

عنوان مقاله:

تاثیر قابلیت‌های بازاریابی بر عملکرد مخاطره آمیز صادراتی با نقش میانجی استراتژی رقابتی و ارتباطات بازاریابی

محل انتشار:

اولین همایش ملی پژوهش های نو پدید در حسابداری، مالی، مدیریت و اقتصاد با رویکرد توسعه اکوسیستم نوآوری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محسن ناظم بکایی - عضو هیئت علمی دانشگاه شاهد

محدثه اشرفیان رهقی - کارشناسی ارشد دانشگاه شاهد

خلاصه مقاله:

رشد جهانی بازارها، تمایل شرکت ها به حضور در بازارهای جهانی را افزایش داده است و اغلب آن ها بر صادرات به بازارهای خارجی متمایل شده اند. این موضوع باعث شده است تا شرکت ها دریابند که صرف نظر از کشور، اندازه یا نوع صنعت، مشارکت کردن در بازارهای جهانی یک انتخاب نیست، بلکه یک ضرورت است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر قابلیت‌های بازاریابی بر عملکرد مخاطره آمیز صادراتی با نقش میانجی استراتژی رقابتی و ارتباطات بازاریابی میباشد. این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های صادراتی کوچک و متوسط استان تهران در نظر گرفته شده است. پژوهش بر اساس یک فرضیه اصلی و ۸ فرضیه فرعی شکل گرفته است که در نهایت فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی تأیید و سه فرضیه فرعی رد شد.

کلمات کلیدی:

قابلیت‌های بازاریابی-عملکرد مخاطره آمیز صادراتی-استراتژی رقابتی-ارتباطات بازاریابی-تلاطم فناوریانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1922562>

