

عنوان مقاله:

بررسی تطابق خدمات بازاریابی اتاق بازرگانی با انتظارات تولید کنندگان

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مهسا مظاهری - گروه مدیریت بازرگانی دانشکده علوم انسانی دانشگاه ملایر ایران

فاطمه دهاقین - گروه مدیریت بازرگانی دانشکده علوم انسانی دانشگاه ملایر ایران

رقیه معظمی گودرزی - گروه مدیریت بازرگانی دانشکده علوم انسانی دانشگاه ملایر ایران

فتانه یاراحمدی - گروه مدیریت بازرگانی دانشکده علوم انسانی دانشگاه ملایر ایران

خلاصه مقاله:

هدف کلی بررسی تطابق خدمات بازاریابی با انتظارات تولیدکنندگان مطالعه موردی: شهر همدان است جامعه آماری شامل کلیه 333 نفر از افراد عضو در اتاق بازرگانی که شامل 4 دسته بازرگانی؛ کشاورزی؛ صنعتی و معدنی می باشد که براساس روش نمونه گیری خوشه ای تنها دو دسته صنعتی و معدنی انتخاب شدند که جامعه آماری آنها 80 نفر میباشد در این پژوهش روش نمونه گیری براساس نمونه گیری تصادفی - ساده صورت پذیرفته است. خدمات بازاریابی اتاق بازرگانی با انتظارات تولیدکنندگان تطابق داشته است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی شامل فراوانی میانگین درصد فراوانی انحراف معیار و همچنین از آمار استنباطی برای تعیین صحت و سقم فرضیه ها که شامل آزمایش همبستگی پیرسون است استفاده شده است. خدمات تبلیغات تجاری اتاق بازرگانی با انتظارات تولیدکنندگان تطابق داشته است.

کلمات کلیدی:

خدمات بازاریابی؛ انتظارات تولیدکنندگان؛ خدمات آموزشی؛ اتاق بازرگانی؛ خدمات ترویجی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/466204>

