

عنوان مقاله:

بررسی اهمیت آمیخته های بازاریابی در جذب سرمایه گذاران (مطالعه موردی: منطقه آزاد اروند)

محل انتشار:

یازدهمین کنگره ملی پیشگامان پیشرفت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

کوروش بروچی - دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته MBA، دانشگاه صنعتی مالک اشتر- تهران

حسین قزلباش - دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه شهید چمران- اهواز

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با تاکید بر اهمیت آمیخته های بازاریابی به عنوان جزیی از استراتژی های بازاریابی که بعد از تعیین بازار هدف و شناسایی نیاز مشتریان تهیه و تنظیم میشود، به بررسی و اولویت بندی این آمیخته ها در جذب سرمایه گذاران در منطقه آزاد اروند پرداخته است. در این پژوهش، بر اساس مدل پیشنهادی پژوهشگران حوزه بازاریابی و اقتصاد، مدل مطالعاتی در زمینه های آمیخته های بازاریابی و جذب سرمایه گذاران خارجی توسعه و طراحی گردید. برای جمع آوری داده ها پرسشنامه های با 29 سوال تهیه و روایی آن توسط اساتید مجرب تایید شد. همچنین پایایی پرسشنامه با ضریب آلفای کرونباخ 0,87 مورد تایید واقع گردید. پس از جمع آوری داده ها، با استفاده از آزمون دو متغیر (آزمون تی ساده) اهمیت هر سوال مورد بررسی قرار گرفت و از طریق آزمون فریدمن به رتبه بندی آمیخته های بازاریابی و شاخصهای زیر مجموعه آن پرداخته شد. نتایج حاکی از آن است که هر 5 آمیخته بازاریابی در جذب سرمایه گذاران در منطقه آزاد اروند موثر و معنادار است و محصول و ترویج به ترتیب بیشترین و کمترین اهمیت را در بین آمیخته های بازاریابی دارند.

کلمات کلیدی:

منطقه آزاد اروند، جذب سرمایه گذاران خارجی، آمیخته های بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/742343>

