

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر قابلیت های بازاریابی بر پیامدهای عملکردی (مطالعه موردی: شرکت های صادرکننده مرکبات شمال کشور)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت ، اقتصاد و حسابداری (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسندگان:

مجید فتاحی - استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری، ایران

رقیه چگینی اصلی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری ایران

شکیبا اصغری قاجاری - کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری ایران

خلاصه مقاله:

هدف تعیین میزان و نوع اثربخشی های بازاریابی بر عملکرد صادرات مرکبات می باشد. روش پژوهش پیمایشی و جامعه مورد مطالعه مدیران شرکت های صادرکننده مرکبات می باشد که احتساب شرکت های خطه شمالی کشور یعنی گیلان، گلستان و خصوصا مازندران تعداد آن ها حدود 70 شرکت است که به روش نمونه گیری سرشماری 30 مدیر و یا مسیول صادرات شرکت به عنوان نمونه انتخاب شدند، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته قابلیت های بازاریابی بود. برای تحلیل داده ها آزمون t تک متغیره استفاده شده است. نتایج نشان داده شد؛ بازار محوری بر عملکرد صادرات مرکبات تاثیرگذاری باشد. قابلیت نام تجاری بر عملکرد صادرات مرکبات تاثیرگذار است. قابلیت نوآوری بر عملکرد صادرات مرکبات تاثیرگذار است. قابلیت های بازاریابی بر پیامدهای عملکردی تاثیرگذار است. عملکردهای صادراتی مرکبات بر پیامدهای عملکردی تاثیرگذار است.

کلمات کلیدی:

قابلیت بازاریابی، عملکرد صادرات، پیامدهای عملکردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/782125>

