



عوامل موثر بر کسب و کار

رضا توکلی^۱ و دکتر محمد مهدی اشرفیان رهقی^۲

^۱ رضا توکلی دانشجوی مدیریت کسب و کار دانشگاه علمی کاربردی واحد طراحی مبلمان Reza.tavakkoli@gmail.com

^۲ استاد دانشگاه M. ashrafian61@yahoo.com

چکیده- هدف از این تحقیق بررسی عوامل موثر بر بهبود کسب و کار در بنگاه های اقتصادی می باشد بررسی مقالات و مطالعات صورت گرفته مبین این مساله می باشد که صرفا تولید به تنهایی نمیتواند موجب رشد و سوددهی سازمان گردد و میبایست با توجه به صلیقه مصرف کننده و نو آوری محصولی ارائه نمود که نیازهای مصرف کننده نهایی را برطرف نماید

واژگان کلیدی: نگرش کار آفرینانه و مدیریت دانش. اهمیت تبلیغات در کسب و کار. بازار گرای و نو آوری

مقدمه

با سرعت یافتن دگرگونی در شیوههای استفاده از فنون و ابزارها، منابع انرژی و افزایش میزان سرمایه گذاری در سده های اخیر، تنوعی فزاینده در ساختار بازارها پدیدار گشته و با همین تنوع و همچنین گسترش دامنه انتخاب «این یا آن» برای مشتری، شرایطی نوین و متفاوت پدید آمده است. اما سطح پیشرفتهای مزبور با سطح رشد خواستههای مشتری همراه نبوده است. باید گفت که با ظهور افقهای تازه پیش روی روشهای تفکر و شیوههای پژوهش، ضریب بالایی از تخصصی شدن پدید آمده است. تخصص در دوران جدید، ابزارهای جدید آفریده و ابزارهای جدید شرایط تازههای پدید آورده اند. روزگاری قواعد بازاریابی با نگاهی از درون شرکت به بیرون آن تعیین و تعریف می گردید. سالها طول کشید تا شرکتها دریافتند که برای رشد و توسعه خود باید با توجه به نیازهای بیرون به درون شرکت بپردازند. هنوز بسیاری شرکتهایی که قاعده بازی را نشناخته اند و اصرار به فروش

تولیدات خود، بدون توجه به نیازهای مشتری دارند. بازاریابی و مفاهیم مرتبط با بازار، دگرگونیهای زیادی در دوران از آن رو مورد توجه سازمانهای عصر حاضر قرار دارد، چرا که حاضر به خود دیده است. بازاریابی مشتری اکنون به دلیل پیشی گرفتن تولید بر تقاضا و افزایش رقابت میان تولیدکنندگان، انتخاب گر شده است. بقا و توسعه سازمانهای امروز در گرو رضایتمندی مشتریان آنها است. بازاریابی، امروز نه بر محور امکانات تولیدی که براساس تأمین رضایت مشتری استوار شده است. به طور کلی میتوان گفت: وظیفه بازاریابی تنها افزایش تقاضا برای تعدادی از کالاها و خدمات نیست. هدف اصلی بازاریابی، «مدیریت تقاضا» است. به عبارتی مهارت تنظیم و اداره سطح، زمان و ترکیب عوامل تقاضا می باشد. از سوی دیگر امروزه سازمانها با چالشهای روزافزون عوامل مؤثر و متعددی مانند: بازار، تکنولوژی، محیط قانونی، محیط اجتماعی، مسائل جمعیت شناختی و رقبا مواجهاند که واکنش موفقیت