

عنوان مقاله:

بررسی راهکارهای افزایش صادرات صنایع دستی به کشورهای حوزه خلیج فارس با میانجیگری بازاریابی دیجیتال

محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

وحیدرضا میرابی - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

حمیدرضا دهستانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

خلاصه مقاله:

سیاستگذاران و برنامه ریزان کشور به این باور رسیده اند که توسعه صادرات غیرنفتی و رهایی از اقتصاد تکمحصولی نفت، ضرورتی اجتناب ناپذیر است. در بسیاری از شهرها و روستاها خصوصا مناطق عشایر نشین و مناطقی که قدمت تاریخی و فرهنگی بالایی دارند، صنایع دستی اصیل جایگاه والایی داشته و پس از کشاورزی و دامداری مهمترین منبع درآمدی است. باوجود آنکه صنایع دستی کشور قابلیت عرضه در سطح ملی و بین المللی را دارند، اما به دلیل کمبودها و عدم توانایی تولیدکنندگان در بازاریابی و تبلیغات؛ بهجز حضور در برخی نمایشگاه ها فرصت بازاریابی گسترده ای وجود ندارد. درحالیکه به لطف شبکه های مجازی و اینترنت محدودیتهای جغرافیایی بی معنا شده و امکان بازاریابی دیجیتال فراهم آمده است. در این تحقیق به بررسی راهکارهای افزایش صادرات صنایع دستی به کشورهای حوزه خلیج فارس با میانجیگری بازاریابی دیجیتال پرداخته شده است. بدین منظور با تدوین پرسشنامه و نظرسنجی از ۱۵۸ نفر از کارکنان و کارمندان و پرسنل معاونت صنایع و هنرهای دستی وزارت میراث فرهنگی و صنایع دستی و استفاده از جداول فراوانی، تحلیلتوصیفی و معادلات ساختاری در نرم افزار SPSS و Smart-PLS به بررسی راهکارهای افزایش صادرات صنایع دستی به کشورهای حوزه خلیجفارس با میانجیگری بازاریابی دیجیتال شهر پرداخته شد. بر اساس نتایج پژوهش، شاخص های نوآوری، حمایت دولت، محدودیت محیط، انسانی، اقتصادی، مواد و محصولات و مزیت رقابتی به صورت مستقیم و به صورت غیرمستقیم با در نظر گرفتن بازاریابی دیجیتال به عنوان متغیر میانجیمنجر به افزایش صادرات صنایع دستی به کشورهای حوزه خلیج فارس شده اند.

کلمات کلیدی:

صنایع دستی، صادرات، حوزه خلیج فارس، بازاریابی دیجیتال.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1621608>

