



دانشگاه مهندسی و  
دانشکده معماری و هنر

گروه آموزشی فرش

پایان نامه جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد

عنوان: بررسی تأثیر رفتار فروش انطباقی بر اثربخشی بازاریابی در صنعت فرش دستبافت

استاد راهنما: دکتر علیرضا امینی

استاد راهنمای دوم/مشاور: مهندس غلامرضا صالح علوی / دکتر اسماعیل مزروعی نصرآبادی

دانشجو: طیبه جعفری

واژه های کلیدی: اثربخشی بازاریابی، رفتار فروش انطباقی، فرش دستبافت

چکیده:

بازاریابی یک فرآیند اجتماعی و مدیریتی است که به وسیله آن افراد و گروه‌ها، نیازها و خواسته‌های خود را از طریق تولید، عرضه و مبادله‌ی کالاهای مفید و با ارزش با دیگران تأمین می‌کنند. زمانی فعالیت‌های بازاریابی شرکت اثر بخش می‌باشند که در ورود به بازار عملکرد مناسبی داشته باشند و هدف، بالا بردن سرعت بازاریابی، برای به دست آوردن نتایج بهتر، در راستای اهداف شرکت باشد. در دنیای رقابتی امروز، هدف شرکت‌ها بالا بردن سهم مشتریان و شناخت بیشتر نسبت به نیازها و خواسته‌های آنهاست. مشتریان به عنوان سرمایه‌های اصلی شرکت‌ها محسوب می‌شوند و رقابت بر سر دستیابی به شناخت بیشتر از مشتریان است. لذا هرچه بتوانیم مطابق با نیاز مشتریان، کالا تولید نماییم، در جذب و حفظ آنها موفق‌تر خواهیم بود. همین امر سبب شده تا رفتار فروش انطباقی در دهه‌های اخیر بسیار مورد توجه پژوهشگران و شرکت‌ها واقع شود. تغییر در رفتارهای فروش در حین یا در عرض تعاملات مشتری بر اساس اطلاعات دریافت شده در مورد ماهیت موقعیت فروش به عنوان فروش انطباقی تعریف می‌شود. در این تحقیق به بررسی تأثیر رفتار فروش انطباقی بر اثربخشی بازاریابی در فرش دستبافت پرداخته شده است. مؤلفه‌های رفتار فروش انطباقی، بر اساس پژوهش پارک و دیتز و ابعاد اثربخشی بازاریابی بر اساس نظریات کاتلر، مورد بررسی قرار گرفته‌اند. جامعه آماری این پژوهش، فروشندگان فرش دستبافت شهر تهران می‌باشند که حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با 305 نفر به دست آمد و پرسش‌نامه بین آنها توزیع گردید. نتایج نشان داد رفتار فروش انطباقی بر فلسفه مشتری، تلاش‌های بازاریابی منسجم، اطلاعات بازاریابی، جهت‌گیری استراتژیک و کار آمدی در فرش دستبافت تأثیر مثبت و معناداری دارد.