

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عوامل محیطی بر فرایند تصمیم گیری خریداران صادراتی محصولات فولادی (مورد مطالعه: شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان)

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت بازاریابی (سال: 1387)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسنده:

سید محمود حسینی امیری - دستیار آموزشی دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

فرایند تصمیم گیری همان چیزی است که درکانون توجه هرفروشنده سازمانی است و توجه بیشتر بهتر به زوایا و ابعاد این فرایند موفقیت قطعی ترفروشنده رادرام بازاریابی و فروش محصولات خود به ارمغان خواهد آورد. در این تحقیق هدف عمده یعنی تاثیر گذاری عوامل محیطی غیر قابل کنترل و عناصر آمیخته بازاریابی بر فرایند تصمیم گیری مورد توجه قرار گرفت این تحقیق به لحاظ هدف کاربری و از نظر ماهیت و روش توصیفی پیمایشی بوده و با استفاده از روش کتابخانه ای جهت بررسی پیشینه و ادبیات نظری موضوع تحقیق و از روش میدانی جهت جمع آوری داده ها مورد نیاز استفاده گردید. از نتایج این تحقیق آن بوده است که محقق توانست رابطه های معنی داری قابل قبولی را بین شرایط پرداخت ارزش کالا و شرایط تحویل کالا و نیز شرایط پرداخت ارزش کالا و شخصیت سازمانی شرکت تولید کننده فولاد به دست آورد همچنین از نتایج جانبی این تحقیق آن بود که عامل محیطی غیر قابل کنترل و آمیخته بازاریابی دارای همبستگی معنی دار قابل قبول بودند و با توجه به مباحث و ادبیات نظری تحقیق مبنی بر تاثیر مستقیم عامل محیطی غیر قابل کنترل بر آمیخته بازاریابی محقق مدل بهبود یافته خرید سازمانی کاتلر و آرمسترانگ را در حوزه صادرات محصولات فولادی پیشنهاد داده است.

کلمات کلیدی:

عوامل محیطی غیر قابل کنترل - عناصر آمیخته بازاریابی - خریداران صادراتی - فرایند تصمیم گیری - خرید - محصولات فولادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/63620>

