

عنوان مقاله:

بررسی رابطه تحقیقات بازاریابی با عملکرد صادراتی شرکتهای تولیدی صادراتی (با رویکرد اطلاعاتی)

محل انتشار:

دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

عبدالمحمد مهدوی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز (دکترای مدیریت سیستم های اطلاعاتی)

عبدالهادی درزیان عزیزی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه شهید چمران اهواز (دکترای بازاریابی)

قباد چمنی - دانش آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه شهید چمران اهواز (مدیریت بازرگانی)

خلاصه مقاله:

صادرات امروزه به عنوان یک عامل رشد و توسعه شرکتهای به شمار می رود به همین خاطر آنها به دنبال شناسایی فاکتورهای تاثیرگذار در جهت بهبود عملکرد صادراتی شرکت خود هستند. این تحقیق با هدف بررسی رابطه تحقیقات بازاریابی با عملکرد صادراتی شرکتها به دنبال شناسایی نقش اطلاعات در رابطه با عملکرد صادراتی می باشد تا به شرکتها در جهت بهبود عملکرد صادراتی شان که میتوانند از طریق جمع آوری و استفاده مناسب از اطلاعات انجام دهند، کمک کند. جامعه آماری این تحقیق 53 شرکت تولیدی استان خوزستان بودند که اقدام به سرشماری این شرکتها کردیم و نهایتاً 51 پرسشنامه وارد تحلیلهای آماری شدند. متغیرهای مستقل این پژوهش میزان استفاده از اطلاعات، انواع منابع اطلاعاتی، انواع اطلاعات و روشهای تحقیقات می باشد؛ همچنین متغیر وابسته این پژوهش عملکرد صادراتی می باشد. نتایج حاصل از 0 نشان دهنده رابطه مثبت بین متغیرها بود و چهار فرضیه / بررسیها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون در سطح اطمینان 99 این تحقیق تایید شدند. همچنین با استفاده از آزمون فریدمن شاخصهای انواع اطلاعات، منابع اطلاعاتی مورد استفاده شرکتها و انواع روشهای تحقیقات مورد استفاده شرکتها براساس اولویت طبقه بندی شد. بنابراین شرکتها برای بهبود عملکرد صادراتی خود باید توجه قابل ملاحظه ای به استفاده از اطلاعات بازارهای صادراتی داشته باشند و به تبع آن منابع و روشهای مختلفی را با توجه به شرایط استفاده کنند.

کلمات کلیدی:

تحقیقات بازاریابی، اطلاعات، عملکرد صادراتی، استان خوزستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/231877>

