

## عنوان مقاله:

تحلیل ارتباط میان بازاریابی بین المللی، ظرفیت نوآوری و مدیریت دانش با عملکرد شرکت های متوسط و کوچک

## محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی توسعه و آینده نگری در صنایع با رویکرد فرایندهای داخلی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

## نویسندگان:

فاطمه مهاجرانی - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

سحر حق پرست - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

سحر شکبیا - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

امیرعلی داوودی - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

محمد صفوی - موسسه آموزش عالی ارشاد دماوند

## خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به بررسی و تحلیل ارتباط میان بازاریابی بین المللی، ظرفیت نوآوری و مدیریت دانش با عملکرد شرکت های متوسط و کوچک پرداخته است. پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی بوده و به لحاظ آنکه وضعیت موجود متغیرها با استفاده از جمع آوری اطلاعات، از طریق اطلاعات گذشته مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است، از نظر شیوه اجرا، در ردیف مطالعات توصیفی - علی و از نظر شیوه گردآوری، در ردیف مطالعات کتابخانه ای قرار گرفته و به منظور یافتن پاسخ سوالات طرح شده؛ اطلاعات ۳۳۸ پرسشنامه توزیع شده با استفاده از نرم افزار SmartPLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها بیان داشت تاثیر بازاریابی بین المللی بر ظرفیت نوآوری معنادار نیست، تاثیر بازاریابی بین المللی بر مدیریت دانش مثبت و معنادار است، تاثیر مدیریت دانش بر ظرفیت نوآوری معنادار نیست، تاثیر ظرفیت نوآوری بر عملکرد مالی مثبت و معنادار است، تاثیر ظرفیت نوآوری بر عملکرد غیرمالی معنادار نیست، تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد مالی مثبت و معنادار بوده و تاثیر مدیریت دانش بر عملکرد غیر مالی معنادار نیست.

## کلمات کلیدی:

بازاریابی بین المللی، ظرفیت نوآوری، مدیریت دانش، عملکرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2035662>

