی-تکنولوژیک بر بلوغ بازاریابی به ترتیب از بیشترین شامل: میزان توانمندی بهره برداری از پیوندهای خارجی (۰,۶۱۷)، میزان توانمندی اکتساب تکنولوژی (۰,۳۶۹)، میزان توانمندی ارزیابی و گزینش تکنولوژی (۰,۳۴۴)، میزان توانمندی آگاهی (۰,۲۷۷)، میزان استراتژی تکنولوژی (۰,۲۰۵)، میزان توانمندی شایستگی محوری (۰,۱۶۶)، میزان توانمندی جستجو (۰,۱۵۴)، میزان توانمندی بکارگیری و جذب تکنولوژی (۰,۱۴۸)، میزان توانمندی یادگیری (۰,۱۳۲) می باشد.

واژه های کلیدی

توانمندی تکنولوژیک، بلوغ بازاریابی، صنایع دریایی

مقدمه

پیشرفت ها و تغییرات سریع در فناوری اطلاعات و ارتباطات، بالا رفتن سطح انتظارات جامعه، تقاضاهای جدید مشتریان، افزایش خدمات الکترونیکی، راه اندازی سیستم های اتوماسیون اداری، افزایش رقابت بین ارایه دهندگان خدمات و... همه و همه منجر به کاهش تقاضا برای خدمات سنتی و افزایش تقاضا برای خدمات جدید گردیده است. نوآوری عمری به درازای عمر بشر دارد زیرا بشر همواره به دنبال یافتن راه های جدیدی برای انجام کارهای خود بوده است.

بدون نوآوری، دنیایی که در آن زندگی می کنیم چهره ای کاملاً متفاوت خواهد داشت، تصور دنیایی بدون هواپیما، اتومبیل، مخابرات و ... بسیار مشکل است. متغیرهایی که در این تحقیق قصد بررسی آنها را داریم، در واقع مؤلفه های مشترک در بین محققانی است که در این زمینه مطالعاتی را انجام داده اند. لازم به ذکر است که در صنعت دریایی با توجه به نبود دیدگاه سیستماتیک و استراتژیک به این صنعت ما شاهد عدم توجه کافی به بخش بازاریابی در بخش صنایع دریایی هستیم و بیشتر توجه شرکت ها به بخش تولید می باشد که در این بین با در نظر گرفتن نرخ رشد این صنعت در کشور و افزایش سطح کمی و کیفی رقابت در این بخش در سالهای آتی لازمه داشتن یک سیستم بازاریابی کارآمد و اثربخش که تمامی ابعاد نیازهای تجاری شرکت ها را مرتفع سازد، روز افزون گردیده و تمرکز بر بلوغ بازاریابی این شرکت ها را افزایش داده است. [۱] به همین دلیل شناسایی ابزارهای موثر در این بخش می تواند کمک شایانی به ارتقاء و رشد هر چه بیشتر این بخش در صنایع دریایی کشور نماید، از طرفی توجه به نقش تکنولوژی در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها بر کسی پوشیده نیست. کشورهایی که در علم و تکنولوژی نوین پیشقدم بوده اند نه تنها از ارزیابی مستمر شرکت ها و موسسات و مراکز علمی خود غافل نبوده اند بلکه به اتکای ارزیابی های خردمندانه به استراتژی هایی موثر برای بهره وری از نیروی انسانی پژوهشگر، افزایش کیفیت تحقیقات و نتایج بدست آمده از آنها و زمینه سازی برای همکاری های ملی و بین المللی این مراکز دست یافته اند. امروزه تکنولوژی حمایت کننده مزیت رقابتی کشورها و عامل پیشرفت صنعت و توسعه اقتصادی می باشد و ارزیابی تکنولوژی، به طور فزاینده ای به عنوان یک ابزار مهم جلو برنده در تغییر و توسعه تکنولوژی مطرح است. [۲]

از این رو توانمندی تکنولوژی باعث می شود که توان رقابتی شرکت ها افزایش یابد و نسبت به رقبا بتوانند در فروش محصولات خود موفق تر باشند و از طرفی نیز میزان فروش خود را افزایش دهند و همچنین میزان سودآوری شرکت را متاثر سازند. از این رو با توجه به مشکلات موجود در بخش توان تکنولوژیک در شرکت های صنایع دریایی و عدم وجود انگیزه لازم جهت ارتقاء سطح توانمندی تکنولوژیک به دلیل نیاز به سرمایه زیاد و نداشتن آگاهی از اثرات مثبت و سازنده ارتقاء سطح توانمندی تکنولوژیک در این پژوهش اقدام به بررسی تاثیر میزان سطح ابعاد توانمندی تکنولوژی بر بلوغ بازاریابی شرکت های صنایع دریایی شده است. تا بدین صورت مشخص شود که میزان سطح توانمندی شرکت های صنایع دریایی