

## عنوان مقاله:

گزینش بهترین استراتژی بازاریابی جهت بهبود عملکرد بازاریابی صنایع دستی زنجان با استفاده از رویکرد فرایند تحلیل شبکه ای

## محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

فیروزه حاج علی اکبری - استادیار، گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

رضا نوروزی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی (گرایش بازاریابی)، گروه مدیریت، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

## خلاصه مقاله:

در محیط پیچیده و پویای امروز، کارگاه ها و واحدهای تولیدی فعال در حوزه صنایع دستی برای پیشرو بودن در مدیریت بازار نیازمند اتخاذ استراتژی هایی هستند که بتواند آنها را در دستیابی به عملکرد بازار مطلوب یاری رسانده و با شرایط پویای بازار رقابتی همگام نماید؛ این امر زمانی با اهمیت و ضروری تر می شود که رکود اقتصادی نیز بر شرایط اقتصادی کشور حاکم و بخش های تولیدی و خدماتی را فرا گرفته باشد. در حال حاضر، صنایع دستی کشور دارای چینی وضعیت پیچیده ای بوده و علاوه بر مشکلات اقتصادی پیش رو، با تحولات اجتماعی، فناورانه و وجود رقبای جدی مواجه است؛ بنابراین هدف پژوهش حاضر گزینش بهترین استراتژی بازاریابی برای بهبود عملکرد بازاریابی در صنایع دستی استان زنجان به عنوان یکی از قطب های صنایع دستی کشور در نظر گرفته شد که از این لحاظ هدف پژوهش حاضر کاربردی است. جهت تحقق هدف پژوهش، از رویکرد فرایند تحلیل شبکه ای بهره گرفته شد. بدین ترتیب که براساس رویکرد پیشنهادی، ساختار تصمیمی در 3 سطح تدوین و قرار شد بهترین استراتژی بازاریابی براساس 5 معیار اساسی عملکرد بازاریابی در قالب مدل سیستم بازخور اصلاح شده، گزینش شود. لذا پرسشنامه ای تخصصی حاوی 11 ماتریس مقایسات زوجی تهیه و میان 15 نفر از مدیران دستگاه های متولی صنایع دستی از جمله اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، شرکت شهرک های صنعتی و اعضای خبره اتحادیه ها و تعاونی های صنایع دستی زنجان توزیع گردید و پس از جمع آوری به کمک فرایند تحلیل شبکه ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها نشان داد که از بین معیارها، رشد فروش و از بین 5 گزینه و استراتژی تنوع جهت بهبود عملکرد بازاریابی صنایع دستی نسبت به سایر استراتژی های بازاریابی از ارجحیت بالاتری برخوردار است.

## کلمات کلیدی:

استراتژی بازاریابی، عملکرد بازاریابی، صنایع دستی، رویکرد فرایند تحلیل شبکه ای

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1121882>

