

## عنوان مقاله:

بررسی کارکرد آمیخته بازاریابی 4p در صادرات

## محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی حسابداری، مدیریت و نوآوری در کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

انسبه فرخزاد - دانش آموزخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد فیروزکوه

مهسا فرخزاد - دانش آموزخته کارشناسی ارشد رشته حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائمشهر

## خلاصه مقاله:

امروزه ارائه بهترین عملکرد در زمینه بازاریابی و صادرات، به اساسی ترین دغدغه مدیران شرکت های تولیدی مبدل شده است و مدیران می کوشند تا با بهره گیری از تکنیک های مختلف، به عملکرد برتر دست یابند و در این راستا قابلیت های بازاریابی از عوامل مؤثر در دستیابی به مزیت رقابتی و عملکرد برتر برای شرکت ها محسوب می شوند. قابلیت های بازاریابی، فرایندهای منسجم طراحی شده جهت بکارگیری دانش جمعی، مهارت ها و منابع شرکت برای تولید و عرضه محصولات و خدمات سازگار با الزامات بازار و نیازهای رقابتی می باشد. با توجه به اینکه اهمیت تدوین صحیح آمیخته بازاریابی در عملکرد صادراتی در مطالعات متعددی مورد تأکید قرار گرفته است، دستیابی به هدف توسعه صادرات مستلزم گزینش صحیح راهکار بازاریابی خارجی می باشد. چهار راهکار اصلی بازاریابی بین الملل از سوی صاحب نظرات این حوزه مورد تجویز بوده است که به وسیله سطح انطباق پذیری فعالیت های بازاریابی با شرایط بازارهای هدف مختلف از هم متمایز می شوند. این تحقیق به بررسی کارکرد آمیخته بازاریابی 4p در صادرات می پردازد. بررسی ادبیات تحقیق نشان می دهد قابلیت های بازاریابی اثر مثبت معناداری بر عملکرد صادراتی داشته است و این در حالی است که آمیخته بازاریابی صادراتی اثر معناداری بر عملکرد صادراتی نداشته است. همچنین وابستگی صادرات، توانسته است که اثر قابلیت های بازاریابی بر عملکرد صادراتی را تعدیل کند.

## کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی، عملکرد صادراتی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1122659>

