

## عنوان مقاله:

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر بازاریابی بندر شهید رجایی با استفاده از روش تحلیل SWOT

## محل انتشار:

هجدهمین همایش صنایع دریایی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

میلاذ عیدانی - کارشناسی ارشد بندر و کشتیرانی دانشکده مهندسی دریا دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

الهام الهیاری - کارشناسی ارشد بندر و کشتیرانی دانشکده مهندسی دریا دانشگاه دریانوردی و علوم دریایی چابهار

## خلاصه مقاله:

بنادر بعنوان دروازه های ورود و خروج کشورها و متصل کننده انواع روشهای مختلف حمل و نقل به یکدیگر یم باشند و از این رو بنادر بعنوان نقاط استراتژیک یاد می گیرند اغلب بنادر تجاری دنیا به این مهم دست یافته که مشتری مداری و کسب رضایت مشتریان بندر عامل حیاتی برای حفظ بقا و رشد بندر میباشد این پژوهش به شناسایی و اولویت بندی مجموعه عوامل موثر بر بازاریابی بندر شهید رجایی پرداخته و از این لحاظ هدف کاربردی و توسعه ایست و از روش دلفی برای تحلیل، بررسی و نتیجه گیری استفاده نموده است جامعه آماری این پژوهش نامشخص و تعداد اعضای نمونه براساس فرمول کوکران پس از آزمون اولیه pretest تعداد 96 نفر به دست آمده است ابزار اصلی جمع آوری و اندازه گیری متغیرهای پژوهش پرسشنامه می باشد. ابتدا مجموعه عوامل داخلی و خارجی موثر بر بازاریابی بندر شهید رجایی که شامل مجموعه نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید می باشند شناسایی و سپس با استفاده از روش تحلیل SWOT اقدام به رتبه بندی عوامل داخلی و خارجی و تعیین جایگاه بندر در ماتریس SWOT شده است با توجه به مقادیر به دست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی بندر شهید رجایی استراتژی تهاجم رشد و توسعه ای برای بندر پیشنهاد گشته است.

## کلمات کلیدی:

بندر شهید رجایی ، بازاریابی، رضایت مشتری، تحلیل SWOT

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/564707>

