



سومین همایش ملی و سومین همایش بین‌المللی مدیریت و حسابداری ایران

The third National and International Conference of  
Management and Accounting Iran



## بررسی تاثیر چهار عامل بازاریابی بر توسعه صادرات (مطالعه موردی صنایع چوب شهرستان ملایر)

نرگس نوروزی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد ملایر (نویسنده مسئول)

[rozbahaninarges@gmail.com](mailto:rozbahaninarges@gmail.com)

دکتر فریدون سلیمی (نویسنده دوم)

### چکیده

این تحقیق به منظور بررسی رابطه عوامل بازاریابی با ارتقای جایگاه صادرات صنایع چوب شهرستان ملایر انجام شده است. این تحقیق دارای یک فرضیه اصلی می باشد که قصد اثبات رابطه بین عوامل بازاریابی را با ارتقاء صادرات صنایع چوب داشت و دارای ۴ فرضیه فرعی است که رابطه ابعاد عوامل بازاریابی (مدیریت، محیط، استراتژی و آمیخته) را با ارتقاء صادرات صنایع چوب به اثبات رسانده است. روش تحقیق مورد استفاده در این پروژه تحقیقاتی به صورت توصیفی و همبستگی می باشد و با ارائه جداول و آمارهای توصیفی و با استفاده از ضریب همبستگی به نتایج فرضیه ها خواهیم پرداخت، این تحقیق از نظر هدف تحقیق به صورت کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق شامل تمام صادر کنندگان، وارد کنندگان، متخصصان آشنا به مقوله مربوط در صنایع چوب و اتاق بازرگانی شهرستان ملایر می باشد.

تعداد ۷۰ نفر با توجه به جدول مورگان به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند که جهت گردآوری اطلاعات از دو پرسشنامه عوامل موثر بر بازاریابی و پرسشنامه ارتقا جایگاه صادرات استفاده شد، ۷۰ پرسشنامه را در اختیار ۴ گروه از آنها که در دسترس هستند قرار گرفت که از آنها خواسته شده که کامل کرده و پس از تجزیه و تحلیل آماری توسط نرم افزار SPSS۲۰ با آزمون ضریب همبستگی پس از بررسی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت، نتایج تحقیق نشان داد که بین متغیرهای عوامل بازاریابی با ارتقاء صادرات صنایع چوب رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین نتایج نشان داد که متغیر عامل مدیریت، عامل محیط، عامل استراتژی و آمیخته بازاریابی با ارتقاء صادرات چوب رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

**واژگان کلیدی: عامل مدیریت؛ عامل محیط؛ عامل استراتژی؛ آمیخته بازاریابی؛ صادرات چوب**