

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نوآوری استراتژیک و بازاریابی اینترنتی برمزیت رقابتی صادرات فرش ایران

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

زهرا مسعودی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه گیلان

سیدامیررضا هاشمی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه گیلان

اسماعیل ملک اخلاق - دانشیار گروه مدیریت دانشگاه گیلان

خلاصه مقاله:

فرش دستباف ایرانی از دیرباز از ابعاد فرهنگی و اقتصادی بسیار مهم بوده و در سطح بین المللی به عنوان نماد ملی ایران شناخته می شود. البته امروزه به دلیل نارسایی ها و تنگناهای موجود از ارزش آن کاسته شده است که از مهم ترین دلایل عدم نوآوری و استفاده خوب از آمیخته بازاریابی در سطح جهانیست. نوآوری به طور فزاینده ای سهم مهمی در موفقیت سازمانی، عملکرد و بقای آن دارد. با وجود این که اینترنت به عنوان موثرترین ابزار بازاریابی با پوشش جهانی امکان رسیدن شرکتها به بازارهای جهانی را فراهم ساخته، اما بسیاری از شرکتها نسبت به استفاده از بازاریابی الکترونیکی بازارهای صادراتی سردرگم میباشند همچنین در خصوص صنعت فرش دستباف نیز وجود برخی مشکلات در زمینه بازاریابی، عرضه و ارائه خدمات پس از فروش به مشتریان در بازارهای جهانی باعث شده تا مشکلات زیادی برای دست اندرکاران صنعت فرش دستباف ایران ایجاد شود و علی رغم عرضه محصولی اصیل، شاهد سیر نزولی تولید و صادرات فرش دستباف ایران در سال های اخیر باشیم. در این مقاله که از شیوه کتابخانه ای برای جمع آوری اطلاعات آن استفاده شده، هدف اصلی آن تبیین عوامل مهم در رشد صادرات فرش ایران است.

کلمات کلیدی:

نوآوری استراتژیک، توسعه صادرات، فرش دستباف ایرانی، بازاریابی اینترنتی، مزیت رقابتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915723>

