

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بکارگیری بازاریابی نوین بر عملکرد صادرات کارخانجات تولیدی کاشان (مطالعه موردی: کارخانجات تولید فرش ماشینی)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

عادل صحرایی ابریشمی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، واحد نراق، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران

علی یزدخواستی - عضو هیئت علمی دانشگاه کاشان (دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم انسانی)

خلاصه مقاله:

صنعت فرش ماشینی به عنوان مهمترین صنعت در صنایع دستی و پردرآمدترین صادرات غیرنفتی کشور از سالیان دور مطرح بوده و جایگاه رفیع آن در بخش فرهنگی و اجتماعی و مزایای بی شمار دیگر اهمیت روزافزونی یافته است. باین حال نگاهی به آمارهای سالیانقبل نشان می دهد این هنر اصیل در بازارهای دنیای امروز، رقابت را به رقیبان تازه نفس واگذار نموده و چنانچه تمهیدات مناسبی برای مبارزه با معضلاتی که موجب این رکود گردیده اتخاذ نشود، صنعت فرش نیز به بسیاری از هنرهای کهن ایرانی می پیوندد. لذا هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر بکارگیری بازاریابی نوین بر عملکرد صادرات کارخانجات تولیدی کاشان (مطالعه موردی: کارخانجات تولید فرش ماشینی بوده که جامعه مورد تحقیق کلیه مدیران و کارکنان شرکت های صادرکنندگان فرش ماشینی شهرکاشان بودند که با توجه به اطلاعات جمعآوری شده تعداد 160 نفر به صورت سرشماری انتخاب شدند. ابزار سنجش تحقیق حاضر جهت بررسی تاثیر بکارگیری بازاریابی نوین از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از تحقیق حسینی و همکاران (1387) و برای سنجش عملکرد صادراتی نیز از پرسشنامه سنجش عملکرد صادرات توسط زو و همکاران (1995) استفاده گردید. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آمار توصیفی و آمار استنباطی به کمک آزمون تحلیل عاملی با نرم افزارهای SPSS و مدل ساختاری Lisrel صورت گرفت. نتایج نشان داد هر سه روش بکارگیری بازاریابی نوین یعنی استفاده از اینترنت، استفاده از اینترنت در فعالیت های مرتبط با کانال ها ، و استفاده از اینترنت مطابق با تحقیقات بازاریابی بر عملکرد صادراتی شرکت های فرش ماشینی شهر کاشان تاثیر گذار هستند.

کلمات کلیدی:

بازاریابی نوین، بازاریابی اینترنتی، بازاریابی الکترونیکی، عملکرد صادرات، فرش ماشینی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/536332>

