

عنوان مقاله:

بررسی بازارگرایی صادرات و مزیت رقابتی بر عملکرد صادرات مورد کاوی: صادرکنندگان استان مازندران 1393

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی و سومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

احسان حاتمی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی استراتژیک، دانشگاه پیام نور مرکز بابل

علی ثریایی - استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی تاثیر بازارگرایی صادرات و مزیت رقابتی بر عملکرد صادرات مورد کاوی: صادرکنندگان استان مازندران 1393 میباشد. روش تحقیق مورد استفاده در این تحقیق، توصیفی و از نوع همبستگی بوده است. جامعه پژوهش حاضر عبارت است از تمامی کارکنان و مدیران شرکتهای صادراتی موفق استان میباشد که تعداد آنها 183 نفر میباشد اندازه نمونه آماری براساس فرمول کوکران، حدود 243 نفر برآورد شده است که در نهایت 243 پرسشنامه توزیع و جمعآوری شده است ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد بوده که روایی آن را اساتید متخصص تأیید کرده و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ 0.77 بدست آمده است که نشانگر تأیید پایایی پرسشنامه مورد نظر میباشد. نهایتاً مجموعه دادهها به کمک نرمافزار LISREL مورد تجزیه و تحلیل قرارگرفت. نتایج پژوهش نشان دادند که بین ابعاد بازارگرایی صادرات و مزیت رقابتی بر عملکرد صادرات تاثیر مثبت و معناداری وجود دارد

کلمات کلیدی:

بازارگرایی، مزیت رقابتی، عملکرد صادراتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/451754>

