

عنوان مقاله:

عوامل مؤثر بر جذب کاربران کتابخانه های عمومی شهر تبریز با استفاده مدل بازاریابی 4p

محل انتشار:

همایش پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

زهرا هفتادی یام - دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

هدف: پژوهش حاضر با هدف آشنایی با عوامل مؤثر بر جذب کاربران کتابخانه های عمومی شهر تبریز با استفاده از عناصر آمیخته بازاریابی مدل 4p انجام گرفته است. روش شناسی: ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه های استاندارد بازاریابی 4p ، بر اساس عناصر آمیخته بازاریابی است. جامعه آماری این پژوهش براساس آخرین آمار تا پایان دی ماه سال 1394 شامل 33 هزار و 428 نفر از اعضای کتابخانه های عمومی شهر تبریز است و حجم نمونه از طریق فرمول کوکران برابر با 420 نفر از اعضای کتابخانه های عمومی شهر تبریز به دست آمد. از میان 420 پرسشنامه که پخش شد در نهایت نیز 375 پرسشنامه جمعآوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و استنباطی و از شاخص های آماری نظیر جدول های توزیع فراوانی، شاخص های مرکزی، میانگین، انحراف معیار استفاده شده است. همچنین، برای بررسی داده ها از آزمون های فریدمن و t تک متغیره استفاده شده است. یافته ها: یافته های پژوهش نشان داد عناصر آمیخته بازاریابی در جذب کاربران به کتابخانه های عمومی شهر تبریز تأثیر دارد. همچنین، مؤلفه های محصول، توزیع و ترفیع در جذب کاربران به کتابخانه های عمومی شهر تبریز نقش دارد ولی مؤلفه قیمت در جذب کاربران نقش ندارد. یافته های این پژوهش نشان داد با کمک مؤلفه های عناصر آمیخته بازاریابی میتوان به جذب کاربران کتابخانه های عمومی شهر تبریز کمک کرد.

کلمات کلیدی:

کتابخانه های عمومی شهر تبریز، جذب کاربران، مدل 4p ، عناصر آمیخته بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/492490>

