

عنوان مقاله:

ارائه مدلی در بین المللی سازی تاثیر قابلیتهای تکنولوژی و بازاریابی بر عملکرد شرکتهای کوچک و متوسط

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

امیرحسین طهماسبی - دانشجوی مقطع دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

کامبیز شاهرویدی - دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

خلاصه مقاله:

یکی از چالشهای اصلی برای شرکتهای کوچک و متوسط این است که چگونه فعالیتهای تحقیق و توسعه خود را در بازارهای بین المللی به کار گیرند اما ادبیات فعلی شواهد ترکیبی و مدلهای غیرقطعی را در این زمینه ارائه میدهد. این مقاله با بررسی نقش فعالیتهای بین المللی تحقیق و توسعه در تاثیر قابلیتهای تکنولوژیکی و بازاریابی شرکتهای کوچک و متوسط بر عملکرد آنها به این شکاف میپردازد. روش انجام این پژوهش، کتابخانه ای با رویکرد اکتشافی بوده و ابزار مورد استفاده مصاحبه و فیش برداری از ادبیات است، به این صورت که بر مطالعه ادبیات موضوع متمرکز شده و از تحلیل محتوا استفاده شده است. علاوه بر گسترش ادبیات مربوط به بین المللی سازی تحقیق و توسعه توسط شرکتهای کوچک و متوسط، این یافته ها چالشهای عمده و فرصتهای عمدهای برای مدیران شرکتهای کوچک و متوسط فعال بین المللی را برجسته میکند. یافته ها نشان میدهد که قابلیتهای تکنولوژیکی و بازاریابی شرکتهای کوچک و متوسط تاثیرات غالب و مثبتی بر عملکرد آنها در بازارهای بین المللی دارد.

کلمات کلیدی:

بین المللی سازی، قابلیت های تکنولوژی، قابلیت های بازاریابی، عملکرد.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1275585>

