

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی شاخص های موثر بر توسعه بازاریابی با استفاده از تکنیک تصمیم گیری چندمعیاره

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی فناوری اطلاعات، مدیریت و کامپیوتر (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

مهدی روغنی - عضو هیات علمی و استادیار گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد امیدیه

خلاصه مقاله:

امروزه بنادر و صنعت حمل و نقل دریایی در یک محیط کاملا رقابتی فعالیت می نمایند و به منظور کسب حداکثر رضایت مشتریان و کسب درآمد ناگزیر به استفاده از ابزارهای بازاریابی و بهره‌گیری از آنها می‌باشند. حضور موثر در بازارهای به شدت رقابتی موجود نیازمند به شنا سایی الگوهای پیشرفت است و آنچه که ضامن تحویل و تحقق آن است، همانا تاکید بر برنامه ریزی، تحقیق و مطالعه و اعمال مدیریت متناسب با زمان است. در این پژوهش اقدام به شناسایی و رتبه بندی شاخص های لجستیکی موثر بر توسعه بازاریابی پایانه غلات بندر امام خمینی (ره) پرداخته شد و نتایج را در راستای برنامه ریزی کارا تر و تمرکز هرچه بیشتر بر عوامل مهم تر و تاثیرگذارتر توسط این بندر بیان نموده است. نتیجه گیری: با بکارگیری روش تکنیک دلفی فازی برای جمع آوری نظرات خبرگان در خصوص شناسایی شاخص های موثر پرداخته شد و در نهایت بعد از سه مرحله نظرات خبرگان به توافق جمعی رسیدیم و تعداد هفت شاخص سایی گردید که شامل: نیروی انسانی، موقعیت جغرافیایی، قوانین و مقررات، عوامل زیرساختی و روساختی، شرایط سیاسی اقتصادی و اجتماعی، عوامل پسکرانه ای، رقابت پذیری در ادامه تحقیق مشخص شد که شاخص رقابت پذیری با ۳۹ درصد در رتبه اول و عوامل پ سکرانه ای و زیر ساختی و رو ساختی هر دو با ۲۱ درصد در رتبه دوم و شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی با ۱۵ درصد در رتبه سوم و قوانین و مقررات، موقعیت جغرافیایی و نیروی انسانی در رتبه های بعدی قرار گرفت.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، توسعه، شناسایی، رتبه بندی، تصمیم گیری چندمعیاره.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2083896>

