

## نقش و تاثیر استراتژی های بازاریابی بر تجارت بین الملل (مطالعه موردی: منطقه اقتصادی بندر

### نوشهر)

مجتبی زورمند باغبان<sup>۱</sup>، سهیلا بقائی صفت<sup>۲</sup>، رحیم رستمی<sup>۳</sup>

۱- کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

۳- کارشناس ارشد مدیریت اجرایی

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش و تاثیر استراتژی های بازاریابی بر تجارت بین الملل انجام پذیرفت. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده ها، توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مدیران ، سرپرستان و کارشناسان منطقه اقتصادی بندر نوشهر تشکیل داده اند که براساس فرمول کوکران ، ۱۰۸ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده اند. برای دسترسی به نمونه در این تحقیق، از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه های بود. برای تجزیه و تحلیل آماری یافته ها، از نرم افزار SPSS استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که استراتژی های بازاریابی بر تجارت بین الملل تاثیر معنی داری دارند و همچنین استراتژی های رهبری هزینه ، تمرکز و تمایز با سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ تاثیر معناداری بر بر تجارت بین الملل داشته و با ۶۷.۸ درصد ، ۶۱.۳ درصد و ۴۹.۶ درصد بر تجارت بین الملل مؤثر می باشند.

**واژگان کلیدی:** استراتژی ، استراتژی های بازاریابی ، تجارت بین الملل