

Мохаммад Фавзі Шубіта

Взаємозв'язок між маркетинговою стратегією та прибутковістю промислових фірм: Дані з Йорданії

Маркетингова стратегія – це загальний план фірми охопити потенційних споживачів та перетворити їх на постійних покупців своїх послуг чи продуктів. Мета цієї статті – дослідити зв'язок між прибутковістю та маркетинговою стратегією, щоб зрозуміти, як прибутковість фірми впливає на маркетингову стратегію. Крім того, оцінюється вплив рентабельності активів (ROA) на маркетингову стратегію компанії. Дослідження використовує регресійні моделі з випадковим ефектом; маркетингова стратегія вимірюється з допомогою коефіцієнта витрат на продаж, який дорівнює витратам на продаж проти загальних активів. Розмір фірми є контрольною змінною, яка представлена нормальним логарифмом загального обсягу продажів. Вибірка дослідження охоплює Йорданські промислові компанії-акціонери; період аналізу – з 2005 до 2020 року. Дослідження зібрало 808 щорічних спостережень. Результати показують, що ROA має статистично значущий вплив на маркетингову стратегію, проте її компоненти не мають жодного впливу. Коефіцієнт детермінації R^2 (пояснювальна сила) для моделі 1 становить 18,8 %, а для моделі 2 – 11,4 %. Отож, основний висновок полягає в тому, що компоненти ROA не містять додаткової інформації для пояснення відмінностей у маркетинговій стратегії. Дослідження рекомендує промисловим компаніям в Йорданії підвищити свою прибутковість, використовуючи різносторонню маркетингову стратегію, зосередившись на задоволенні клієнтів, інвестуючи в дослідження ринку, використовуючи соціальні медіа та розвиваючи сильний імідж бренду.

Ключові слова: прибутковість, маркетингова стратегія, промислові фірми, витрати на продаж, розмір фірми, Йорданія

Класифікація JEL: M37, M31, D41



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.