

عنوان مقاله:

تعیین و بررسی عوامل کلیدی آمیخته بازاریابی موثر بر صادرات گیاهان دارویی مطالعه موردی: استان خراسان رضوی

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری با رویکرد ارزش آفرینی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

ستاره سالکی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین المللی، موسسه آموزش عالی فردوس مشهد

احمد شهرباف عیدگاهی - عضو هیات علمی گروه مدیریت موسسه آموزش عالی عطار مشهد

سیدمحمد ناصری - عضو هیات علمی گروه مدیریت موسسه آموزش عالی فردوس مشهد

خلاصه مقاله:

آمیخته بازاریابی به عنوان ابزار موثر کسب و کار و مجموعه‌ای از عوامل قابل کنترل در بازاریابی است که برای تحت تاثیر قرار دادن مشتریان و به منظور ایجاد رفتارها، واکنشها و عکسالعملهای مورد نیاز ترکیب میشود تا پاسخگوی تقاضای بازار هدف باشد. پژوهش حاضر به شناسایی و بررسی عوامل کلیدی آمیخته بازاریابی موثر بر صادرات گیاهان دارویی استان خراسان رضوی پرداخته است. تحقیق پیشرو از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی میباشد، که جامعه آماری آن 70 شرکت صادرکننده گیاهان دارویی بوده که در 5 سال اخیر اقدام به صادرات کرده‌اند. پرسشنامه در دو مرحله توزیع شد، مرحله اول در بین اساتید دانشگاه و صادرکنندگان و مرحله دوم در بین صادرکنندگان گیاهان دارویی توزیع شد. تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران، 40 نفر در نظر گرفته شد. برای جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه توسط پژوهشگر طراحی شد. روایی پرسشنامه با روایی محتوا و روایی سازه و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ تایید شد. ضریب آلفا برای سوالات پرسشنامه 0/821 میباشد. به منظور تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار Smart-PLS و Spss استفاده شده است. در پرسشنامه خبرگان آمیخته شواهد فیزیکی به دلیل اهمیت کم حذف شد. نتایج تحقیق نشان داد افراد، فرایند، محصول، توزیع، قیمت، ترفیع و بهرهوری به ترتیب بالاترین اولویت را بر صادرات گیاهان دارویی دارند

کلمات کلیدی:

عوامل آمیخته بازاریابی، صادرات، گیاهان دارویی، خراسان رضوی، همبستگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/622285>

