

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عناصر معیارهای بازاریابی و میزان فروش در شرکت پخش مهرآورگستر آمل

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

رضا نصیری تنکابنی

میثم شیرخدایی

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر عناصر معیارهای بازاریابی و میزان فروش در شرکت پخش مهرآورگستر آمل طرحریزی گردیده است و در این راستا نظرات تعداد 160 نفر از مشتریان این شرکت به کمک ابزار پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفت. پرسشنامه های تحقیق شامل دو پرسشنامه عناصر معیارهای بازاریابی با اقتباس از پرسشنامه آمیخته بازاریابی کاتلر و پرسشنامه محقق ساخته میزان فروش بوده است. حجم نمونه به کمک فرمول مورگان تعیین شده و توزیع پرسشنامه ها بصورت تصادفی ساده صورت پذیرفت. داده های به دست آمده به کمک نرم افزار SPSS و با بکارگیری آزمون های k-S و همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی انجام پذیرفت. نتایج به دست آمده ضمن تایید تمامی فرضیات تحقیق نشان داد عوامل بازاریابی به ترتیب عامل محصول، قیمت، بر میزان فروش در شرکت پخش مهرآورگستر آمل تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی، مشتری مداری، فروش، مطالعه بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/771650>

