

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی رسانه ای بر مدیریت تصادفات جاده ای گروه مدیریت، واحد ممقان، دانشگاه آزاد اسلامی، ممقان، ایران

محل انتشار:

چهارمین همایش بین المللی مدیریت رسانه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:

رضا انتخابی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت اجرایی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی ممقان، ایران

علی قربانی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

یکی از چالش های بشری تصادف جاده ای می باشد که طبق آخرین آمارها سالانه 18000 نفر از هموطنان مان را بکام مرگ فرستاده که در 90 درصد سوانح، خطاها و اشتباهات انسانی دخیل بوده که ناشی از پایین بودن سطح آگاهی، فقر فرهنگی در رانندگی و عدم کسب مهارت های لازمه رانندگی می باشد. تمرکز ما در این تحقیق رسانه تلویزیونی می باشد چرا که میتواند در بهبود خلاهای فوق سازنده باشد. هدف از تحقیق کاربردی بوده، برای پیشینه تحقیق از روش کتابخانه ای و در تحلیل داده ها از روش میدانی استفاده شده است. ابزار گردآوری پرسشنامه از نوع محقق ساخته بوده، روش نمونه گیری خوشه ای هدفمند، برای روایی پرسشنامه از نظرات خبرگان و برای پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه آماری 6000 نفر از رانندگان حمل و نقل مسافری جاده ای در استان آذربایجان شرقی می باشد. نمونه آماری بر اساس فرمول نمونه گیری کوکران 361 نفر بوده و در بررسی اثر متغیرها بر همدیگر از آزمون t برای رتبه بندی سوالات از تحلیل واریانس فریدمن استفاده شده است. فرضیه اصلی و 4 فرضیه فرعی از آنجاییکه سطح معنی داری بالاتر از حد متوسط بود، تاثیرگذار واقع گردیدند. مولفه ها برای فرضیه اصلی به ترتیب انجام رانندگی تدافعی، اشتیاق به کسب مهارت های رانندگی، ایجاد علاقه در رعایت قواعد رانندگی و جلب توجه به خطرات تصادفات جاده ای اولویت بندی شدند. اجرای برنامه های آموزشی، تقدیر از برترین ها در حوزه رانندگی، حمایت های بیمه ای از رانندگان غیرحادثه ساز، بکارگیری بیلبردهای تبلیغاتی در جاده ها از پیشنهادات کاربردی و برای پژوهش های آتی بررسی تاثیر تبلیغات جاده ای، بررسی تاثیر کنترل های جاده ای، بررسی رابطه تیپ های شخصیتی با نوع رانندگی می باشند.

کلمات کلیدی:

جاده، حمل و نقل جاده ای، تصادف رانندگی، رسانه، رفتار رانندگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/691724>

