

عنوان مقاله:

بررسی رابطه عوامل بازاریابی با ارتقای جایگاه صادرات صنایع چوب شهرستان ملایر

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

نرگس نوروزی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه ملایر نویسنده مسئول

خلاصه مقاله:

این تحقیق به منظور بررسی رابطه عواملی باز تحقیق دارای یک فرضیه اصلی می باشد که قصد اثبات رابطه بین عوامل بازاریابی را با ارتقاء صادرات صنایع چوب داشت و دارای ۴ یابی با ارتقای جایگاه صادرات صنایع چوب شهرستان ملایر انجام شده است. این فرضیه فرعی است که رابطه ابعاد عوامل بازاریابی (مدیریت، محیط، استراتژی و آمیخته) را با ارتقاء صادرات صنایع چوب به اثبات رسانده است، روش تحقیق مورد استفاده در این پروژه تحقیقاتی به صورت توصیفی و همبستگی می باشد و با ارائه جداول و آمارهای توصیفی و با استفاده از ضریب همبستگی به نتایج فرضیه ها خواهیم پرداخت، این تحقیق از نظر هدف تحقیق به صورت کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل تمام صادر کنندگان، وارد کنندگان، متخصصان آشنا به مقوله مربوط در صنایع چوب و اتاق بازرگانی شهرستان ملایر می باشد. تعداد ۷۰ نفر با توجه به جدول مورگان به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند که جهت گرد آوری اطلاعات از دو پرسشنامه عواملی موثر بر بازاریابی و پرسشنامه ارتقا جایگاه صادرات استفاده شد، ۷۰ پرسشنامه را در اختیار ۴ گروه از آنها که در دسترس هستند قرار گرفت که از آنها خواسته شده که کامل کرده و پس از تجزیه و تحلیل آماری توسط نرم افزار SPSS ۲۰ با آزمون ضریب همبستگی پس از بررسی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، نتایج تحقیق نشان داد که بین متغیرهای عوامل بازاریابی با ارتقاء صادرات صنایع چوب رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین نتایج نشان داد که متغیر عامل مدیریت، عامل محیط، عامل استراتژی و آمیخته بازاریابی با ارتقاء صادرات چوب رابطه مثبت و معناداری وجود دارد

کلمات کلیدی:

عامل مدیریت، عامل محیط، عامل استراتژی، آمیخته بازاریابی، صادرات چوب

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500402>

