

مدیریت کسب و کار

دانشگاه تهران - بهمن ۱۳۹۵

ISC ۹۷۱۸۰-۸۱۲۰۱

بررسی تأثیر بازارگرایی و قابلیت انعطاف پذیری بازار بر عملکرد اقتصادی و اجتماعی (مورد مطالعه: شرکت های
بازرگانی در عرصه لبنیات در شهر تهران)

دکتر یوسف رمضانی^۱

۱- استادیار گروه مدیریت، مؤسسه آموزش عالی عطار مشهد، ایران

فاطمه علی پور^{۲*}

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، مؤسسه آموزش عالی عطار مشهد، ایران (نویسنده مسئول)

چکیده

هدف مطالعه حاضر، بررسی تأثیر بازارگرایی و قابلیت انعطاف پذیری بازار بر عملکرد اقتصادی و اجتماعی بوده و جامعه‌ی آماری این تحقیق، شرکت های بازرگانی در عرصه لبنیات در شهر تهران می‌باشد. با توجه به فرمول بنتلر و چو، تعداد ۲۱۰ نفر به طور تصادفی به عنوان نمونه‌ی آماری انتخاب و میانگین پاسخ‌های آنها در نظر گرفته شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه با تأیید روایی به روش محتوایی و تحلیل عاملی و پایایی با محاسبه‌ی ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS و Smart PLS انجام شد. نتایج، حاکی از این بودند که فرضیه های مورد مطالعه، اعم از تأثیر مثبت و معنی‌دار بازارگرایی و قابلیت انعطاف پذیری بازار بر عملکرد اقتصادی و اجتماعی و همچنین نقش تعدیلگر بازارگرایی و قابلیت انعطاف پذیری بازار؛ مورد تأیید واقع شدند.

کلید واژه ها: بازارگرایی، قابلیت انعطاف پذیری بازار، عملکرد اقتصادی، عملکرد اجتماعی.

* Email: F.alipour73@yahoo.com