

بررسی تاثیر مزیت رقابتی بر توسعه توان صادراتی(شرکت زمزم)

نسرین مرادی*, نعمت فلیحی پیربستی,

1395-06-31

چکیده امروزه دستیابی به مزیت رقابتی، یکی از مهمترین دغدغه‌های پیش روی مدیران جهت سودآوری بیشتر در سازمان‌ها می‌باشد. بنابراین شناسایی ابعاد مزیت رقابتی و تاثیر آن بر خروجی‌های سازمان می‌تواند از اهمیت بالایی برخوردار باشد. هدف از نگارش پژوهش حاضر، بررسی تاثیر مزیت رقابتی بر توسعه توان صادراتی شرکت زمزم می‌باشد. تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی محسوب می‌شود. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسشنامه بوده که برای تدوین آن، از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. برای سنجش مزیت رقابتی از ابعاد قیمت، کیفیت، تصویر عمومی، طراحی، پشتیبانی و عدم تمایز استفاده شد. جامعه آماری تحقیق حاضر، 165 نفر از مدیران، کارشناسان و بازاریابان شرکت زمزم می‌باشند که با بهره‌گیری از فرمول حجم نمونه به 116 نفر کاهش یافت. نتایج حاصل از بکارگیری آزمون‌های همبستگی پیرسون و رگرسیون بیانگر تاثیر مثبت و معنادار مزیت رقابتی و ابعاد آن بجز تصویر عمومی و پشتیبانی بر توسعه توان رقابتی شرکت زمزم بود. ضمن اینکه در میان ابعاد مزیت رقابتی نیز، تمایز به عنوان مهمترین بعد انتخاب شد.

کلمات کلیدی : مزیت رقابتی، رقابت‌پذیری، توان صادراتی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)