

## عنوان مقاله:

تأثیر نوآوری محصول بر بازاریابی مثبت برای ایجاد مزیت رقابتی در صنایع سلولزی

## محل انتشار:

ششمین همایش بین المللی مطالعات اجتماعی و تربیتی در جهان اسلام (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسندگان:

عارفه بابایی

سعیده بابایی

زهرا حسن زاده

الناز رستم پور

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش مطالعه و بررسی تأثیر نوآوری باز بر بازاریابی جهت ایجاد مزیت رقابتی در صنایع سلولزی استان آذربایجان شرقی می باشد. روش این تحقیق که از نوع توصیفی و همبستگی می باشد به مطالعه در صنعت سلولزی پرداخته است. بنابراین جامعه آماری، صنایع سلولزی می باشد که ابزار گردآوری اطلاعات علاوه بر مطالعه کتابخانه ای، پرسشنامه است که روایی آن از طریق بررسی پرسشنامه ها توسط اساتید و کارشناسان صنعت استان و پایایی آن نیز با تست آلفای کرونباخ با مقدار 0.82 تایید شده است. یافته های تحقیق: 1- نوآوری محصول بر روش های بازاریابی مثبت تأثیر مثبت و معنی دار دارد. 2- بازاریابی مثبت بر ایجاد مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معنی دار دارد. 3- نوآوری محصول بر مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معنی دار دارد.

## کلمات کلیدی:

نوآوری محصول، مزیت رقابت، بازاریابی مثبت

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1181140>

