

## عنوان مقاله:

نقش میانجی استراتژی های صادراتی در تاثیر بازرگانی صادراتی بر عملکرد صادراتی ( مورد مطالعه: شرکت های تولیدی صادراتی استان خوزستان )

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی بازاریابی صنعتی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

محسن نادری پور - گروه مدیریت بازرگانی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

مریم درویشی - استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد امیدیه، دانشگاه آزاد اسلامی، امیدیه، ایران

## خلاصه مقاله:

صادرات یک ابزار حیاتی برای کشورها جهت دستیابی به رشد و موفقیت اقتصادی است. میزان موفقیت یک شرکت در زمینه صادرات، از طریق عملکرد صادراتی ارزیابی می شود. از جمله عوامل تاثیرگذار بر عملکرد صادراتی می توان به بازرگانی صادراتی و استراتژی های صادراتی اشاره نمود. هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر بازرگانی صادراتی و استراتژی های صادراتی منتخب بر عملکرد صادراتی در شرکت های تولیدی صادراتی استان خوزستان می باشد. داده های جمع آوری شده از طریق ۸۰ پرسشنامه که بین شرکت های تولیدی صادراتی استان خوزستان توزیع شده، با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری و با کمک نرم افزار اسمارت پی. ال. اس. مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که بازرگانی صادراتی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم و از طریق نقش میانجی استراتژی های محصول و توسعه صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت ها تاثیر گذار است. درمورد استراتژی های صادراتی نیز اگر چه تاثیر معناداری بین استراتژی تولید صادراتی با عملکرد صادراتی یافت نشد، ولی نتایج نشان می دهد که یک تاثیر مثبت و معنادار بین استراتژی های محصول و توسعه صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت ها وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

عملکرد صادراتی، بازرگانی صادراتی، استراتژی های صادراتی، شرکت های تولیدی صادراتی، شرکتهای کوچک و متوسط، استان خوزستان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1706556>

