

عنوان مقاله:

تاثیر فن آوری اطلاعات و ارتباطات بر موفقیت بازاریابی و صادرات کالا از نگاه صادرکنندگان کالا در استان کهگیلویه و بویراحمد

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

فریدون امیدی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت بازاریابی، واحد بین الملل خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد خرمشهر، ایران

فرهان الهی نژاد - دانشجوی دکتری، دانشکده مدیریت بازاریابی، واحد بین الملل خلیج فارس خرمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

خلاصه مقاله:

فن آوری اطلاعات بر کلیه فعالیت های اجتماعی از جمله کارآفرینی تاثیر گذاشته و در بسیاری از آنها تحولات اساسی وجود آورده است. امروزه کارآفرینی و کارآفرینان به شدت به بسترهای فراهم شده توسط فن آوری اطلاعات وابسته هستند و از آن بهره زیادی می گیرند. بنابراین پژوهش حاضر به بررسی تاثیر فن آوری اطلاعات و ارتباطات بر موفقیت بازاریابی و صادرات کالا از نگاه صادرکنندگان کالا در استان کهگیلویه و بویراحمد پرداخته است. این تحقیق به روش توصیفی- پیمایشی، انجام گرفته است. جامعه آماری تحقیق، شرکت های صادراتی استان کهگیلویه و بویراحمد که در زمینه صادرات محصولات در بخشهای کشاورزی و صنایع غذایی، منسوجات و صنایع دستی، صنعت و معدن و خدمات مشغول به فعالیت اند، می باشد. که پرسشنامه های (بازاریابی رابطه مند و رضایت و وفاداری مشتریان) با 38 سوال در میان مشتریان به تعداد 108 نفر از مدیران توزیع گردید. پایایی پرسشنامه با مقدار آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه 0/72 محاسبه شده است. اطلاعات جمع آوری شده به وسیله آمار توصیفی و استنباطی در قالب ضریب همبستگی باضرایب رگرسیونی با نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است. نتایج تحقیق نشان داد که از دیدگاه جامعه مورد نظر فن آوری اطلاعات و ارتباطات بر (اطلاعات میان خریداران و فروشندگان، فعالیت های مربوط به فروش محصولات، تبادل فیزیکی کالاها و خدمات) تاثیر مثبت و معنی داری دارد.

کلمات کلیدی:

فن آوری اطلاعات و ارتباطات، موفقیت بازاریابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/785042>

