

استراتژی‌های

بازاریابی و صادرات



نویسنده: ساحل اعظمی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

استراتژی‌های بازاریابی و صادرات

تالیف:

ساحل اعظمی



انتشارات موجک



سرشناسه: اعظمی، ساحل، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور: استراتژی‌های بازاریابی و صادرات / تالیف ساحل اعظمی.
مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری: ۷۶ ص.: جدول، نمودار.
شابک: ۳-۳۹-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸، ۱۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
موضوع: صادرات -- بازاریابی
موضوع: Exports -- Marketing
موضوع: صادرات -- ایران -- بازاریابی -- نمونه پژوهی
موضوع: Exports -- Iran -- Marketing -- Case studies
موضوع: صنایع کوچک -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع: Small industries -- Iran -- Case studies
رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ الف ۶ الف / HF۱۴۱۶
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۴
شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۷۰۶۲۷



انتشارات موجک
تلگرام: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ کانال: telegram.me/mojak1
تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۲۳۲۰۹۱ - ۰۲۶۳۲۴۰۳۵۱۳ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳
ایمیل: mojakpublication@yahoo.com
سایت: www.mojak.ir

عنوان: استراتژی‌های بازاریابی و صادرات
تالیف: ساحل اعظمی
طراح جلد: سیده زهرا روشنایی
مشخصات ظاهری: ۷۶ صفحه، قطع وزیری
چاپ اول: زمستان ۱۳۹۵، تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
قیمت: ۱۵۰۰۰۰ ریال، شابک: ۳-۳۹-۸۶۳۴-۶۰۰-۹۷۸
حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱.....	سخن مولف
۳.....	بخش اول: استراتژی‌های بازاریابی و صادرات
۵.....	فصل اول: استراتژی بازاریابی
۵.....	۱-۱ مفهوم استراتژی
۵.....	۲-۱ مفهوم استراتژی بازاریابی
۸.....	۳-۱ استراتژی‌های بازاریابی بر صادرات بنگاه‌های زود بازده اقتصادی
۱۳.....	فصل دوم: استراتژی صادرات
۱۳.....	۱-۲ مفهوم استراتژی صادرات
۱۵.....	۲-۲ عملکرد صادرات
۱۷.....	فصل سوم: عوامل سازمانی و محیطی
۱۷.....	۱-۳ عوامل سازمانی
۱۸.....	۲-۳ عوامل محیطی
۲۱.....	فصل چهارم: منابع پایدار بازاریابی
۲۱.....	۱-۴ ساختار شرکت
۲۲.....	۲-۴ منابع و توانایی بازاریابی

۲۳..... ۳-۴ اهداف مدیریتی

۲۷..... بخش دوم: مطالعه موردی: شرکت‌های تولید کننده مواد غذایی

۲۹..... فصل پنجم: کلیات

۲۹..... ۱-۵ بیان مساله

۳۰..... ۲-۵ اهمیت مساله

۳۱..... ۳-۵ اهداف

۳۲..... ۴-۵ فرضیه‌ها

۳۲..... ۵-۵ تعریف واژه‌ها

۳۲..... ۱-۵-۵ تعاریف مفهومی

۳۳..... ۲-۵-۵ تعاریف عملیاتی

۳۴..... ۶-۵ بیان متغیرهای مورد بررسی در قالب یک مدل مفهومی

۳۵..... فصل ششم: پیشینه

۳۵..... ۱-۶ تحقیقات داخلی

۴۰..... ۲-۶ تحقیقات خارجی

۴۵..... فصل هفتم: روش

۴۵..... ۱-۷ روش‌شناسی

۴۵..... ۲-۷ جامعه آماری

۴۵..... ۳-۷ روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

۴۶..... ۴-۷ ابزار و روش جمع‌آوری داده‌ها

۴۷..... ۵-۷ روایی و پایایی ابزار

۴۸..... ۶-۷ روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

فصل هشتم: تجزیه و تحلیل داده‌ها ۵۳

۱-۸ آمار توصیفی ۵۳

۲-۸ آمار استنباطی ۵۴

۳-۸ معادلات ساختاری ۶۱

۴-۸ مقایسه‌ی مدل مستقل و مدل پیشنهادی ۶۲

فصل نهم: نتیجه‌گیری و پیشنهادها ۶۳

۱-۹ نتایج توصیفی ۶۳

۲-۹ نتایج استنباطی ۶۳

۳-۹ پیشنهادهای کاربردی ۶۵

منابع ۶۹

منابع فارسی ۶۹

منابع لاتین ۷۱

سخن مولف

امروزه حضور در عرصه اقتصاد جهانی برای تولیدکنندگان و شرکت‌های تجاری با چالش‌های جدیدی مواجه است. وجود تعداد زیاد عرضه‌کنندگان و رقابت فشرده آن‌ها و افزایش انتظارات مصرف‌کنندگان برای ارائه کیفیت بهتر و خدمات‌رسانی سریع‌تر، فشارهای زیادی را بر تولیدکنندگان وارد کرده است. براین اساس هدف از ارائه این کتاب، شناسایی استراتژی‌های بازاریابی بر صادرات بنگاه‌های زود بازده اقتصادی است. این مدل شامل متغیرهای مستقل، ویژگی‌های مدیریتی، عوامل سازمانی، عوامل محیطی و متغیرهای مداخله‌گر.

هدف قراردادن صادرات و استراتژی بازاریابی صادرات بر متغیر وابسته عملکرد صادرات است. برای جمع‌آوری داده‌ها، از پرسش‌نامه‌ی طیف لیکرت و به تعداد ۲۴ سوال طراحی و بین جامعه آماری کارکنان و مدیران شرکت‌های تولیدکننده مواد غذایی استان کرمانشاه، به‌طور تصادفی به تعداد ۱۱۳ نمونه توزیع گردیده است. روش به کار رفته در این کتاب، روش توصیفی - پیمایشی می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها از روش تحلیل مسیر بهره گرفته و از نرم‌افزار آموس برای تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها استفاده شده است.

برای فرض نرمال بودن فرضیه‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف، ضرایب رگرسیونی برای نشان دادن تاثیر مثبت و معنادار و معادلات ساختاری، ضرایب استاندارد شده، و برای برازش مناسب مدل از آماره مقایسه مدل پیشنهادی و مستقل و کای دو استفاده شده است. نتایج حاصل از تحقیق تاثیر مثبت و معنادار متغیرها بر عملکرد صادرات را نشان می‌دهد که از این بین متغیر سطح استراتژی‌های بازاریابی بیشترین تاثیر و متغیر وضعیت ویژگی‌های مدیریتی کمترین تاثیر را بر روی متغیر عملکرد صادرات داشته است.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

این کتاب به دو بخش فصول آموزشی و فصول پژوهشی تقسیم خواهد شد. بخش اول شامل مباحث آموزشی در زمینه استراتژی‌های بازاریابی و صادرات می‌باشد. فصول آموزشی شامل چهار فصل:

استراتژی بازاریابی، استراتژی صادرات، عوامل سازمانی و عوامل محیطی، منابع پایدار بازاریابی می‌باشد. در بخش دوم مطالعه موردی: شرکت‌های تولید کننده مواد غذایی بررسی خواهد شد. فصول پژوهشی شامل پنج فصل: کلیات، پیشینه، روش، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه‌گیری و پیشنهادها می‌باشد.

در پایان، بر خود لازم می‌دانم از همه عزیزانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب مرا یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

ساحل اعظمی

پاییز ۱۳۹۵

امروزه حضور در عرصه اقتصاد جهانی برای تولیدکنندگان و شرکت‌های تجاری با چالش‌های جدیدی مواجه است. وجود تعداد زیاد عرضه‌کنندگان و رقابت فشرده آن‌ها و افزایش انتظارات مصرف‌کنندگان برای ارائه کیفیت بهتر و خدمات‌رسانی سریعتر، فشارهای زیادی را بر تولیدکنندگان وارد کرده است. براین اساس هدف از ارائه این کتاب، شناسایی استراتژی‌های بازاریابی بر صادرات بنگاه‌های زود بازده اقتصادی است. این مدل شامل متغیرهای مستقل، ویژگی‌های مدیریتی، عوامل سازمانی، عوامل محیطی و متغیرهای مداخله‌گر.



انتشارات موجک

ISBN: 978-600-8634-39-3



9

786008

634393