

عنوان مقاله:

تعیین استراتژی جامع بازاریابی خدمات مجتمع بندری امام خمینی (ره) با استفاده از روش تحلیلی SWOT

محل انتشار:

بیستمین همایش صنایع دریایی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

ایرج مدیری - معاون امور بندری و اقتصادی، اداره کل بنادر و دریانوردی استان خوزستان

علی اکبر احمدی - رییس اداره امور بندری، اداره کل بنادر و دریانوردی استان خوزستان

سروش خاکی پور - مدیر ناظر ترمینال حمل یکسره، اداره کل بنادر و دریانوردی استان خوزستان

بهرام شمالی پور - مدیر ناظر ترمینال 1 واردات، اداره کل بنادر و دریانوردی استان خوزستان

میلاذ عیدانی - کارشناس امور بندری، اداره کل بنادر و دریانوردی استان خوزستان؛

خلاصه مقاله:

بنادر محل تلاقی دو تیوری اقتصاد مقیاس و اقتصاد قلمرو می باشند که متصل کننده انواع روش های مختلف حمل و نقلی به یکدیگر و دارای اهمیت وافر در امر ورود و خروج کالا می باشند. بنادر بهره ور در عرصه تجارت جهانی به این مهم دست یافته که مشتری مداری سبب کسب رضایت مشتریان و از مهمترین عوامل موثر بر وفاداری مشتریان در جهت حفظ بقا و توسعه بنادر می باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی توسعه ای ست و از روش دلفی - برای تحلیل، بررسی و نتیجه گیری استفاده شده است. جامعه آماری نامشخص و تعداد اعضای نمونه براساس فرمول کوکران 96 بوده است. ابزار اصلی جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده است. ابتدا اقدام به شناسایی مجموعه عوامل داخلی و خارجی موثر بر بازاریابی خدمات مجتمع بندری امام خمینی (ره) نموده سپس با استفاده از روش تحلیلی SWOT اقدام به رتبه بندی عوامل و تعیین جایگاه بازاریابی خدمات این مجتمع بندری در ماتریس SWOT شده است. با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها استراتژی تهاجمی (رشد) و توسعه ای برای بازاریابی خدمات مجتمع بندری امام خمینی (ره) پیشنهاد گردیده است.

کلمات کلیدی:

مجتمع بندری امام خمینی (ره)، بازاریابی خدمات، تحلیل SWOT، اقتصاد مقیاس و اقتصاد قلمرو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/822893>

