

بررسی تأثیر پیاده سازی استراتژی های رقابتی پورتر در عملکرد شرکت از دیدگاه مشتریان شرکت گلرنگ

منیژه شکری^۱

زهرا هوشمند نقابی^۲

سودابه مرشدیان رفیعی^۳

چکیده:

امروزه با توجه به خصوصی سازی سازمان ها و در شرایط رقابتی روزافزون در زمینه افزایش فروش و اندازه سهم بازار، آنچه بیش از همه در فرایند برنامه ریزی و بازاریابی اهمیت دارد، به کارگیری استراتژی های رقابتی است. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر پیاده سازی استراتژی های رقابتی پورتر در عملکرد شرکت از دیدگاه مشتریان شرکت گلرنگ جامعه آماری این پژوهش، شامل تمامی مشتریان شرکت گلرنگ در شهر تهران می باشد که تعداد آنها در مجموع ۳۸۴ نفر می باشد که بصورت روش نمونه گیری تصادفی در دسترس انجام گرفته است. در این پژوهش جهت سنجش اعتبار محتوا بر اساس نظر اساتید راهنما و مشاور استفاده شده است. پایایی همه متغیر در دامنه قابل قبول قرار داشت که از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که پایایی کل سوالات برابر با ۰,۹۲ است. برای جمع آوری داده های لازم جهت آزمون فرضیه های تحقیق از پرسشنامه استاندارد استراتژی عموم مایکل پورتر استفاده شده است. برای تحلیل توصیفی داده ها، از جداول نمودارها، شاخص های پراکندگی و برای تحلیل آمار توصیفی از آماره های میانگین-میانه- فراوانی، میانگین متغیرهای تحقیق و آزمون کولموگروف اسمیرنوف در بسته نرم افزاری SPSS و برای بررسی استنباطی فرضیه ها و روش حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار PLS نسخه ۲ استفاده شده است. یافته ها و نتایج تحقیق نشان می دهد که استراتژی رهبری در هزینه، تمرکز و تمایز بر عملکرد شرکت تأثیر معنی داری دارد و استراتژی تمرکز دارای بیشترین ضریب همبستگی است.

واژه های کلیدی: استراتژی بازاریابی، عملکرد شرکت، حداقل مربعات جزئی

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر

^۲ استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر

^۳ استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلام شهر