



همایش بین المللی مدیریت

International Conference on Management
بررسی تاثیر عناصر آمیخته بازار یابی (محصول، قیمت) بر صادرات
(مطالعه موردی سیب و انگور استان آذر بایجان غربی)

دکترسید حسام الدین هدایت زاده^۱، دکتررامین بشیرخداپرستی^۲، محمد دوستدار^۳

۱- استادیار، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه

H.hedayatzadeh@urmia.ac.ir

۲- استادیار، دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه

r.bashirkhodaparast@urmia.ac.ir

۳- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه ارومیه

mohammad.dostdar914@gmail.com

چکیده

در دنیای رقابتی امروز، دستیابی به رشد اقتصادی پایدار است از مهمترین اهداف هر کشوری می باشد. یکی از مهمترین راههای تحقق این هدف توجه به بخش تجارت خارجی و صادرات می باشد، در این میان توجه به بخش کشاورزی و استفاده از پتانسیل های این زمینه مهم به نظر می رسد. در تحقیق حاضر که یک تحقیق توصیفی - پیمایشی است با هدف بررسی تاثیر عناصر آمیخته بازار یابی (قیمت و محصول) بر افزایش صادرات محصولات سیب و انگور استان آذر بایجان غربی صورت گرفته است. جامعه هدف این تحقیق صادر کنندگان محصولات فوق که عضو اتحادیه صادر کنندگان محصولات کشاورزی استان آذر بایجان غربی هستند بوده و جهت گرد آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. جهت بررسی نرمال بودن از آزمون کلمو گروف- اسمیرنوف استفاده شد نتایج نشان داد که داده ها از توزیع نرمال برخوردارند. در تجزیه و تحلیل اطلاعات از رگرسیون چند متغیره با نرم افزار spss استفاده شد که نتایج نشان داد، که عنصر محصول در صادرات محصولات سیب و انگور موثر است ولی قیمت تاثیر معنی داری روی صادرات ندارد.

کلمات کلیدی: آمیخته بازار یابی، صادرات، سیب و انگور، رگرسیون چند متغیره